



T.C.
TİCARET BAKANLIĞI

7/39318

BK 80

Sayı : E-69602026-610 - 61798622

Konu : Soru Önergesi (7/39318)

25.02.2021

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

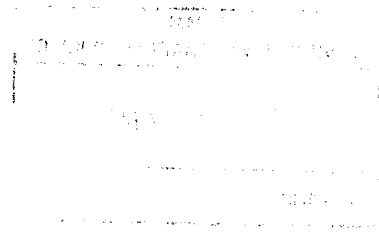
İlgi : 12.01.2021 tarihli ve 43452547-120.07-E.763464 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazıları ekinde yer alan, İstanbul Milletvekili Sayın Prof. Dr. İbrahim Özden KABOĞLU tarafından verilen 7/39318 sayılı yazılı soru önergesinin cevabı hazırlanarak ekte sunulmuştur.

Bilgilerini ve gereğini arz ederim.

Ruhsar PEKCAN
Bakan

Ek : Soru Önergesi Cevabı (2 sayfa)



Adres : Dumlupınar Bulv.Eskişehir yolu 9. km No:151
Çankaya/ANKARA
Tel : 03124491438
Elektronik Ağ : <http://www.ticaret.gov.tr>

Bilgi İçin : Soru Önergeleri Birimi
Fax : 03124491341
E-Posta : stratejisoruonergeleri@ticaret.gov.tr

T.C.
TİCARET BAKANLIĞI

İstanbul Milletvekili Sayın Prof. Dr. İbrahim Özden KABOĞLU'na ait 7/39318 Sayılı Yazılı Soru Önergesine İlişkin Cevaplar:

Bakanlığımız görev ve yetki alanına giren hususlar itibarıyla, önergenize ilişkin cevaplarımıza aşağıda yer verilmiştir:

1-8) Bakanlığımıza CİMER vasıtasıyla konuyla ilgili olarak 23 adet tüketici başvurusu ulaşmış olup söz konusu başvurularda muhtelif e-ticaret sitelerinde satışı yapılan LGBTİ+ ibareli ve temalı tişört ve kupa gibi ürünlerin gençleri ve çocukları olumsuz yönde etkilediğine ilişkin ifadelere yer verildiği görülmüştür.

Bilindiği üzere, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 63'üncü maddesi uyarınca ilgili kamu kurum ve kuruluşlarından ve sivil toplum örgütlerinden konuları hakkında uzman 19 üyeden oluşan Reklam Kurulu'nda Adalet Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Türk Tabipleri Birliği, Türkiye Barolar Birliği, Türk Diş Hekimleri Birliği, Türk Eczacılar Birliği ve Yükseköğretim Kurulu'nu temsilen birer üye bulunmaktadır. Reklam Kurulu tarafından gerçekleştirilen inceleme ve değerlendirmeler kapsamında üyeler, şahsi görüşlerine göre ve subjektif değerlendirmelerle değil temsil ettikleri kurumların uzmanlık alanlarının gereklerine ve uygulamakta oldukları mevzuata göre görüş bildirmekte ve oy kullanmaktadırlar. Bu üyeler, görevleri gereği, insan sağlığını ilgilendiren tüm konular ile ilgili reklamların mevzuata aykırı olup olmadığı konusunda gerektiğinde bilirkişilik yapabilecek niteliklere haizdirler. Bu bağlamda, söz konusu reklamların görüşüldüğü toplantıya yukarıda belirtilen temsilciler katılmış ve anılan reklamların mevzuata aykırı olduğu yönünde oy kullanmış ve nihayetinde söz konusu karar Reklam Kurulu tarafından oybirliğiyle alınmıştır.

Öte taraftan, çocuk kavramı bilimsel olarak, kendine özel kişiliği olan, gelişim dönemlerinden kendine özel bir seviyede geçen, yetişkinlerin problem ve sorumluluklarından ayrı sorumlu olmayan, önemsenen ve korunan kişi olarak tanımlanmaktadır. Kitle iletişim araçları ve sosyal medya çocukların davranış kalıplarının oluşmasında önemli birer araçtır. Çocukların izledikleri filmler, televizyon programları ve sosyal medyada yer alan her türlü içeriklerin gelişimlerine etkisi büyüktür. Bu itibarla, yapılan reklam ve tanıtım faaliyetlerinde çocukların ve gençlerin korunması hususu, tüm mecralarda yayınlanan reklamları denetlemekle görevli ve 25 yılı geride bırakan Reklam Kurulu'nun üzerinde hassasiyetle durduğu bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Öte yandan, Reklam Kurulu tarafından daha önce alınan kararlarda olduğu gibi soru önergesine konu kararda da toplumun hiçbir kesimine veya bireyine yönelik dışlayıcı veya hoşgörüsüz bir yaklaşım sergilenmemiştir. Gerek Reklam Kurulu nezdinde yapılan inceleme ve karar alma sürecinde, gerekse alınan karar metninde ve gerekçesinde LGBTİ+ bireylerin hasta olduğuna ilişkin herhangi bir ifade ve ibareye yer verilmemiştir. Reklam Kurulu'nca alınan karar, inceleme konusu ürün ve tanıtımlarda sadece LGBTİ+ bireylere değil, cinsellik ve erotizm içeren tüm cinsel yönelimlere yönelik ürünlerin çocukların korunması amacıyla "18+" ibaresine yer verilerek satışa sunulmamasından dolayı uygulanan reklamların durdurulması yaptırımından ibarettir.

Diğer taraftan belirtilmelidir ki, Reklam Kurulu tarafından konuya ilişkin peşinen ve alelacele karar verilmemiş, 13.10.2020 tarihli ve 302 sayılı Reklam Kurulu toplantısında yapılan değerlendirmeler neticesinde konunun etraflıca incelenmesi amacıyla erteleme kararı alınmış, bu arada Kurul üyeleri tarafından konunun soru önergesinde de belirtilen sağlık ve

hukuki yönlerine ilişkin ulusal ve uluslararası metinler, yargı kararları incelenmiş, daha sonra izleyen Kurul toplantısında karar verilmiştir.

Reklam Kurulu'nun söz konusu kararında, alınan diğer tüm kararlarda olduğu gibi, Anayasa ve ilgili uluslararası ve ulusal yasal düzenlemeler dikkate alınmıştır.

Bilindiği üzere, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 63'ncü maddesi ve 77'nci maddesinin on ikinci fıkrası ile Reklam Kurulu'nun tüketiciyi korumaya yönelik gerçekleştirdiği inceleme ve denetimde ve bunun sonucunda uygulanacak idari yaptırım kararında takdir yetkisini kullanacağı hüküm altına alınmıştır.

Diğer taraftan, söz konusu Reklam Kurulu kararlarının gerekçesinde ve muhataplarına gönderilen ceza kararlarında doğrudan ve sadece "Eşitlik, Onur, Barış" gibi ifadeler ile salt "Gökkuşaağı" görselinin herhangi bir yasal düzenlemeye ve uygulamaya aykırılığından bahsedilmemiştir.

Ayrıca, Reklam Kurulu'nun 10.11.2020 tarihli ve 303 sayılı toplantısında soru önergesine konu dört ayrı dosya hakkında karar verilmiş olup dosyalar özelinde gerekçeli karar metni aşağıdaki gibidir:

"Gerek Anayasamız gerekse de uluslararası anlaşmalarla ve yasal düzenlemelerle teminat altına alınan çocukların yararının korunması ilkesi doğrultusunda haber tanıtımı veya bir ticari ürüne ilişkin reklam gibi medya faaliyetlerinde çocukların duygularının ve masumiyetlerinin korunması, onlara zarar verecek her türlü etkiden sakınarak yayın yapılmasının gerekliliğinden hareketle,

İnceleme konusu ürün ve tanıtımlarda cinsellik ve erotizm içeren tüm cinsel yönelimlere yönelik ürünlerin çocukların korunması amacıyla "18+" ibaresine yer verilerek satışa sunulması gerektiği, ancak söz konusu reklamlarda "LGBTİ+" ibarelerine yer verilmesine rağmen herhangi bir uyarıya yer verilmeden satışa sunulduğu, dolayısıyla bu durumun çocukların ve gençlerin zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkilediği, kültürel ve ahlaki sosyal davranışları bozmaya, değiştirmeye yönelik olduğu,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 24/1-a, 24/1-f ve 32'nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 'inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna OYBİRLİĞİYLE,

Buna göre, reklam veren..... hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63'üncü ve 77/12'nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine OYBİRLİĞİYLE karar verilmiştir."