

Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz Yayımlandı

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a dayanılarak ve sosyal medya etkileyicileri tarafından yapılan ticari reklam ve haksız ticari uygulamalara ilişkin olarak yürütülen incelemelerde esas teşkil etmek üzere hazırlanan "Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz ("Kılavuz")" Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı ile kabul edildi ve yürürlüğe girdi. Kılavuz uyarınca;

- Sosyal medya; 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun kapsamında sosyal etkileşim amacıyla kullanıcıların internet ortamında metin, görüntü ve ses gibi içerikleri oluşturmalarına, görüntülemelerine veya paylaşımlarına imkân sağlayan gerçek veya tüzel kişiler,
- Sosyal medya etkileyicisi, sosyal medya hesabı üzerinden kendisine veya reklam verene ait bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralanmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla pazarlama iletişiminde bulunan kişi

olarak tanımlanmıştır.

Kılavuzun amacı, sosyal medya etkileyicileri tarafından yapılan ticari reklam ve ticari uygulamalar hakkında reklam veren, reklam ajansları, mecra kuruluşları ve reklamcılık ile ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlara yol göstermektir.

Düzenleme ile Öne Çıkan Hususlar

Kılavuz ile getirilen temel ilkeler ve yükümlülükler özetle şu şekildedir;

- Sosyal medya etkileyicisi aracılığıyla yapılan reklamların, açık ve anlaşılır şekilde ifade edilmesi ve ayırt edilebilir olması zorunludur. Her türlü iletişim aracında olduğu gibi sosyal medyada da sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır. Bunun için sosyal medya etkileyicilerinin paylaşımlarının reklam olduğunun tüketicilere açıkça

belirtilmesi amacıyla sosyal medya etkileyicilerine ilgili mecralarda çeşitli açıklama yükümlülükleri getirilmiştir.

- Bunun için sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen reklamlar, reklamın gerçekleştirildiği platformlara göre aşağıda belirtilen dört grupta sınıflandırmıştır:
- Video paylaşım mecralarında yapılan reklamlar (Youtube ve Instagram TV gibi)
- Fotoğraf ve mesaj paylaşım mecralarında yapılan reklamlar (Instagram, Facebook ve Twitter gibi)
- Podcast mecrasında yapılan reklamlar
- İçeriğin yalnızca kısa bir süre için görülebildiği mecralarda yapılan reklamlar (Snapchat ve Instagram gibi)
- Kılavuzda düzenlenen açıklamalar her bir mecra grubu için oldukça çeşitli olmakla birlikte genel olarak söz konusu paylaşımın reklam olduğunun açıkça belirtilmesi amacı taşımakta ve ilgili mecraya göre değişmekle birlikte #Reklam, #Sponsor, #İşbirliği gibi etiketler ile "Bu video [reklam veren] reklamlarını içermektedir." Vb. açıklamaları içermektedir.
- Kılavuza göre Reklam veren de sosyal medya etkileyicilerini Kılavuz hakkında bilgilendirmek, ilgili mevzuata uymasını istemek ve yükümlülük ihlallerine karşı önlem almak ile yükümlüdür. Reklam veren, sosyal medya etkileyicilerinin kendi sorumluluğu olduğu gerekçesine dayanarak, yükümlülüklerinden kaçınamaz. Reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşu olarak sosyal medya etkileyicilerinin her biri, bu Kılavuz maddelerine uyum konusunda ayrı ayrı sorumludur.
- Kılavuz hükümlerine aykırılık, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin örtülü reklama ilişkin hükümlerine aykırılık teşkil eder ve reklamların durdurulması veya idari para cezası yaptırımları uygulanır.