7/2553

T.C.
SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI
Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü

Sayı : B.14.O.TRK.13.00.01/ 12140 09 HAZİRAN 2004
Konu : Yazılı Soru Önergesi

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞI
GENEL SEKRETERLİĞİNE

İLGİ: a) 13.05.2004 tarih ve KAN.KAR.MD.A.01.0.GNS.0.10.00.02-7/2553-5598/18906 sayılı Başbakanlık'a gönderdiğiniz yazı.
b) T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğünün 18.05.2004 tarih ve B.02.0.KKG.0.12/106-356-5/2371 sayılı yazısı.

İlgi (b) de kayıtlı yazı ekinde alınan Adana Milletvekili Sayın Atilla Başoğlu'nun yazılı soru önergesi aşağıda cevaplandırılmıştır.

Bilindiği üzere reklam; "Tüketicileri bir mal veya markanın varlığı konusunda uyarmak ve mala veya markaya, hizmet ve kuruluşa doğru eğilim yaratmak amacıyla göze ve kulağa hitap eden mesajların hazırlanması ve bu mesajların yayınlanmasıdır." şeklinde tarif edilmiştir.

Ancak, çeşitli sebeplerle mal ve hizmetlere yönelik tanıtımların, reklam olduğu anlaşılmayacak şekilde yapıldığı görülmektedir. Özellikle toplumun, reklamların güvenirliliğine şüpheyle yaklaşması, buna karşılık haberlerin tarafsız ve güvenilir olduğuna ilişkin kanı, medyada sık sık haber görünümünde ya da sponsor firmalara ilişkin görüntü ve ifadelere, desteklenen program içerisinde yer verilerek, tüketicilerle farklı bir kanaldan iletişim kurulmuş amacıyla bu tür reklamlar yapılmaktadır. Kuşkusuz, yayın organları, mallar, hizmetler veya firmalar hakkında bilgi vermek üzere yayın yapabilirler. **Ancak, bir radyo veya televizyon programı içerisinde yahut bir gazetede haber görünümü altında bilgi vermenin ötesine gidilerek, reklam yapma amacıyla yayın yapılması durumunda gizli ya da örtülü reklamdan söz edilir.** Bu amacın tespiti, yani bilgi vermenin ötesine geçilip geçilmediği, diğer bir ifadeyle reklam yapma iradesinin bulunup bulunmadığı, her somut olayın özelliklerine göre ayrı ayrı değerlendirilmektedir.

Bu açıklamalar ışığında örtülü reklam; "Yayıncı tarafından reklam yapma maksadıyla, malların, hizmetlerin, ismin, ticari markanın veya üretici veya hizmet sağlayıcının faaliyetlerinin, para karşılığı veya benzer sebeplerle, radyo ve televizyon programlarında veya gazete, dergi gibi yazılı basın haberlerinde ve makalelerde logo, ticari unvan, tescilli marka, görüntü, sözlü ifade veya bunları çağrıştırabilecek imalar yoluyla tanıtımı" şeklinde tanımlanmaktadır.

Örtülü Reklam kapsamına giren uygulamalar ise;

-Haber programlarının içinde bir haber şeklinde izleyiciye duyurulan reklamlar,
-Sponsor firmalarla ilgili görüntü veya ifadelerin desteklenen programlarda yer alması,
-Sponsor firmalara ait ürünlerin programlarda yer alması dışında ürün yerleştirme,
-Tüketiciler ikaz edilmeden yapılan sanal reklam,
-Bilinçaltı reklamcılık gibi türlerdir.

7/2553

4077 sayılı Kanun'un değişik 17 nci maddesi hükmü uyarınca, ticari reklam ve ilanlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemek, bu ilkeler çerçevesinde ticari reklam ve ilanları, ***re'sen veya başvuru üzerine*** incelemek ve inceleme sonucuna göre, 16 ncı madde hükümlerine aykırı reklam ve ilanları üç aya kadar tedbiren durdurma ve/veya durdurma ve/veya aynı yöntemle düzeltme ve/veya para cezası verme hususlarında görevli, üyelerinin çoğunluğu çeşitli meslek kuruluşu ve sivil toplum örgütlerinden oluşan 25 kişilik bir Reklam Kurulu oluşturulmuştur.

Bilgilerinize arz ederim.

Ali COŞKUN
Sanayi ve Ticaret Bakanı