

Reklam Kurulu, Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Reklamlara İlişkin Bir Kılavuz Yayınlandı

11 May 2021

Reklam Kurulu ("**Kurul**"), 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun ("**Kanun**") ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği ("**Reklam Yönetmeliği**") çerçevesinde, sosyal medya reklamlarına ilişkin uygulamaları netleştirmek üzere, 4 Mayıs 2021 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz'u ("**Kılavuz**") yayınladı.

Sosyal medya etkileyicilerinin mali veya diğer maddi fayda karşılığında paylaştıkları içerikler, Kanun ve Reklam Yönetmeliği kapsamında ticari reklam olarak kabul edilmekte olup, ticari reklamlara ilişkin düzenlemelere tabidirler. Bu doğrultuda Kılavuz'a göre, sosyal medya etkileyicileri tarafından yapılan bu tarz paylaşımların ticari reklam olduğunun ifade edilmesi gerekmektedir.

Kılavuz kapsamında sosyal medya mecraları, (i) video paylaşım, (ii) fotoğraf ve mesaj paylaşım, (iii) podcast ve (iv) içeriğin yalnızca kısa bir süre için görülebildiği alanlar olmak üzere kategorize edilmiştir. Kılavuz, her bir sosyal medya mecrası için belirli ifadelerin içeriğe dahil edilmesini ve bu şekilde ilgili paylaşımın bir ticari reklam olduğunun belirtilmesi gerektiğini düzenlemektedir.

Kılavuz kapsamında sosyal medya etkileyicileri;

- Kişisel olarak deneyimlerinin bulunmadığı bir mal veya hizmete ilişkin, tüketiciler nezdinde o mal veya hizmeti deneyimlendiği algısı yaratmamalı,
- Reklam veren tarafından hediye edilmiş bir mal veya hizmeti kendisinin satın aldığı izlenimi oluşturmamalı,
- Gerçekte mali veya diğer maddi faydalar sağladığı faaliyetlerine ilişkin kendisinin sadece bir tüketici olduğunu izlenimi oluşturmamalı,
- Paylaşımında herhangi bir fotoğraf veya video efekti veya filtreleme var ise açıkça belirtmeli,
- Bir mal ve/veya hizmet hakkında iletişim kurmak için sistematik olarak sahte veya var olmayan kimlikleri toplu olarak oluşturmamalı ve kullanmamalı,
- Bir paylaşımın bir ürün veya hizmetle ilgili sahte beyan içermesi durumunda, bu tür iddiaların dayandığı nesnel olarak doğrulanabilir bilimsel verilerin sağlanması da dahil olmak üzere geçerli düzenlemelere uymalıdır.

Kılavuz'da ayrıca doktor, diyetisyen, veteriner hekim ve eczacılar ile sahte kuruluşlar tarafından sunulan mal veya hizmetlere ilişkin reklamların yapılamayacağı vurgulanmıştır.

Ayrıca, Kılavuz uyarınca reklam verenlerden, mevzuata uygunluğun sağlanması için ve amaçlarındaki hususlarda kendilerinden beklenen gayreti göstermeleri beklenmektedir:

- Sosyal medya etkileyicilerini Kılavuz kapsamındaki sorumlulukları ve yükümlülükleri hakkında bilgilendirmeli,
- Sosyal medya etkileyicilerinin, Kanun, Reklam Yönetmeliği ve bu Kılavuz dâhil olmak üzere ilgili kanun ve yönetmeliklere uymasını istemeli,
- Sosyal medya etkileyicilerinin üçüncü şahısların kullanmaları durumunda bunların da yukarıda belirtilen yükümlülükleri uymasını gerektiğine dikkat çekmelidir.

Reklam Kurulu tarafından yayımlanan K?lavuz'un tam metnine bu [ba?lantı](#)dan ulaşabilirsiniz.

LG?L? ÇALI?MA ALANLARI

- [Ürün Sorumlulu?u ve Tüketicinin Korunması](#)
- [Fikri Mülkiyet Davaları](#)
- [Haksız Ticari Uygulamalar](#)

Related Attorneys

- [EZG? BAKLACI GÜLKOKAR, LL.M.](#)
- [SENA YA?ARO?LU](#)

Moroglu Arseven | www.morogluarseven.com