

7/13483

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

Sayı : B 14 0 TRK 0 11 00 01/
Konu : Yazılı soru önergesi.

13494

02 MAYIS 2006

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞI
GENEL SEKRETERLİĞİNE
(Kanunlar ve Kararlar Dairesi Başkanlığı)

İLGİ: 12.04.2006 tarih ve 20159 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazınız ekinde alınan Muğla Milletvekili Sayın Ali Cumhur YAKA tarafından Bakanlığımıza yöneltilen sorular incelenmiş olup, konuya ilişkin görüşlerimiz aşağıda belirtilmiştir.

Soru 1: Film öncesi yapılan reklamların süresi, içeriği “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” gereği tüketicilerin bilgilendirilmesi gerekmez mi?

Cevap 1: 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Ticari Reklam ve İlanlar” başlıklı 16 ncı maddesinde;

“Ticari reklam ve ilânların kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır.

Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürlüleri istismar edici reklam ve ilânlar ve örtülü reklam yapılamaz.

Aynı ihtiyaçları karşılayan ya da aynı amaca yönelik rakip mal ve hizmetlerin karşılaştırmalı reklamları yapılabilir.

Reklam veren, ticari reklam veya ilânda yer alan somut iddiaları ispatla yükümlüdür.

Reklam verenler, reklamcılar ve mecra kuruluşları bu madde hükümlerine uymakla yükümlüdürler.” hükmü bulunmaktadır. Bu madde hükmü, nerede yayımlandığına bakılmaksızın hedef kitlesi tüketici olan tüm ticari reklam ve ilanlarda bulunması gereken temel özellikleri içermektedir. Bu itibarla, sinema filmlerinden önce yayımlanan reklamların içeriğine de anılan madde hükmünün uygulanacağı açıktır.

4077 Kanun’un 17 inci maddesi uyarınca oluşturulan Reklam Kurulu tarafından sinema filmleri öncesi veya arasında gösterilen ticari reklam ve ilanların Kanun’un 16 ncı maddesine aykırı olup olmadığı yolunda incelemesi mümkün görünmektedir. Kurul, bu hususta herhangi bir aykırılık görür ise, inceleme sonucuna göre Kanun’un 16 ncı maddesi hükümlerine aykırı ticari reklam ve ilanlar hakkında üç aya kadar tedbiren durdurma ve/veya durdurma ve/veya aynı yöntemle düzeltme ve/veya idari para cezası uygulayabilmektedir.

Ayrıca, Reklam Kurulu’nun sinema filmlerinden önce yayımlanan reklamların sürelerine ilişkin düzenleme ve bu düzenleme uyarınca inceleme yapma yetkisi

bulunmamaktadır. Bu konuda Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan daha ayrıntılı bilgi alınabileceği düşünülmektedir.

Soru 2: Yaş sınırlaması olmayan filmlerin öncesi, ürün reklamları kuşağında yer alan alkollü içecek reklamları ile çocuklarımızın etkilendiğini düşünüyor musunuz? Bu konuda tüketicilerden ve kurumlardan şikayet geldi mi?

Cevap 2: 5224 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun'un 3/f maddesinde değerlendirme ve sınıflandırma "*Ülke içinde üretilen veya ithal edilen sinema filmlerinin ticarî dolaşıma ve gösterime sunulmadan önce, gösterim ve iletim biçimleri dikkate alınarak kayıt ve tescile de esas olacak şekilde kamu düzeni, genel ahlâk ile küçüklerin ve gençlerin ruh sağlığının korunması, insan onuruna uygunluk ve Anayasada öngörülen diğer ilkeler doğrultusunda denetlenmesi, değerlendirilmesi ve sınıflandırılması*" biçiminde tanımlanmıştır. Aynı Kanun'un 7 nci maddesinin ikinci fıkrasında filmlerin, değerlendirme ve sınıflandırma sonucunu gösterir işaret veya ibareleri taşıması zorunlu tutulduğu takdirde, bu işaret veya ibarelerin her türlü tanıtım ve gösterim alanında ve taşıyıcı materyal üzerinde kullanılmasının zorunlu olduğu hüküm altına alınmış ve 13 üncü maddesinin ikinci fıkrasının (c) bendinde üzerindeki işaret ve ibarelere rağmen bu işaret ve ibarelere uyulmaksızın dağıtım ve gösterim yapanlara 50.000 YTL idari para cezası verileceği hükme bağlanmıştır.

Söz konusu Kanun'un uygulanmasına ilişkin olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 18.02.2005 tarih ve 25731 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 12 nci maddesinin (a) bendinde ticarî dolaşıma veya gösterime sunulması uygun bulunan ancak içerikleri nedeniyle seyircinin bilgilendirilmesi veya izleyici kitlesi için yaş sınırı uygulanması gereken filmlerde bu Yönetmeliğin Ek-A'sında yer alan işaret ve ibarelerin kullanılmasının zorunlu tutulabileceği; bu durumda, söz konusu işaret ve ibarelerin, on iki puntodan küçük olmayacak şekilde, filme ilişkin tüm taşıyıcı materyal, afiş, broşür ve diğer tanıtıcı malzeme ile jenerikte kullanılmasının, ayrıca, gösterim veya tanıtım yapılan tüm mekânlarda rahatça görülebilecek şekilde bulundurulmasının da zorunlu olduğu belirtilmiştir.

Anılan Yönetmeliğin Ek-A'sında ise 7 yaş, 13 yaş ve 18 yaş üzeri izleyici kitlesine yönelik içerik belirten işaret ve ibareler gösterilmiştir.

4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İhisi Kanunu'nun ve Alkol ve Alkollü İçkilerin İç ve Dış Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 19 uncu maddesinde her çeşit alkol ve alkollü içkinin televizyon, kablolu yayın, radyo ve kamu yayın araçları ile reklamının yapılması yasaklanmıştır.

Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu Başkanlığı tarafından 18.01.2005 tarih ve 25704 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Alkollü İçki Reklamlarında Uyulacak İlkeler Hakkında Tebliğ'in 2/a maddesinde;

"Alkollü içki reklamları, ergin olmayan(18 yaşından küçük) gençlere ve çocuklara yönelik olmamalı ve ergin olmayan gençler, ergin olduğu halde fiziki olarak ergin görünmeyen kimseler ve çocuklar alkollü içki reklamlarında kullanılmamalıdır." denilmiştir.

Reklam Kurulu tarafından belirlenip Bakanlığımızca 14.06.2003 tarih ve 25138 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin "Çocuklara ve Reşit Olmayan Gençlere Yönelik Reklamlar"

başlıklı 18 inci maddesinde çocuklara ve reşit olmayan gençlere yönelik olan veya onları etkileme olasılığı bulunan reklamlar ile içinde çocukların veya reşit olmayan gençlerin kullanıldığı reklamlara ilişkin düzenleme yapılmış olup;

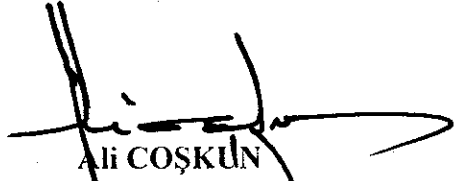
"a) Saflıklarını, bilgi eksikliklerini ve tecrübesizliklerini istismar edemez.

b) Fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz etkileyecek hiçbir ifade ya da görüntü içeremez." hükümlerine yer verilmiştir.

Yukarıdaki düzenlemelerin birlikte değerlendirilmesinden, 4250 sayılı Kanun'da sinema salonlarında alkol ve alkollü içkinin reklamının yapılmaması açıkça düzenlenmemiş ise de, 5224 sayılı Kanun uyarınca ticari dolaşıma veya gösterime sunulması uygun bulunan ve yaş sınırlamasına dair herhangi bir işaret ve ibare içermeyen, diğer bir anlatımla çocukların ve reşit olmayan gençlerin izleyebilecekleri nitelikteki sinema filmleri öncesinde veya arasında alkollü içecek reklamlarının gösterilmemesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Kayıtlarımızın incelenmesinden bu yönde Reklam Kurulu'na Erol Hıra tarafından ANKARA Migros AFM sinemalarında gösterilen "Kurtlar Vadisi Irak" filmi öncesi alkollü içecek reklamının yapıldığı yolunda başvuruda bulunulduğu tespit edilmiştir. Söz konusu sinema filminin herhangi bir işaret ve ibare ile gösteriminin zorunlu tutulup tutulmadığı hususunda Kültür ve Turizm Bakanlığı nezdinde girişimde bulunulmuş olup, anılan Bakanlıktan edinilecek bilgi çerçevesinde gerekli değerlendirme yapılacaktır.

Bilgilerinize arz ederim.


Ali COŞKUN
Sanayi ve Ticaret Bakanı