
İZMİR'DE YAYIMLANMIŞ TÜRKÇE GAZETELERE VERİLMİŞ TIBBİ İÇERİKLİ İLANLAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME (1908–1914)

AN EVALUATION OF MEDICAL ADVERTISEMENTS
IN TURKISH NEWSPAPERS PUBLISHED IN IZMIR (1908–1914)

Yrd. Doç. Dr. Elif Yeneroğlu KUTBAY, Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, elif.kutbay@ege.edu.tr

Araş. Gör. Onur KINLI, Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Uluslararası İlişkiler Bölümü, onur.kinli@ege.edu.tr

ÖZET

Toplumsal tarih çalışmaları açısından gazeteler ve süreli yayınlar sadece içerdikleri dönemle ilgili haberlerle değil aynı zamandan yayımladıkları ilanlarla da sosyo-ekonomik hayat hakkında önemli ipuçları sağlamaktadırlar. Bu makale, 20. yüzyıl başında çok kültürlü bir kent olan İzmir'de çıkan Türkçe gazetelerde yayınlanmış tıbbi içerikli ilanlar üzerinden kent tarihi çalışmalarına küçük bir katkı yapmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tıbbi malzeme, ilaç, reklâm, İzmir Basını, Ahenk Gazetesi

ABSTRACT

Within the framework of social history studies, newspapers and periodicals provide significant insights for understanding socio-economic life not only through news but also through advertisements. The purpose of this article is to make a humble contribution to urban history of Izmir through analyzing medical advertisements published in Turkish newspapers in Izmir at the beginning of 20th century.

Key Words: Medical Equipments, medicine, advertisement, İzmir Press, Ahenk Newspaper

1. GİRİŞ

Kuşkusuz, pozitif bilimlerin tarihine yönelik çalışma yürüten pek çok sosyal bilimci için en heyecan verici an, bu 'yabancı' alana ilişkin edinilen kimi temel bilgilerin, kurgulanan çerçeveyle örtüştüğü andır. Belki de bu heyecanla bir sosyal bilimcinin bulguları, tarihsel perspektif içinde pozitif bilimlerle toplum arasındaki bağı az da olsa anlaşılır kılabilmektedir. Ünlü Fransız tarihçi ve düşünür M. Foucault'nun, tarih boyunca hastalıklar, kurumlar ve toplumsal dönüşüm arasındaki ilişkiler üzerine yaptığı çalışmalar sonunda teknolojik gelişmeyle toplumsal ilerleme arasında sanılanın aksine güçlü bir korelasyonun olmadığına dikkat çekmesi de böyle mütevazı bir hedefi makul göstermektedir.

Bu makale de bu amaçtan hareketle, Ünsal Oskay'ın (2000, s.65) tabiriyle 'yaşanan hayatın bir yan alanı olan reklamlar' üzerinden II. Meşrutiyet dönemi İzmir basınındaki (Ahenk-İttihad-Köylü-Anadolu) tıbbi içerikli ilanlarla Osmanlı toplumu ve sağlık bilinci arasındaki bağı az da olsa anlaşılır kılmayı hedeflemektedir.

Öncelikle böyle bir tespit çalışmasının neden II. Meşrutiyet sonrasında odaklandığı da birkaç cümleyle açıklanmayı hak ediyor. II. Meşrutiyetle beraber Osmanlı'daki sağlık hizmetleri ve kurumları gerek uzmanlaşma gerek dünyadaki yeni tıbbi buluşların sıçrama yapması nedeniyle daha etkin bir duruma geçmiştir. 9 Kasım 1908'de Eczacı ve Dişçi Mektepleri bütçeleri ayrılarak özerk kurum haline gelmişlerdir. Bu kurumların mezun verdiği doktor ve özellikle eczacı sayısı kat be kat artış göstermiştir (Baytop 1985, s.249). Özellikle uzmanlaşmanın kurumsal olarak sağlanmaya başlanması eğitim müfredatının da hızlı bir şekilde ayrıştığını göstermektedir. Nitekim Mekteb-i Tıbbiye-yi Mülkiye'nin tabib sınıfına kaydolanlar sonradan eczacı sınıfına geçerek eczacı diploması almışlardır. Bu dahi yerleşmeye başlayan bir sağlık eğitimi kültürünün göstergesi olarak algılanabilir. Nitekim Batı tıp literatürünün takibine verilen önem Tanzimat'la beraber kendini göstermiş, çevirisi yapılan dönemin güncel tıp kitaplarının yanında Batı'da uygulanmaya başlayan önemli pratikler de Mekteb-i Tıbbiye'nin programına girmiştir. Örneğin, Avrupa'da kloroformun ameliyatlarda kullanılmaya başlanma yılı olan 1847 senesine ilişkin Mekteb-i Tıbbiye'nin faaliyet raporlarında kloroform kullanımına dair kayıtlara rastlanılmaktadır (Ülman 1995, s.24,25). Pasteur'ün kuduz aşısı keşfini takiben 1886 senesinde padişah tarafından bir hekim heyetinin gerekli tedkikleri yapmak üzere Paris'e gönderildiği, 1887'de bu aşının hazırlandığı ve hatta 1889'da kuduz aşısı üzerine telif bir eser verildiği de kayıtlarda geçmektedir (Sarı 1999, s.34). Osmanlı/Türk Radyolojisi'nin kuruluş ve gelişimi de incelendiğinde zamanlama itibariyle Batı'daki örneklerinin gerisinde kalınmadığı görülecektir (Pırnar, Dicle 1995).

İlanlarda kendini hissettiren önemli bir nokta da aydınlanmacı pozitivizmin uzmanlaşmayı teşvik ederek ilerlettiği sağlık bilgisinin insanların hayatlarını kurtardığı oranda onları vücutlarına yabancılaştırdığıdır. Nitekim, uzun yıllar boyu kendi elleriyle yaptıkları/topladıkları, en azından yapılışına şahit oldukları bitkisel tedavi araçları yavaş yavaş haplara ve cam şişedeki şuruplara dönüşmeye

başlamıştır artık. Dini itikad bağlamında da bir çekince söz konusudur elbette. Tanrının bahsettiği şifanın ötesinde kul icadı hazır bir hapin kullanımı ciddi bir endişe yaratmaktadır. Bu endişenin de Osmanlılara özgüllüğünden bahsetmek pek doğru olmaz. Batı'da da bu endişe kolay kolay kaybolmamıştır (Porter, Vigarello 2008, ss.274-300).

Edhem Eldem'in Fransız Kapusen Rahipleri'nin arşivlerinde bulunduğu ve en geç 18.yy başlarına tarihlediği bir Osmanlıca bir belgeye göre Osmanlı'daki ilk reklam örneklerinden biri olarak, Eredi Silvestrini (Silvestrini Varisleri) imzasını taşıyan bir "tiryak" ilanı karşımıza çıkmaktadır. Venedik'ten gelen ilaç için hazırlanan ilan da yukarıda andığımız kimi çekinceleri bertaraf etmek için, tiryakin mucidi hekimbaşı Andromako'dan ve ününden bahsedilmiş, deva olduğu rahatsızlıklar sıralanmış, ilanın sonuna da "Ve'l şâfi hüvel Allah (şifayı veren Allah'dır) ifadesi eklenmiştir (Oskay, s.66; Eldem 1994, s.15)

Görüldüğü üzere hele bu kul bir ehl-i İslam değil de kefere ise endişe birkaç kat artmaktadır. Belki de bu nedenle ilk eczane İstanbul'da 1757 yılında açılmış olmasına rağmen 1820'lere gelindiğinde bile tiryak ve melisa ruhundan başka hazır ilaç bulunmamaktadır. 1890'da bu rakam 5-6 civarında olmakla beraber 'Müslüman' eczacıların sayılarının artışıyla 1900 senesinde hazır ilaçta 120 sayısına ulaşılmıştır. Kuşkusuz bunda da Ethem Pertev Bey'in elle çalışan makineyle ürettiği komprime ilaçların varlığının büyük katkısından söz edebiliriz (Emiroğlu 2001, ss.288, 289).

2. OSMANLI BASININDA REKLAM

Tüketimle gazete ve reklam arasında pragmatik bir ilişkiden bahsedebiliriz. Bu ilişkinin tarihi Avrupa'da 17.yüzyıla kadar uzanırken Türkiye'de bu ilişki en fazla 19. yüzyıl ortalarına uzanmaktadır. Bu açıdan basın ve "ilânât"ın tarihine tüketimle olan ilişkisine bakmak gerekecektir. Orhan Koloğlu Batı'da gazetenin ticaretin bir aracı olarak ve de kapitalizmin gelişmesi için burjuvanın icat ettiği bir araç olarak ortaya çıktığını, fakat buna karşın Türkiye'de ise, gazeteyi burjuvanın değil devletin çıkardığına vurgu yapar (Koloğlu 2001, s.6; Çakır 1997, ss. 35-41). Gazetenin ticari kaygılarla değil siyasi kaygılarla ve amaçla Osmanlı'da ortaya çıkmasından dolayı gazete henüz tüketim için bir araç olmaktan uzaktır. Fakat reklâmın ilk şekli olan ilanların yavaş yavaş genelde resmi de olsa 19.yy'ın ortalarına doğru çıktığına şahit oluyoruz. Reklamın gazetede "ilânât " başlığı altında verilmesi 2 Mayıs 1846'dan itibaren Vekayi-i Misriyye'de ve daha sonra çıkan gazetelerde görülmeye başlanmıştır. Kapitalizme eklenme süreciyle birlikte gazetelerde sık sık yer bulmaya başlayan reklâmlar İttihat Terakki'nin yerli tüccar yetiştirme gayesinin bir sonucu olarak reklâmlara da yansır. Yerli tüccar, yerli olmayan bir ürüne, yerli tüketiciler kazandırmak amacıyla kamuoyu oluşturmak için reklâmı etkili bir yol olarak benimsemiştir artık. 1909'da yabancılar tarafından İlançılık Kolektif şirketinin kurulması bu tarihten itibaren gazete ilanlarının daha etkin kullanıma girdiğinin bir göstergesidir.

Reklâm/ilan veya eski tabiriyle ilânât meselesinde unutmamız gereken bir diğer nokta da İslam kùltürünün etkisiyle Osmanlı/Türk kùltüründe övünmenin ayıp sayılmasıdır. Neticede ilanı verilen ürün bir iddia ile muhatabının karşısına çıkar. Tıbbi içerikli ilanlarda bu iddia doğal olarak bir illete deva olmak olunca mesuliyet artmakla birlikte itikadı İslam olanlar için vicdani yük bir o kadar ağırlaşmaktadır. Belki de bu nedenle ilanlardaki üslup genelde haber verici bir nitelik gösterip sorumluluk adı geöen falan ÷lkedeki filan hekim tavsiyelerine atıflarla paylaştırmakta ya da tanıklıklarla ilacın tanıtımı ve dolayısıyla vebali yine tüketicilere yüklenmeye öalışılmıştır.

Gazetelerde yayımlanan diğer ilanlarla karşılaştırarak tıbbi içerikli ilanların oranını tespit etmek oldukça zordur. Bunun nedeni olarak gazete koleksiyonlarının noksanlığı ve özel ilanlara ayrılmış sütunların resmi ilanların artışına paralel olarak zaman zaman azalması gösterilebilir. Elimizdeki verilerle tüm bu tespitteki çekincelere rağmen tıbbi içerikli ilanların tüm ilanlar içerisinde ortalama %30-40'lık bir oranı kapsadığından bahsedebiliriz. Özellikle ilaç ve eczane ilanları görsel açıdan dikkat çekici ve gazete sayfasında daha çok yer kaplamasına rağmen sayı olarak doktor ilanlarının altında kalmaktadır. Doktor ilanlarının diğer tıbbi içerikli ilanlara oranı ise %40 civarındadır. Belli bir tıbbi malzeme veya doktor ilanının yayımlanma periyoduna ilişkin kesin bir bilgi vermek de oldukça güçtür. Fakat kimi istisnai ürünlerin bir reklâm kampanyası çerçevesinde gazetenin her sayısında karşımıza çıktığından da bahsedebiliriz. İlanların İzmir gazetelerindeki dağılımına değinecek olursak Ahenk gazetesinin başı çektiği görülecektir. Belli doktorların sürekli aynı gazetelere ilan vermesi gibi belli tıbbi malzeme ilanlarında da bu özellik göze çarpmaktadır. Eczane ilanlarını bu konuda istisna olarak değerlendirmek yerinde olacaktır. Aynı eczanenin ilanı farklı farklı gazetelerde karşımıza çıkmaktadır.

Örneklerle zenginleştireceğimiz tıbbi içerikli reklâmları çeşitli gruplar altında incelemek faydalı olacaktır. Bu anlamda doktorlar, eczaneler, ilaçlar, tıbbi malzeme ve son olarak da İzmir ve civarında bulunan kaplıcalar hakkında verilen ilanlar incelenecektir.

2.1. Doktor ve Eczane İlanları

19.yy. İzmir tarihi çalışmalarının araştırmacılarına çıkardığı güçlüğün, diğer yerel tarih araştırmacılarının karşılaştıklarından bir miktar daha fazla olduğunu söylemek pek de yanlış olmaz. Osmanlı/Türk yerel tarihçiliğinin genel geöer sorunlarının yanında İzmir çalışmalarını derinden etkileyen önemli dinamik ise şehrin nüfus artışı başta olmak üzere bölgedeki diğer şehir ve kasabalara oranla her alanda astronomik denecek bir hızda büyümesidir (Kıray 1998, s.32). İnanılmaz hızda büyüyen bu şehrin sosyal hayatındaki değişimin takibi ise oldukça güçtür. Özellikle meslek gruplarının tespiti, bu gruplara mensup, sosyal ve ekonomik hayatta aktif mevcut kişi sayısının belirlenmesi de ayrı bir öneme sahiptir. Engin Berber'in, Meşrutiyet'in 100.yıldönümü anısına, İzmir Büyükşehir Belediyesi Kent Kitaplığı Yayınları'ndan dilimize kazandırarak tek kitapta topladığı 1876 ve 1908 yıllarına ait iki Yunanca rehberde özellikle meslek

guruplarının dağılımına ilişkin veriler oldukça dikkat çekicidir. Bu rehberlerden ilki olan *1876 Artık Yılına (Ait) İzmir Takvim'i ve Rehber'i*nde konumuzla ilişkili olarak faaliyet gösteren 52 doktor, 3 göz doktoru, 5 diş doktoru, 4 aşı yapan ve 32 eczacı ismi ve adresi yer almaktadır (Berber 2008, ss.42-45). *Mihail İ. Mihailidis tarafından 1908 Yılına (Ait) Dünya Ticaret Rehberi'nin (Pankomios Emborikos Odigos tu Etus 1908)* İzmir'e ayrılmış kısmında ise bu rakamlar - ki sadece Rum meslek erbaplarını göstermektedir - 43 doktor, 8 diş doktoru ve 13 eczacı şeklindedir (Berber, ss. 100, 108, 113-114). Ayrıca bu rehberde sadece ecza ticaretiyle uğraşan 9 tüccarın adı verilmektedir. Bu da İzmir'deki tıbbi malzeme ve ecza sektörünün nüfusa oranla hiç de küçümsenmeyecek bir düzeyde olduğunu göstermektedir (1).

Sektörün İzmir'deki durumuna ilişkin bu genel nitelikteki bilginin ardından ticari bağlamda reklâm ilanlarına bakmak faydalı olabilir. Doktorların verdiği ilanların çoğunun görsel açıdan dikkat çekici olmadığını belirtmeliyiz. İlanlarda kimi zaman doktorların isimleri büyük, koyu ve gösterişli harflerle dizilmiş, bu da ilana dikkat çekme açısından önemli bir özellik olmuştur. Doktor ilanlarında çoğunlukla iki yol izlendiği görülmektedir. Bunlardan ilki ilan başlığında doktorun adının verilmesi ve takip eden satırda uzmanlık alanı veya alanlarının belirtilmesidir. Diğer yol da bunun tam tersi olarak önce uzmanlık alanı/alanlarının sıralanması ve takip eden satırda doktorun isminin verilmesidir. İlan metninin ise, genel bir kalıbı olduğunu söylemek mümkündür. Öncelikle doktorların hangi eğitim kurumlarından diploma aldıkları ya da daha önce çalıştıkları veya çalışmakta oldukları kurumlardan bahsedilmektedir. Söz konusu ilanlarda doktorların yurtdışında tahsil yapmış ya da Paris ve Viyana'daki hastanelerde çalışmış oldukları özellikle belirtilmektedir. Bu girişten sonra doktorun tedavi ettiği hastalıkların bir listesi verilmekte ve bu hastalıkları en modern usullere göre tedavi ettikleri özellikle vurgulanmaktadır. Bu açıdan göze çarpan en önemli özellik doktorların uzmanlık alanlarını oldukça geniş tuttukları, hemen her hastalığı tedavi edebildikleri izlenimini vermeleridir.

Bir örnek vermek gerekirse 6 Şubat 1908 tarihli Ahenk gazetesine Doktor Sami Sezai Bey için verilen ilanda doktorun basur memelerini ve bel soğukluğunu, göz ve kulak hastalıklarını tedavi ettiği belirtilmektedir. Bu durumun istisnasını göz ve diş tabibi ilanları oluşturmaktadır. Reklâm metni doktorun hastalarına nerede baktığını belirten bir ibareyle son bulmaktadır. Bu ibarelerde doktorların zaman zaman kendi evlerinde hasta baktıklarını ve pek azının bir muayenehanesinin olduğunu bu ilanların son kısımlarından anlamaktayız. Yine söz konusu dönemde oldukça sık rastlanan bir olgu da doktorların günün belli saatlerinde veya haftanın belli günlerinde eczanelerde hasta baktıklarıdır. Örneğin 2 Aralık 1910 tarihli Ahenk gazetesinde ilanı çıkan Doktor Mercan Ritosyan'ın sabah sekizden dokuza kadar Tilkilik civarındaki Eczahane-yi Osmaniye'de, dokuzdan ona kadar Konak caddesindeki Osmanlı Eczahanesi'nde, öğleden sonraları ise kendi evinde hasta baktığını okumaktayız. Sayıları az olmakla birlikte cerrah ve kimyagerlere de bu ilanlar arasında rastlamaktayız. Ancak bu şahısların daha çok eczanelerin bünyelerinde çalıştıklarına dikkat çekmek isteriz.

Gazetelere verilen tıbbi içerikli ilanlar arasında rekabetin belki de kendisini en çok hissettirdiği grup eczane ilanlarıdır. Mehmet Altun, İbrahim Edhem Ulagay üzerine yaptığı çalışmasında buna farklı bir açıklama getirmiştir. Ona göre: bu dönemin en dikkat çekici yanı müstahzarların tamamının eczanelerde ya da eczane sahiplerinin kurduğu küçük laboratuvarlarda üretilmesiydi. Her eczanenin rafında yurt dışından gelen ilaçların yanında kendi üretimi olan müstahzarlar da bulunurdu. Bunlar hep aynı türde müstahzar olduğundan eczaneler arasında yoğun bir rekabet vardı. Bir eczanenin diğer bir eczaneye ya da üreticiye ait müstahzarları satması söz konusu bile olamazdı. Bu koşullar altında gazetelere yerli üretimlerle ilgili verilecek ilanlar yarar sağlamayacak, eczane ilanları daha ön plana çıkacaktı.

İncelediğimiz eczane ilanlarına baktığımızda bu yargının İzmir için geçerli olduğunu söylemek güçtür. Eczaneler çoğu zaman müstahzarat ismi vermemekle birlikte ilanlarında “her türlü müstahzarat-ı Osmaniye ve ecnebiye”nin bulunduğu dikkat çekmektedirler. Bu anlamda eczaneler arasında bir rekabet olmadığını söyleyebiliriz. Eczaneler arasında asıl rekabet alanını müşterilerine sağladıkları muayene hizmetleri oluşturmaktaydı. Doktor ilanları bahsinde gördüğümüz üzere çoğu doktor eczanelerde de hasta bakmaktaydı. Bu açıdan dönemin eczaneleri aynı zamanda birer poliklinik vazifesi de görmekteydi. Burada eczanelerden bağımsız ve yine poliklinik olarak adlandırabileceğimiz bir kurumun ilanını 14 Mayıs 1914 tarihli Ahenk gazetesindeki yayımlandığı da belirtilmek durumunda. Adı İzmir Muayenehane-yi Tıbbisi olan bu kurumun aynı zamanda Bakterioloji, Kimya ve Teşrih-i Marazi laboratuvarı olduğu da ilanda vurgulandığı gözükmektedir.



Resim 1: Ahenk, 19 Kanun-ı Sani 1908

Eczane ilanlarında genel olarak izlenen yol, her türlü ilacın, en taze aşı ve serumlar ile kokulu sabun, kolonya, pudra gibi itriyat malzemelerinin bulunduğu vurgulayan bir girişten sonra “ecza-hanemize müdavim etibba-yı mahsusa” ve benzeri ifadelerle hizmet veren doktorların isimleri ve uzmanlık alanlarının sıralanmasıdır. Aynı zamanda eczanelerde kimyager ve bakteriyologlar tarafından tahliller yapıldığı, hatta bazı eczanelerde cerrahların ameliyat icra ettiklerini bu ilanlardan öğreniyoruz. Sloganı “Safiyet-i deva, istikamet-i muamele, itidal-i fiyat” olan II. Meşrutiyet’in başlarında İzmir’in nadir Türk eczanelerinden olan ve 1911 yılında Süleyman Ferit (Eczacıbaşı) tarafından satın alınacak Şifa eczanesinin sahibi Hüseyin Rifat Bey’in tüm



Resim 3: Ahenk, 10 Temmuz 1909

bunlara ek olarak verdiği başka hizmetler bu alanda eczaneler arasındaki rekabetin boyutlarını ortaya koyar niteliktedir. Aynı slogan Süleyman Ferit Bey'in 3 Şubat 1910 tarihli *Ahenk* gazetesine verdiği Eczahane-yi Umumi ilanında da kullandığı göze çarpmaktadır. Hüseyin Rifat Bey 24 Eylül 1908 tarihli *Hizmet* gazetesine verdiği ilanda şahsi menfaatlardan çok halka hizmet etmeyi benimsediğini vurgulamakta ve İzmir çevresinde yaşayan hastaların şehre gelmeden önce mektupla müracaat etmeleri halinde otel veya ikametgah bulunacağı ve hastalığın gerektirdiği uzmanlığa göre doktor tavsiye edileceğini belirtmektedir. Hüseyin Rifat Bey bu hizmetlerden dolayı hastalardan herhangi bir ücret alınmayacağını da özellikle vurgular. Süleyman Ferit Bey'in, Şifa eczanesini satın aldıktan sonra bu hizmeti devam ettirdiğini yine ilanlardan takip etmekteyiz.

2.2. İlaç ve Tıbbi Malzeme İlanları

Gazetelerde yayınlanan ilaç ilanlarına gelince II. Meşrutiyet'in başlarında ilaç ilanlarının çoğunlukla yabancı markalar olduğunu görmekteyiz. Bu ilanlar arasında romatizmaya karşı kullanılan Muskovitin, kurt ve solucan hastalıklarına iyi gelen Faritol gibi tek bir hastalığı tedavi etmeye yönelik ilaçlar olduğu gibi çok çeşitli hastalıkları iyileştirdiği öne sürülen ilaçlar da yer almaktadır. 1908 yılından itibaren ilanlarını görmeye başladığımız yanık, yara, öksürük, mide hastalıkları, ishal ve kolera gibi dahili ve harici hastalıklara iyi geldiği iddia edilen Pain Killer adlı ilacı buna örnek olarak verebiliriz. (bkz.Resim1) Ancak bu ilacın 1912 yılında yayınlanan ilanlarına göz attığımızda etki alanının sadece mide hastalıklarıyla sınırlandırıldığını görüyoruz.(bkz. Resim 2)

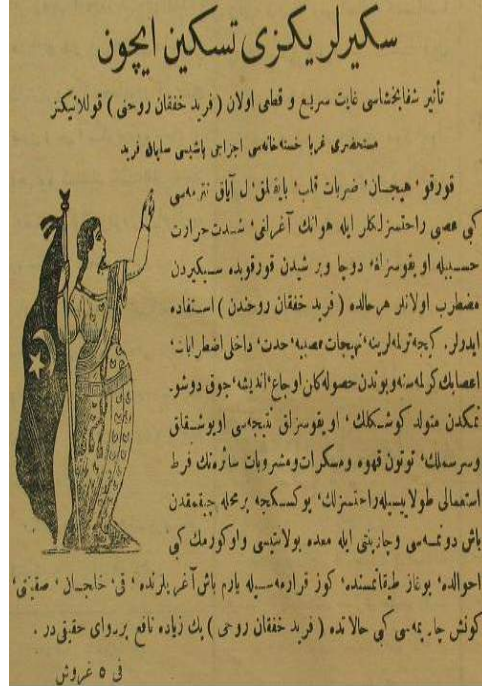


Resim 2: Ahenk, 8 Kanun-ı sani 1912

Söz konusu dönemde belki de en hırslı reklam kampanyasını Pink haplarının yaptığını söylemek yanlış olmaz. Mide rahatsızlıkları, kansızlık, romatizma, kadın hastalıkları ve baş ağrılarının pek

çoğunun doğrudan doğruya ya da dolaylı olarak kan bozukluğundan kaynaklandığı ve kanı yenileyerek bu hastalıkları da tedavi ettiği iddia edilen bu ilacın 1908'den 1911'e kadar yoğun bir şekilde sürdürülen kampanyasında çok çeşitli teknikler bir arada kullanılmıştır. İlanların başlıklarında "Bel Ağrısı İnsanı Bedbaht Eder", "Kadınlar İçin Mühim Bir İlaç", "Emsalsiz Bir İlaç" gibi ibareler ve zaman zaman da bu ibarelere eşlik eden acı çeken insan tasvirleri konmuştur. Buna ek olarak ilacın hedef kitlesinin de her yaşta insan olduğunu ve buna uygun ilanlar verildiğini görmekteyiz. (bkz.Resim3) Pink haplarının çocuklarda da kullanılabileceğini savunan ve "Validelerin Mesuliyeti" başlığı altında yayınlanan ilanında annelerin çocukların sağlığından sorumlu oldukları ve çocukların büyüme çağında yeterli gıda alamamaları halinde canlarının tehlikede kalacağı yolunda yorumlar bulunmaktadır. Aynı şekilde "Fakr-ı dem (kansızlık) ile İlbahar" başlığı altında yayınlanan ilanda ise genç kızların ergenlik çağında meydana gelen kansızlık eğer tedavi edilmezse mezarın kapısını açar gibi ürkütücü ifadeler yer almaktadır. Yine Pink hapları ilanlarının başvurduğu bir diğer teknik de ilacı kullananların tanıklıklarına başvurmaktır. Toplumun her kesiminden insanın tanıklığından yararlanılmıştır. Özellikle o dönemde pek rastlanmayan başı örtülü Müslüman Türk kadını tasviri bile ilanlarda yer almıştır.

Pink haplarının sadece bu dönem içerisinde değil, geçmişte de zaman zaman bu tür geniş kapsamlı kampanyalarla piyasaya çıktığını görmekteyiz. Rauf Beyru, (2005, ss. 248-251) Pink haplarının 1899 yılında yayınlanan ilanlarından örnek vermektedir. İlacın ne kadar faydalı olduğunu vurgulamak üzere yine tanıklıklara başvurulduğu görülmektedir. Ancak bir süre sonra Pink haplarının yasaklandığını Ahenk gazetesinde yer alan haberlerle ortaya koyan Beyru bu yasağa ciddiyle uyulmadığını şöyle dile getirmektedir: "Ancak bu da, herhalde örneklerine sıkça rastladığımız 'dostlar alışverişte görsün' türü bir yasaklama olsa gerektir ki, birkaç yıl sonra, aynı ilacın ... bir yeni ilanı ile karşılaşılıyor." Pink haplarının 1908 yılında tekrar yoğun bir kampanyayla ortaya çıkması Beyru'nun bu yorumunu doğrular niteliktedir.



Resim 4: Sünürlerinizi teskin için... Ferit Hafakan Rulu...
Ahenk, 21 Ağustos 1914

Bu ilaç ilanlarının yanı sıra balık yağı ve katran gibi geleneksel ilaç ilanlarının da bu dönemde yer aldığını görmekteyiz. 1911 yılından itibaren ise Süleyman Ferit

Beyin sahibi olduğu Müstahzarat-ı Osmaniye firmasının ilanlarında yerli üretimlere rastlamaktayız. Bu ürünler arasında sinir hastalıkları, kansızlık, zafiyet, kemik hastalıkları ve mide rahatsızlıkları için Ferid Şurubu ve Hapları, yüzdeki çilleri ve eldeki çatlakları yok eden Krem Ferid, kıl düşüren sıhhi Ferid pudrasını sayabiliriz. (bkz.Resim4)

Son olarak diğer ilanlara oranla sıklıkla göremediğimiz ancak ilgi çekici bulduğumuz iki ilandan bahsetmek yerinde olacaktır. Bunlardan ilki Mihail Sakalioğlu'nun ürettiği ve kemik eğriliklerini gidermeye yarayan aletlerin tanıtıldığı ilandır. Bu ilanda gerek doğuştan gerekse sonradan oluşan kemik eğriliklerinin korse, karın ve kasık bağları yardımıyla düzeltildiği tasvirlerle gösterilmiştir. Diğer ilan ise büyük puntolarla "Sağırlara Müjde" başlığıyla yayınlanmıştır. Yirminci asrın ilerlemiş medeniyetinin sağırlığa çare bulunduğunu belirten bu ilan bir işitme cihazının reklamını yapmaktadır.

3. SONUÇ

Sonuç olarak, bu tip ilanlar her ne kadar sağlık anlamında ciddi bir yenileşmenin olduğunu gösterse de her hastalığı tedavi eden doktor ve her derde derman olan ilaç ilanları gibi abartılmış reklâmlar zamanla daha ciddi boyutlara ulaşmış olacak ki bu konuda bir kısıtlamanın gelmesi Cumhuriyet döneminin el attığı ilk icraatlardan olmuştur. Bilindiği üzere ülkemizde hala tartışma konusu olmakla birlikte reçeteye satılan ilaçların kamuya yönelik reklâmlarının yapılması yasaktır.

25.06.1928 tarihli ve 1262 sayılı İспенçiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu'nun 13'üncü maddesinde bu husus açıkça belirtilmiştir. Söz konusu Kanunun ilgili maddesine göre, "Müstahzarları övme yolunda ve bunlara malik olmadıkları şifa hassaları atıf veya mevcut şifai tesirleri büyütme suretiyle sabit veya müteharrik sinema filmleri, ışıklı veya ışiksiz ilan, radyo veya herhangi bir vasıta ile reklâm yapılması memnurdur." Yani, ilaçları överek ya da sahip olmadıkları özellikleri varmış gibi göstererek veya var olan tedavi edici etkilerini büyütme suretiyle sinema, ilan, radyo veya herhangi araçla reklâmının yapılması yasaktır.

Bu Kanundan sonra çıkan Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un 22'inci maddesinde ise; "Alkol ve tütün ürünleri reklâmlarına izin verilemez. Reçete ile satışına izin verilen ilaç ve tedavilerin reklâmı yapılamaz. Diğer ilaç ve tedavilerin reklâmları dürüst, gerçeği yansıtan ve doğrulanması mümkün unsurlardan oluşacak ve ferdin zarardan korunması gereklerine uygun olacaktır." denilerek, reçetesiz olarak satışına izin verilen ilaçların, radyo ve televizyon yoluyla reklâmlarının yapılmasına olanak sağlanmıştır. İE. Ulagay'a ilişkin yapılan çalışmada da görüldüğü gibi bu kanun haksız rekabeti önleyerek Osmanlı-Türk eczacılığının gelişmesinde de büyük rol oynamıştır (Altun 2003).

SON NOTLAR

(1) İzmir Gümrüğü'ne gelen ithal malların gruplanması da görüleceği üzere ezca ve kimya ürünleri ayrı bir yer teşkil etmektedir. A. Mesud Küçükkalay'ın , Osmanlı İthalatı ve İzmir Gümrüğü 1818-1839, başlıklı çalışmasında bu ürünlerin tasnifi ve çeşitleri řu şekildedir:

ivit, Kırmızı, İstifda, Zencefre, Tiryak

Bakkam; dal bakkam, mor bakkam, santa marka bakkam

Diğer: Ahen Otu, akmelis, amber kabuğu, arpa suyu, aselbent, aşı boya, balık nefesi, pini, kakule, katran, kababe, kına, kükürt, lk, mahmude, mamir, melisa, papaz otu, revgani za, saparina, sarısabır, semi fare, sinek-i malta, slgen, slmen, şem-i revgan, şem-i asel, terementin, tutkal, zac-ı Kıbrıs, zerdeav, güherçile, kezzap suyu, kök enfiye, sarı boya, abanoz ağacı, senk-i sürme (sürme taşı), sabun, mai kezzap, kuru balık. (2007, s.201)

KAYNAKÇA

Altun, Mehmet (2003) Osmanlı'dan Bu Yana Hayallerin Gerçekleştiği 100 Yıl: İE Ulağay İlaç Sanayi, İE. Ulağay İlaç Sanayi Türk A.ř., İstanbul.

Baytop, Turhan (1985) Türk Eczacılık Tarihi, İ Yay., İstanbul.

Berber, Engin (2008) (ev), İzmir 1876 ve 1908 (Yunanca Rehberlere Göre Meşrutiyette İzmir), İzmir Büyükşehir Belediyesi Kent Kitaplığı, İzmir.

Beyru, Rauf (2005) 19. Yüzyılda İzmir'de Sağlık Sorunları ve Yaşam, İzmir.

akır, Hazma (1997) Osmanlı Basınında Reklam, Ankara.

Eldem, Eldem (1994) "Bir İlaç Reklamı zerine: Venedek'ten İthal Altınbaş Tiryakı", Toplumsal Tarih, Sayı 2, şubat.

Emiroğlu, Kudret (2001) Gündelik Hayatımızın Tarihi, Dost Yay., Ankara.

Kıray, Mübeccel (1998), rgtleşemeyen Kent İzmir, Bağlam Yay., Ankara.

Koloğlu, Orhan (2001) Reklamcılığımızın İlk Yüzyılı (1840-1940), Reklamcılık Vakfı Yayınları, İstanbul.

Küçükkalay, A. Mesud (2007) Osmanlı İthalatı ve İzmir Gümrüğü 1818-1839, Kitapyayınevi, İstanbul.

Oskay, nsal (2000) "Türk Reklamının İlk Yüzyılı: Reklam Hayat ve Yansımlar", Görüş, Eylül.

İZMİR'DE YAYIMLANMIŞ TÜRKÇE GAZETELERE VERİLMİŞ TIBBİ İÇERİKLİ İLANLAR
ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME (1908-1914)

Pınar, Tuğrul; Dicle, Oğuz (1995) Yüz Yıllık Yolculuk, Başlangıcından Günümüze Türk Radyolojisi, 5G Matbaacılık, İstanbul.

Porter, Ray; Vigarello, Georges (2008) "Beden, Sağlık ve Hastalıklar", ed. Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine, Georges Vigarello, Bedenin Tarihi I, çev. Saadet Özen, Yapıkredi Yay., İstanbul, ss.273-300.

Sarı, Nil (1999) "Osmanlı Hekimliği ve Tıp Bilimi", Yeni Tıp Tarihi Araştırmaları, 5, ss.11-68.

Ülman, Yeşim Işıl (1995), "Mekteb-i Tıbbiye-i Şahane'de Kloroformun İlk Kez Kullanılması", Tarih ve Toplum, c. 23, S.138, Haziran, ss.24-26.