

TOTBİD SAĞLIK HUKUK KURULU
HEKİMLERİN SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI DAHİL HER TÜRLÜ TALEP YARATICI
FAALİYETLERİNE ve SAĞLIKTA REKLAM YASAĞI KAVRAMINA İLİŞKİN GÖRÜŞÜ
(21.10.2020)

Özellikle pandemi süresinde göze batmaya başlayan ancak uzun yıllardır bir şekilde hekimleri rahatsız eden görseller, sosyal medya uygulamaları gibi sağlık alanında reklam amaçlı yaklaşımlara karşı Ortopedi ve Travmatoloji uzmanlarının dikkate alınması gereken hususlara yönelik kurulumuzun görüşü aşağıdadır.

Öncelikle görüşlerimizin değer kazanması adına bazı tanım ve kavramların yapılması gerekmektedir. Buna göre;

- **SAĞLIKTA REKLAM YASAĞI NEYİ İFADE EDER?**

Reklam faaliyetleri, bir ürün ya da hizmetin satışında artış sağlanması amacıyla pazarlama stratejisi olarak uygulanan faaliyetler bütünüdür. Reklam faaliyetleri, ticari faaliyetlerin bir uzantısı olduğu için Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından incelenmektedir. Hukuki düzenlemeler ile bazı alanlarda anayasal hakların zarar görmemesi amacıyla reklam uygulamalarına kısıtlamalar getirilmiştir. Sağlık faaliyetleri de reklam yasağı getirilen bu istisnai alanlardan biridir. Çünkü sağlık faaliyetleri Anayasal bir hak olan sağlık hakkı, kişinin vücut bütünlüğü kapsamında kişilik hakları ve kamu sağlığı ile doğrudan bağlantılıdır. Bu nedenle kamu sağlığı ile ilgili hassas bir alan olması nedeniyle sağlık faaliyetlerinde hizmet satışının arttırılması için reklam yapılması kabul edilemez.

Sağlık alanında, sadece sağlığı koruyucu ve geliştirici “bilgilendirici tanıtım” faaliyetlerine izin verilmektedir. Yanıltıcı, abartılı ve bilimsel olarak doğruluğu kanıtlanmayan bilgiler ile talep yaratmaya yönelik açıklamalar yasaklanmıştır.

“TALEP YARATICI FAALİYET” kavramı reklam faaliyetinin esaslarından olduğu için sağlıkta reklam yasağı mevcuttur.

Bu kapsamda hekimlerin ve sağlık kuruluşlarının talep yaratıcı her türlü eylem ve/veya faaliyetten uzak durması temel kuraldır.

- **TALEP YARATICI FAALİYET NEDİR? HANGİ EYLEMLERİ VE MECRALARI KAPSAR?**

Talep yaratıcı faaliyet; hizmetin ya da ürünün diğer hizmet ya da ürünlerden farklılığını, üstünlüğünü, yararlılığını ve benzeri özelliklerini ortaya koyan tüketici de ilgili ürün ve hizmete karşı olumlu etki yaratmayı hedefleyen her türlü faaliyettir.

Talep yaratıcı faaliyet geniş bir tanım ve kapsama sahiptir. Her somut olaya göre ayrı değerlendirilmesi yapılmaktadır. Sağlık faaliyetleri açısından TALEP YARATICI FAALİYET kavramını incelediğimizde “salt olarak sağlığı koruyucu ve geliştirmek amacıyla kamuyu bilgilendirme yönünde yapılan uygulamalar “dışındaki tüm uygulamalar talep yaratıcı kabul edilmektedir.

Burada vurgulanması gereken en önemli husus ise talep yaratıcı faaliyetin mecra ya da eylem ile sınırlandırılmadığı yönündedir. Bu kapsamda hekimin bir röportajında geçen beyanı dahi talep yaratıcı faaliyet olarak nitelendirilebilir.

Sosyal medya mecralarında yapılan her türlü uygulama, hatta bazen hastaların hekimlerin yayınladıkları postlar altına yaptıkları yorumlar dahi talep yaratıcı kabul edilmektedir. Hekimlik mesleği ile bağdaşmayan, hekimlik etik kurallarına aykırı davranışlar da etik açıdan uygun olmamakla birlikte hukuki açıdan da talep yaratıcı eylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Talep yaratıcı faaliyette bulunma yasağı aynı zamanda hekimlik mesleği etik kurallarındandır. Bu nedenle REKLAM YASAĞI kavramını, reklam broşürü, içeriği adı altında faaliyetlerde bulunmayan hekim ya da sağlık kuruluşları için sorun olmadığı sonucuna varamayız.

Sağlık kuruluşu ile hekimlerin sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları, röportajları, konuşmaları, sunumları gibi her türlü uygulamaları TALEP YARATICI FAALİYET kapsamında incelemekten geçmektedir.

- **HUKUKİ DÜZENLEMELER NELERDİR?**

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun 6. Maddede; ne tür reklamların yapılamayacağı ve örtülü reklam kavramının ne olduğu düzenlenmiştir.

1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun 24. Maddede; hekimlerin reklam yapmalarının yasak olduğu belirtilmiştir.

Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi 8. Maddede; hekimlik mesleği yerine getirilirken ticari bir algı ve yaklaşımda bulunulamayacağı, mesleğin şerefine her uygulamada üstün tutulması gerektiği, teşekkür, gazete yazısı gibi içerikler de dolaylı reklam yapılamayacağı belirtilmiştir.

Hekimlik Meslek Etiği Kuralları 11. Maddede; hekimlik mesleğine ilişkin reklam yasağı vurgulanmıştır.

Özel Hastaneler Yönetmeliği 60. Maddede; tıbbi deontoloji ve meslek etik kurallarına vurgu yapılarak sadece bilgilendirici nitelikte sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikte tanıtım yapılabileceği ile sağlık kuruluşlarının internet sitelerinin içerikleri hakkında düzenlemelerde bulunulmuştur.

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkındaki Yönetmeliği 29. Maddede, bu nevi sağlık kuruluşlarının reklam yapamayacağı, sadece bilgilendirici nitelikte sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikte tanıtım yapılabileceği hakkında düzenlemeler mevcuttur.

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği 5. Madde de ve 16. Maddede; Hasta, çocuk, yaşlı ve engellileri istismar edici ifade ya da görüntüler içermeyeceği, Hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ya da görüntüler içermeyeceği, toplumu endişeye sevk edici veya yanıltıcı biçimde; hastalık, yaralanma ve benzeri bir durumla ilgili ifade ya da görüntüler içermeyeceği yönünde düzenlemelerde bulunulmuştur.

Özel Sağlık Kuruluşlarının Bilgilendirme ve Tanıtım Faaliyetlerine ilişkin 2013/15 sayılı Genelgede; tıbbi deontoloji ve meslek etiği kurallarına atıf yapılarak bilgilendirme maksadını aşan örtülü veya açık reklam yapılamayacağı belirtilmiştir.

Türk Tabipleri Birliği Disiplin Yönetmeliği 4. Maddede; tanıtım kurallarına aykırı davranmanın ve bazı uygulamalar ya da içerikler yoluyla talep yaratıcı eylemlerde bulunulmasının disiplin cezası gerektiren eylemlerden olduğu belirtilmiştir.

TTB Hekimler ile Sağlık Kurum ve Kuruluşlarının Elektronik Ortamlardaki Paylaşımına İlişkin Kılavuz ile sosyal medya mecraları dahil her türlü içerik ve uygulamanın reklam yasağı kapsamında nasıl değerlendirildiği ayrıntılı olarak kılavuz şeklinde izah edilmiştir. Yine kılavuzda yer almayan durumların, 1219 sayılı Kanun, Tıbbi Deontoloji Tüzüğü, Hekimlik Meslek Etiği Kuralları, Türk Tabipleri Birliği Disiplin Yönetmeliği hükümlerine göre değerlendirileceği ve belirtilen kuralların ihlal edilmesi halinde ilgili mevzuat doğrultusunda gerekli işlemlerin yapılacağı vurgulanmıştır.

TÜM BU BİLGİLER KAPSAMINDA TOTBİD SAĞLIK HUKUK KURULU OLARAK ÖNERİLERİMİZ

Yukarıda açıkça belirtildiği gibi talep yaratıcı her tür faaliyet, reklam yasağı kapsamındadır. Aynı zamanda hekimlik meslek etiği kurallarına da aykırıdır. Sağlık hizmetlerini ticari meta haline getirmekten kaçınmalı, sağlık hizmetini öven, ön plana çıkartan, teşvik eden faaliyetlerden uzak durmalıyız.

Ticari kaygılardan arınan halkı bilinçlendirme odaklı uygulamalar yapmalıyız. Çünkü sağlık hizmeti memnun kalmayınca iade edilebilir bir hizmet türü değildir.

Diğer alanlarda olduğu gibi sağlık alanında müşteri yoktur, hasta vardır. Hastalar tüketici değil, insandır. Hasta hakkı bir insan hakkıdır. Sağlık hakkının vazgeçilmez bir parçasıdır.

Bilgilendirici içerikler üretilirken doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer verilmemeli ve bilginin kaynağı ve son güncelleme tarihi belirtilmelidir.

Bilgilendirici içeriklerde "sadece bilgilendirme amaçlıdır, tanı ve tedavi için mutlaka doktorunuza başvurunuz." yönünde açıklama bulunması önemlidir.

Tıbbi deontoloji ve meslek etiği kuralları internet ortamında ve sosyal medya mecralarının kullanımında da geçerlidir.

Sağlığın hassasiyet içeren bir konu olması sebebiyle içeriklerde kullanılan dil önemlidir. Kişinin kendini olumsuz algılaması ve kötü hissetmesine neden olacak ifadelerin bilgilendirici tanıtım uygulamalarında bulunmaması gerekir.

Link verme, ifade, yazı, fotoğraf, video, röportaj, haber gibi her türlü uygulama örtülü reklam kapsamında talep yaratıcı uygulama olarak kabul edilebilir. İçerik, uygulama dahil tüm eylemler bu husus dikkate alınarak düzenlenmelidir.

Hekim, hastaları arasında da özendirici faaliyetlerden kaçınmalı, tedavi öncesi – sonrası yayınlarda bulunmamalıdır.

Hekim sosyal medya hesaplarında yaptığı özel paylaşımlarda dahi mesleki faaliyetlerini ön plana çıkartan olumlu ya da olumsuz herhangi bir eylemde bulunmamalıdır. Yine hekim paylaşımlarında meslek uygulamaları ile ilişkilendirilmeyen mesleki olmayan etkinliklere yer verebilir ama bu paylaşımlarda hekimlik sıfatına ilişkin kısmi de olsa bir ibare, içerik var ise deontoloji kuralları dikkate alarak içerikleri yayınlamalıdır.

Hekimin hastası ile paylaştığı fotoğraflar dahil sağlık hizmeti sunulan alanlara ait fiziki ortamı ile tıbbi cihaz veya donanımlara ilişkin ifade ve görüntülerin kullanımı talep yaratıcı eylem olarak kabul edilecektir.

Herhangi bir ücret, kampanya ya da indirim bilgisine veya hizmetin ücretsiz olduğuna ilişkin ifadeler talep yaratıcı faaliyetlerdir.

Hastalara ait değerlendirmelere, görüş bildirimine, teşekkür ilanlarına yer verilmesi talep yaratıcı faaliyettir.

Bizzat muayene edilmeden, yöneltilen soruların yanıtlanması suretiyle tedavi önerilerinde bulunulmamalı, bu yolla hasta, belirli bir hekim ya da sağlık kuruluşuna yönlendirilmemelidir. Talep yaratıcı uygulama yanında haksız rekabet açısından da gerekli önlemler alınmalı, bir sağlık kuruluşunu ya da meslektaşı kötüleyen içeriklerde bulunulmamalıdır.

İnternet sitesinin farklı bir dilde olması riski azaltmaz. Bu durumda örtülü reklam uygulaması olarak kabul edilecektir.

Tüm uygulamalarda hastaların kişisel verileri ve mahremiyet hakları korunmalıdır.

SONUÇ OLARAK; hekim salt olarak KAMUYU BİLGİLENDİRME AMAÇLI SAĞLIĞI KORUYUCU UYGULAMALARDA BULUNABİLİR.

Bu kapsamda TOTBİD SAĞLIK HUKUK KURULU olarak meslektaşlarımızı bilgilendiriyor, bu konuda özenli hareket etmeye davet ediyoruz.

TOTBİD SAĞLIK HUKUKU KURULU