



Alkol reklamlarına yeni düzen



Ekonomi / 21/06/2009

ANKARA- Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) alkollü içki reklamına yönelik mevzuatında yaptığı düzenleme ile sinemada alkollü içki reklamına kısmi yasak getirirken, rakı balık ve beyaz peynir üçlüsünün de aynı reklamda yer almasının da önüne geçti.

TAPDK Alkollü İçki Reklamlarında Uyulacak İlkeler Hakkında Tebliğde değişiklik yaptı. Tebliğin 2'inci maddesinde yapılan ve bir ay sonra yürürlüğe girecek yeni düzenleme ile sinemalarda alkollü içki reklamına sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulunun (18+) olarak sınıflandırdığı sinema filmleri gösterimlerinin sonunda yayınlanacak. Bu filmler de ağır şiddet, cinsellik ve erotizm içerdiği için az izlenen filmler.

Bu filmlerin sayısı az

Konu ile ilgili uzmanlar, alkol reklamının sadece 18 yaş üzeri izleyicilerin izlemesine izin verilen sinemalarla sınırlandırılması ve sinema gösteriminin sonunda reklama yer verilmesinin 'dolaylı' bir yasak uygulaması olduğuna dikkat çekti. Çünkü bu tür filmlerin sayısı gişe hasılatının düşüklüğü nedeniyle çok az. TAPDK 'uyanıkça' bir düzenlemeyle hem yasak getirmemiş gibi görünmeyi, hem de alkollü içki üreticilerin reklam yapacağı mecraları kısıtlamayı hedefliyor. Reklamların filmin sonunda gösterilme zorunluluğu da bir başka kısıtlayıcı düzenleme. Sinema salonu işletmecileri seyircinin film bittikten hemen sonra kalkıp salonu terkettiğini ve kimsenin reklam izlemek için salonda kalmayacağını ifade ediyor.

Ayrıca yeni düzenlemeyle alkol reklamının araç ve gıda ile ilişkilendirilmemesi hükmü nedeniyle rakının vazgeçilmezi olan balık ve beyaz peynir aynı reklamlarda yer alamayacak. Yapılan düzenlemede ile alkollü içki reklamlarında cinselliğin istismarı ile pornografi içeren ifade ve görüntülerin kullanılması yasaklandı.

Yüklü ceza var

Getirilen düzenlemelere aykırı davranılması halinde Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un ilgili hükümlerinin uygulanacak. Yeni düzenleme ile alkollü içki reklamlarında şu ilkeler geçerli olacak:

Hedef kitle genç ve çocuklar olmayacak

* Alkollü içki reklamlarında; hedef kitle olarak gençler ve çocuklar seçilmeyecek, gençler, çocuklar ile genç veya çocuk olmadığı halde böyle bir imaj veren veya verdirilen kimseler alkollü içki reklamlarında kullanılmayacak.

Tebliğde genç tanımını da açık bir şekilde belirtilmedi. Bu durumda gencin kim olduğuna karar vermek kimi zaman Anadolu'nun küçük bir kasabasında bir mülki amirin elinde olabilecek. Bu nedenle alkollü içki üreticileri bu tanımını açık olarak yapılmasını istiyor.

Araç ve gıda ile ilişkilendirilemeyecek * Alkollü içki tüketiminin; araç kullanımını ile ilişkilendirilmesine dair, diğer gıda maddeleri ile ilişkilendirilmesine dair, coğrafi, tarihi, kültürel, sanatsal vb. ortak değerleri ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmayacak.

Tebliğin yürürlüğe girmesinden sonra rakının, beyaz beyaz ve balık başta olmak üzere başka gıdalarla reklamı yapılamayacak. Biracılar da, reklamlarında patates çipsi, çerez ve başka atıştırmalıkları kullanamayacak. Bu düzenleme TAPDK'nın eski başkanı Kazım Çalışkan döneminde hazırlanıp tartışmaya açılan taslak da bulunmuyordu.

Tedaviden söz edilmeyecek * Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin tedavi edici özelliklere sahip olduğu, uyarıcı, rahatlatıcı, güçlendirici, üstünlük sağlayıcı vb. etkilerinin bulunduğu dair içerik kullanılmamalı, alkollü içkilerin kişisel sorunları çözebileceği veya tıbbi koruyucu etkiye sahip olabileceği temaları işlenmemeli, alkolün bırakılması, az içilmesi veya hiç içilmemesini olumsuz yönde etkileyebilecek bir içerik kullanılmamalı.

Zaafiyet olarak gösterilmeyecek * Alkollü içki reklamlarında içki içmemek bir zaafiyet olarak gösterilmeyecek, içkilerin alkol derecesi tüketiciyi yanıltılmayacak şekilde ve doğru olarak anlatılacak. Ayrıca alkollü içkinin kalitesi ile etkisini içerdiği alkol oranı ile ilişkilendirecek yönde mesaj verilmeyecek.

Statü sembolü ve eksiklik

* Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin statü sembolü olduğu mesajı verilmeyecek.

* Alkol tüketmemenin zihinsel ve sosyal bakımdan bir eksiklik olduğunu gösteren reklamlara yer verilmeyecek. İçki reklamlarında, içki içmenin yetişkinlik işareti olduğu mesajı verilmeyecek, alkol tüketiminin sportif başarıları artırdığı vurgulanmayacak.

Cinsellik içermeyecek

* Alkollü içki reklamları cinselliğin istismarı ile pornografi içeren ifade ya da görüntüler içermeyecek.

Argo yok

* Alkollü içki reklamlarında doğru, açık ve anlaşılabilir bir Türkçe kullanılacak, argo kelimelere yer verilmeyecek, çeşitli anlamlara gelebilecek ifade veya kelimelerin aldatıcı nitelikteki anlam ya da anlamları kullanılmayacak.

'Alkol susuzluğu giderir' denmeyecek * Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin susuzluğu giderici etkisi olduğu mesajı verilmeyecek.

Örnek olan kişiler reklamda yer almayacak

* Alkollü içki reklamlarında, herhangi bir alanda özel başarıya sahip veya kamuoyunun güvenini kazanmış veya yardım kuruluşları ile işbirliği içinde olan veya çocuk ve gençler yararına faaliyette bulunan veya medyada isim yapması gibi nedenlerle, çocuk ve gençler için açıkça veya zımnen örnek teşkil eden veya edebilecek herhangi bir kişi, karakter veya grup yer almayacak.

Birlikte tanıtılmayacak * Alkollü içki reklamlarında, ürün, önemli derecede yetenek, dikkat veya zihin

açıklığı gerektiren faaliyetlerle birlikte tanıtılmayacak.

Medyadaki yeri

* Alkollü içkilerin tanıtımına münhasır neşriyat hariç olmak üzere, gazete, dergi, broşür, katalog, ilan ile diğer yazılı medya ve elektronik iletişim araçları vasıtasıyla reklam yapılması halinde, çocuklara ve gençlere yönelik hazırlanan sayfa, ek, program, bölümler ile spor sayfalarında alkollü içki reklamları yer almayacak. (Radikal)