

2024 Yılında Reklam Hukuku Bağlamında Neleri Konu?aca?z?

23 Oca 2024

Bilindiği üzere "Reklam Konseyi Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" 22.11.2023 tarih ve 32377 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiş ve bu vesileyle Reklam Konseyi'ne üye veren kuruluşlar ile üyelerin dahil olduğu alanlar ve sayıları tekrar belirlenmiştir.

Paralel olarak 13 Aralık 2023 tarihinde Reklam Konseyi'nin beşinci toplantısı da gerçekleştirilmiştir. Konusu "Reklam Alanında Yeni Gelişmeler" şeklinde açılan Reklam Konseyi'nin toplantısı, aslında 2024 yılında Reklam Kurulu'nun neleri gündeme alabileceği ve inceleme/özenli reklam konusundaki gündemin hangi konularda yoğunlaşabileceği konusunda bir işaret olarak da yorumlanabilir.

Yapılan duyuruya göre, toplantıda reklamlarda dijital dönüşüm sürecinden temel reklam uygulamalarına kadar çok geniş bir alanda değerlendirilmeleri yapılması ve özel olarak da "Influencer" (Marka Elçileri), "Engelli Bireyler" ve "Medya Ölçümleri" çalışmalarına grupların oluşturulmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda, klasik reklam mecralarında olduğu gibi dijital mecralarda da tüketicilerin daha güçlü bir şekilde korunmasına sağlanarak Reklam Özdenetim Kurulu ile Reklam Kurulu işbirliğinde hayata geçirilmesi planlanan "Influencer Sertifika Programı Projesi" değerlendirilmiştir. Reklamlar ile herkese erişim ve kapsayıcılık yaklaşım kapsamında, engelli bireylerin reklamlarda daha görünür olmasına yönelik çalışmalar yapılmasına karar verilmiştir. Medya ölçümleri açısından ise, tüm bu ölçümlerin tek çatı altında toplanabilirliği inceleme konusu edilmiştir. Medya ölçümleri genellikle medya içeriğinin performansını, erişimini ve etkisini değerlendirmek için kullanılan çeşitli ölçümleri ve analizleri ifade eder.

Reklam Konseyi'nin değerlendirmeleri bunlar ile sınırlı kalmamış ve "Karıncık Ticari Tasarımlar" olarak adlandırılan tüketicinin seçimini manipüle etmeye yönelik aldatıcı ticari uygulamaların derinlemesine incelenmiştir.

Paralel olarak, mevcut uygulamalar ve toplum üzerindeki etkisi dikkate alınırken, örtülü reklamlara ilişkin incelemelerin de bu yıl çokça gündemde olacağı ve aksi yöndeki uygulamaların engellemek için çalışmalar yapılması beklenebilir.

Tüm bunların yanında, dünya toplumları olarak geldiğimiz nokta itibarıyla, çevreye ilişkin beyanlar içeren reklamların ve dolayısıyla bunlara ilişkin önlemlerin de karışıkça daha çok tartışılacağı değerlendirilebilir.

Reklam Kurulu'nun, bu toplantılar arasındaki her konuda aktif reklam incelemelerine devam edeceği açıktır. Bu toplantı gündemi dikkate alınırken ise, 2024 yılında dijital mecralara/ dijital mecralardaki reklamlara yönelik özenin artırılmasına hedeflendiği ve paralel olarak da, bu yöndeki çalışmaların/ denetimlerin yoğunlaşacağı beklenmektedir.

Related Attorneys

- [EZGİ BAKLACI GÜLKOKAR, LL.M.](#)
- [BÜRA BIÇAKCI, LL.M.](#)