

Reklamlarda Sosyal Sorumluluk Bilincinin Kapsamı Nasıl Değerlendirilir?

Reklam Kurulu, 9 Ocak 2024 tarihli toplantısında, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin reklamların ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci içinde hazırlanması gerektiğine ilişkin hükmüne ilişkin çarpıcı bir karar verdi.

Söz konusu karar <https://www.instagram.com/zara/> adresli Instagram sayfasında yer alan "The Jacket" isimli koleksiyona ilişkin tanıtımlara ilişkindir. Söz konusu giyim koleksiyonun tanıtımında vitrin mankenlerine sarılan beyaz renkli bez ve tahta sandık görsellerine yer verilmiştir.



Reklam Kurulu, şikayet konusu reklamlardaki görseller bakımından yaptığı incelemede; vitrin mankenlerine sarılan beyaz renkli bez ve tahta sandık görsellerinin kefen ve tahta tabut görüntüsü izlenimi yarattığından hareketle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Doğruluk ve dürüstlük" başlıklı 7. maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "Reklamlar, ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci içinde ve haksız rekabete yol açmayacak şekilde hazırlanmalıdır" hükmüne aykırılık teşkil ettiği sonucuna varmıştır. Buna göre Reklam Kurulu anılan reklamların durdurulmasına ve 347.128-TL idari para cezasına karar vermiştir.

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde reklamların ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci içinde yapılması gerektiği düzenlenmiş olsa da bu kavramlar

tanımlanmış değildir. İlgili hükmün kapsamının ve uygulama alanının tespit edilmesi açısından Reklam Kurulu kararları önem arz etmektedir. Nitekim Reklam Kurulu 13 Eylül 2022 tarihli toplantısında aynı firma tarafından satışa sunulan ayakkabı, sandalet gibi ürünlerin birtakım ekme ve donut gibi gıda ürünleri ile birlikte bu ürünlerin altına, üzerine veya yanına konumlandırılarak tanıtım yapılmasının da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin aynı hükmüne aykırı olduğunu değerlendirmiş ve söz konusu reklamlar ile ilgili olarak durdurma cezası vermişti. Söz konusu kararında Reklam Kurulu'nun ekmeğin toplum açısından "kutsal" sayılmasının Yönetmeliğin aradığı sosyal

sorumluluk bilinci kavramının doldurulmasında dikkate alındığı tarafımızca değerlendirilmiştir.

Kararın gerekçesinde söz konusu reklamların ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci ilkelerine aykırı olduğuna ilişkin detaylı bir açıklamaya yer verilmemiştir. Ancak Kurul kararının incelenmesinden; İsrail- Filistin savaşının sürdüğü bir dönemde bu şekilde reklam yapılmasının toplum açısından hassasiyet oluşturmasının Yönetmeliğin aradığı sosyal sorumluluk bilinci kavramının doldurulmasında dikkate alınmış olabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca, Reklam Kurulu'nun yalnızca Türk toplumu bakımından değil anılan reklamın çeşitli toplumlar nezdinde tepki ile karşılanmasının ve boykot çağrılarına konu olmasını da dikkate aldığı söylenebilir. Söz konusu reklam kampanyası, 2023 Aralık ayında dünyanın birçok yerinde tartışma konusu haline gelmiş ve boykot çağrılarına konu olmuştur. İngiltere Reklam Standartları Kurumu ("ASA") aldığı çok sayıda şikayet üzerine kampanyayı incelemeye almış ancak firmanın ilgili reklamları kaldırması üzerine herhangi bir yaptırım uygulamamıştır.