

2024 Yılında Reklam Hukuku Bağlamında Neleri Konuşacağız?

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 sayılar 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 derlendirmeler yapılması ve özel olarak da "Influencer" (Marka Elçileri), "Engelli Bireyler" ve "Medya Ölçümleri" çalışmaları gruplarının oluşturulmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda, klasik reklam mecralarında olduğu gibi dijital mecralarda da tüketicilerin daha güçlü bir şekilde korunması ve sağlam amaçlarla Reklam Özdenetim Kurulu ile Reklam Kurulu işbirliğinde hayata geçirilmesi planlanan "Influencer Sertifika Programı Projesi" derlendirilmiştir. Reklamlar ile herkese erişim ve kapsayıcılık yaklaşımı 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 derlendirmek için kullanılan çeşitli ölçümleri ve analizleri ifade eder.

Reklam Konseyi'nin derlendirmeleri bunlar ile sınırlı kalmaması ve "Karanlık Ticari Tasarımlar" olarak adlandırılan tüketicinin seçimini manipüle etmeye yönelik aldatıcı ticari uygulamalar derinlemesine incelenmiştir.

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

Tüm bunların yanı sıra, dünya toplumları olarak geldiğimiz nokta itibarıyla, çevreye ilişkin beyanlar içeren reklamların ve dolayısıyla bunlara ilişkin önlemlerin de karışıkça daha çok konuşulacağı derlendirilebilir.

Reklam Kurulu'nun, bu toplantılar dâhilindeki her konuda aktif reklam incelemelerine devam edeceği aşiktir. Bu toplantı gündemi dikkate alındığında ise, 2024 yılında dijital mecralara/ dijital mecralardaki reklamlara yönelik özenin artırılmasına hedeflendiği ve paralel olarak da, bu yöndeki çalışmalar/ denetimlerin yoğunlaşmasına beklendiği düşünülebilir.

Related Attorneys

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