

AKTUÁLIS OLDALAK

Gyógyszerészet 41. 358–360. 1997

Kirakat pályázat

A Magángyógyszerészek Országos Szövetsége és a Gyógyszerészet közös pályázata

Dr. Kovács László

A hazai gyógyszerészet történetében szokatlan kezdeményezést közölt lapunk 1996. júniusi száma: kirakat pályázatot hirdetett meg

A Magyar Értelmező Kéziszótár* szócikkében ezt olvashatjuk: „*kirakat* fn. 1. Üzletnek az áruk bemutatására való, rendsz. az utcára néző része v. ablakmélyedése. | Az itt elhelyezett tárgyak összessége. 2. *biz pejor* Látszat (eredmény).”

Ez az értelmezés *kifejezetten* az üzlethez, a kereskedelmi tevékenységhez kapcsolja a kirakat fogalmát, ez viszont a gyógyszerészet törekvéseitől távol áll. A pályázat nem ebben az általánosan használt formájában alkalmazta a „kirakat” megjelölést, s ezt félreérthetetlenül kifejezi az elnyerhető cím, „Az év legjobb felvilágosító kirakata” megjelölés. A pályázat célkitűzései is ezt erősítik meg. Ennek szellemében értelmezve a pályázatot, beláthatjuk annak két irányú jelentőségét. Kihasználva a gyógyszertár széleskörű nyilvánosságát, a helyiség adottságait, vizuális eszközökkel is hozzájárulhatunk az egészségügyi ismeretek terjesztéséhez. Másrészt bemutatathatjuk hivatásunk törekvéseit, és ezzel a társadalom is hitelesen megismerheti a gyógyszerészet eredményeit, munkásságát. Az ebben a szellemben rendezett kirakatok nem sérthetik a jogszabályoknak a gyógyszerek reklámozásával kapcsolatos előírásait.

A felvilágosító tevékenység igazán csak akkor lehet eredményes, ha az folyamatos és időszerű is. Gondoljunk csak arra, hogy milyen hanyagságra, nemtörődömségre utal a poros, kifakult reklámok halmaza. Az ilyen kirakat nemcsak izlésromboló, de negatív megítélést is maga után von. Az elhanyagolt kirakat több kárt okoz mint hasznot, és nem növeli a gyógyszertár és a gyógyszerészet megbecsülését.

A hazai gyógyszertárak ismeretében megállapítható, hogy kevés az olyan patika, ahol a felvilágosításnak ezt az útját eredményesen alkalmazzák. Az elmúlt időszakban erre nem fordítottak kellő figyelmet, az új vagy felújított gyógyszertáraknál a kirakatra nem mindig gondoltak.

A pályázat elkészítőit és a résztvevőket dicséret illeti, hogy felismerték a lehetőséget és munkájukkal úttörőként hozzájárultak a mozgalom megindulásához.

A pályázat eredményhirdetésére 1996. október 11-én

került sor a MOSZ Siófokon megtartott konferenciájának ünnepélyes megnyitóján. A pályázat nyertese a gyöngyösi *Richter Patika*, vezetője *dr. Bartus József*. Második helyezett a *Belvárosi Gyógyszertár*, Budapest, vezetője: *Götze Endréné*, harmadik helyezett a *Fasori Patika*, Budapest, vezetője: *dr. Csányiné Kléri Éva*.

A Richter Patika pályázatában utal arra, hogy a gyógyszertár 1972-től ösztönösen és tudatosan a pályázatban megjelölt célkitűzések szellemében tevékenykedett. Ennek „számtalan megnyilvánulását adtuk nemcsak a kirakatokban (kiállítások stb. formájában), hanem a gyógyszertár külső megjelenésében, az officina díszítésében, az officinai kiállításokban is”. A gyógyszertár régóta tanújelét adja annak, hogy méltóan ápolja a Gyöngyösön nevelkedett neves gyógyszerész és gyáralapító *Richter Gedeon* emlékét mind ismertető előadások tartásával, mind a gyógyszertárban kiállított emléktárgyakkal. A kirakat szemléltetően mutatja be – a Richter gyár egy készítményén keresztül – hogyan születik egy új gyógyszer (1., 2., 3. ábra)



1. ábra. A pályázatnyertes gyógyszertár bejáratának előtere a névadó domborművével és pesti patikájának nagyméretű fali képével

A budapesti Belvárosi Gyógyszertár pályázatában a gyógyszertár vezetője így ismerteti a kirakat mondanivalóját: „*A Humet R (OGYI-430/1993) magyar fejlesztésű gyógytermék, így e magyar szellemi termék reklámozása elősegíti a hazai gyógyszerészet kedvezőbb megítélését a vásárlóközönség körében. A kirakaton elhelyezett sötétszürke selyem kiemeli a termék világos színét. Kiegészítőként az ásványi anyagokban előforduló elemekre utaló*

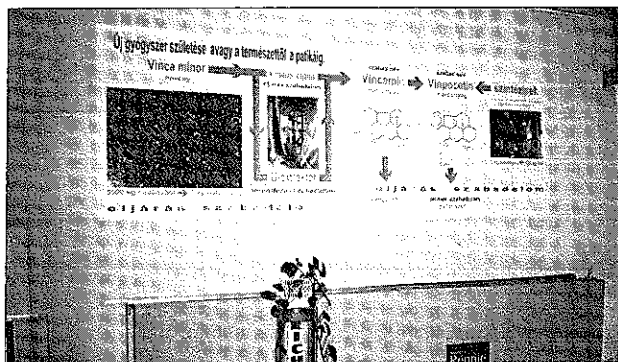
*Magyar Értelmező Kéziszótár IV. kiadás. Akadémiai Könyvkiadó, Budapest, 1980. 722 oldal



2. ábra. A pályázatnyertes gyógyszertár kirakatának egy részlete a névadó munkásságára utaló oklevéllel, könyvekkel és emléktárgyakkal.



4. ábra. A második helyezett gyógyszertár kirakatának egy részlete

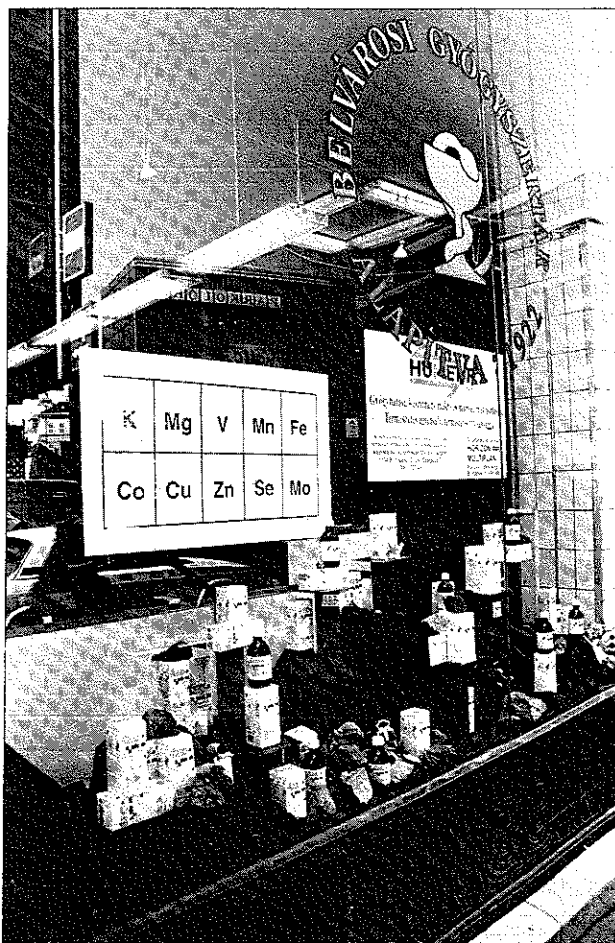


3. ábra. Részlet a pályázatnyertes gyógyszertár officinájának faláról

terméskövek, a kémiai kötések jelképező fa modellek láthatók még. A kirakatban bemutatott termékeket az officinában is elkülönítve helyezték el. A kirakatot Gimesi Tímea kirakatrendező tervezte és kivitelezte (4., 5. ábra).

A budapesti Fásori Patika kirakatát a pályázatban így mutatja be a gyógyszertárvezető: „A kirakat a gyógyszerészeti munka egyik legfontosabb – de a mai rohanó világban nem mindig megvalósítható – elemére, a gyógyszerész és a betegek közötti személyes kapcsolat kialakítására kívánja felhívni a figyelmet. A középpontban elhelyezett XVIII. századi metszet a korabeli patikai hangulatot és miliőt, a nyugodt „megbeszélős” stílust idézi fel, jelezve egyben a gyógyszerészet évszázados hagyományait. Ugyanerre a személyes kapcsolatra utalnak a mai kor szellemében megfogalmazott feliratok is... A kompozíciót, amely formailag a patikaemlékmát követi, az időszaknak megfelelő információs anyag egészíti ki.” A kirakatot Kettinger Klára dekorátor (Deko Pharma Kft.) készítette (6. ábra).

A nyertes pályázatok mellett megemlítünk két további is, amelyek a Richter Gedeon gyár készítményeivel foglalkoztak.



5. ábra. A Humet R a második helyezett gyógyszertár kirakatában



6. ábra. A harmadik helyezett gyógyszertár kirakata

Budapesten a *Teréz Patika*, vezetője *dr. Bényi Elemérné*, „Biztonságos fogamzásgátlás” témakörű kirakattal nyújtotta be pályázatát. A kirakat a Richter Gyár termékeihez kapcsolódóan mutatja be a hormontartalmú fogamzásgátló készítmények terjedését, hatását.

A *Szent Margit Gyógyszertár*, Dorog, vezetője: *dr. Kelemen Jánosné*, „A Richter gyár és a lecitin” témát választotta. Mint Richter referencia patika a gyár fejlődését mutatja be képek segítségével.

Áttekintve a pályázatokat megállapíthatjuk, hogy a gyógyszerészek közül többen felismerték a „kirakat” nyújtotta lehetőségeket. A kezdeményezések biztatóak és reményt nyújtanak arra, hogy az egészségnevelő-felvilágosító tevékenységben a gyógyszerészek mind nagyobb számban élnek a pályánk megbecsülését, a társadalom egészségének megőrzését segítő ismeretterjesztés ezen lehetőségével.

L. Kovács: *Shop-window competition, 1996. (The best shop window of the year for patient's information). A common call for tenders of the Hungarian Association of Private Pharmacists and the editorial Board of the professional periodical „Gyógyszerészet”*

A szerkesztőség címe: Budapest, Zrínyi u 3 – 1051

Kirakat pályázat

a Magángyógyszerészek Országos Szövetsége és a Gyógyszerészet Szerkesztőségének közös pályázata

Az átalakulóban lévő gyógyszerellátás számára nélkülözhetetlen, hogy a társadalom is megfelelően méltányolja törekvéseinket. Ennek érdekében a gyógyszerészeknek is cselekedniük kell, minél szélesebb körben felhívva a figyelmet sokrétű tevékenységünkre. Ennek egyik módja lehet a gyógyszertárakban vizuális bemutatókkal is felhívni munkánkra a figyelmet.

Napjainkban tapasztalhatjuk, hogy a gazdasági (üzleti) életnek milyen fontos része a propaganda, de a gyógyszertári reklámnak nemcsak üzleti célokat kell szolgálnia, hanem hivatásunk sajátosságaiából adódóan a betegek tájékoztatását, egészségnevelését, a gyógyszerészet megismerését is.

Mindezek alapján a Magángyógyszerészek Országos Szövetsége és a Gyógyszerészet Szerkesztősége pályázatot hirdet

„Az év legjobb felvilágosító kirakata” cím elnyerésére.

A versenyben – tulajdonviszonyoktól függetlenül – valamennyi közfoglalmú gyógyszertár részt vehet a közterületek felé nyíló kirakatokban, illetőleg az officinában elhelyezett bemutatókkal, tablókkal. A pályázatok meg kell feleljenek a jogszabályi feltételeknek.

Az elbíráláskor az alábbi szempontokat vesszük figyelembe:

1 Mennyiben segíti a gyógyszerészi tevékenység megismerését, megbecsülésének növelését • 2 Hozzájárul-e a gyógyszerészet – elsősorban hazai vonatkozású – eredményeinek, jelentős személyeinek és eseményeinek bemutatásához • 3 Összhangban van-e a feldolgozott téma és a bemutatás módja a gyógyszertár közegészségügyi jellegével • 4 Mennyiben járul hozzá az egészségügyi felvilágosításhoz • 5 Segíti-e az egészségnevelés gondolatát.

A pályázatokat – a kirakatról készített fotókkal és szöveges ismertetéssel – 1997. szeptember 15-ig kérjük a Gyógyszerészet Szerkesztőségének (Budapest 1051 V, Zrínyi u. 3.) vagy a Magángyógyszerészek Országos Szövetségének (Kecskemét, 6000 Baththyány út 15.) címére küldeni szíveskedjenek.

A pályázat eredményhirdetésére 1997. októberben, Siófokon a Magángyógyszerészek Országos Szövetsége VII. Kongresszusán kerül sor.

Budapest, 1997. május

Dr. Mikola Bálint
MOSZ elnök

Hankó Zoltán
felelős szerkesztő