

TEBLİĞ

Sanayi ve Ticaret Bakanlığından:

TİCARİ REKLAM VE İLANLARDA ALTYAZI VE DİPNOTLARIN

KULLANILMASINA İLİŞKİN USUL VE ESASLARA

DAİR TEBLİĞ

Amaç

MADDE 1 – (1) Bu Tebliğin amacı, ticari reklam ve ilanlarda altyazı ve dipnotların kullanılmasına ilişkin usul ve esasları belirlemektir.

Kapsam

MADDE 2 – (1) Bu Tebliğ, sözlü ve yazılı kelimeler, sayılar, görsel sunumlar, müzik ve ses efektleri dahil olmak üzere her türlü ticari reklam ve ilanı kapsar.

Dayanak

MADDE 3 – (1) Bu Tebliğ, 23/2/1995 tarihli ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 16 ncı, 17 nci ve 31 inci maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

MADDE 4 – (1) Bu Tebliğde geçen;

a) Kanun: 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunu,

b) Ticari reklam ve ilan: Mal, hizmet veya marka tanıtmak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek ve ikna etmek, satışını veya kiralanmasını sağlamak ya da arttırmak amacıyla reklam veren tarafından herhangi bir mecrada yayımlanan pazarlama iletişimi niteliğindeki duyuruyu,

c) Mecra: Reklam ve tanıtım mesajını ileten ve o mesajı alma durumunda olan kişi, grup ya da topluluğun bulunduğu yeri, ortamı (televizyon, her türlü yazılı basın, internet, radyo, sinema gibi iletişim kanalları ile açık hava, basılı işler gibi reklam taşıyan malzemeler),

ç) Dipnot: Yazılı mecralarda yayımlanan ticari reklam ve ilanlarda yer alan hususları açıklamak amacıyla metnin alt bölümüne yerleştirilen bilgileri,

d) Altyazı: Görsel mecralarda yayımlanan reklamlarda, çoğunlukla ekranın alt bölümüne yerleştirilen, sabit ve/veya hareketli olarak verilen yazılı bilgileri,

e) Metin boyutu: Kapsadığı televizyon satırlarının sayısı bakımından ölçülen dikey yüksekliği,

ifade eder.

Genel ilkeler

MADDE 5 – (1) Ticari reklam ve ilanlarda, tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki bilgilerin ortalama tüketicinin algılayabileceği sürede ve biçimde iletilmesi zorunludur. Ticari reklam ve ilanlarda yer alan altyazı ve dipnotlar; okunabilir, algılanabilir hızda ve büyüklükte verilmelidir.

(2) Ticari reklam ve ilanlarda yer alan ana vadin esaslı unsurları açık ve anlaşılır bir şekilde reklamın ana mesajında belirtilmelidir. Ana vadin esaslı unsuruna hiçbir suretle alt yazıda veya dipnotta yer verilemez.

(3) Yazılı mecralarda dipnot, görsel mecralarda altyazı olarak kullanılan metinler; ana vaadi açmak,

netleştirmek veya istisnaları iletmek için kullanılabilir. Ancak, yazılı ve görsel mecralarda yayınlanan ticari reklam ve ilanlarda; dipnot ve altyazıların asgari düzeyde tutulması esastır.

(4) Ticari reklam ve ilanlardaki ana vaadin istisnası niteliğindeki tüm bilgilerin, ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla ya da büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olmaması ve ana vaatle uyumsuzluk içermemesi zorunludur.

Altyazı ve dipnotlardaki yazının boyutu

MADDE 6 – (1) Yazılı basında, broşür ve benzeri yazılı mecralarda yayımlanan ticari reklam ve ilanlardaki dipnotlarda kullanılan yazı boyutu, en az Arial 8 punto büyüklüğünde olmalıdır.

(2) Açık hava ilanı, afiş ve benzeri diğer mecralarda yayımlanan ticari reklam ve ilanda yer alan dipnotlar okunabilir büyüklükte olmalıdır.

(3) Görsel mecralarda yayınlanan reklamlarda yer alan altyazı metin boyutu aşağıdaki gibi olmalıdır:

a) 4:3 görüntü düzeni yayında; standart çözünürlüklü televizyon (SDTV) formatı için en az 14 satır,

b) 16:9 görüntü düzeni yayında; standart çözünürlüklü televizyon (SDTV) formatı için en az 16 satır,

c) Yüksek çözünürlüklü televizyon (HDTV) formatı için en az 30 satır

yüksekliğinde olmalıdır.

(4) Metinde, yazım kılavuzuna uygun olarak özel isimlerin baş harfleri ve kısaltmalar dışında küçük harf düzeni kullanılmalıdır. Ölçümler (v) veya (t) gibi düz uçlu küçük harfler esas alınarak yapılmalıdır. Ölçümlerde (d), (p) ve (g) gibi yükselen ve alçalan kenarları bulunan harfler dikkate alınmaz.

Altyazıların ekranda kalma süresi

MADDE 7 – (1) Görsel mecralarda yayınlanan reklamlarda kullanılan altyazı; kelime başına 0,2 saniye (saniye başına 5 kelime) hesabıyla ekranda tutulmalıdır. Altyazıda 9 ve daha az kelime olması durumunda, “tanıma ve algılama süresi” olarak toplam süreye 2 saniye eklenmesi; 10 ila 20 arası kelime olması durumunda toplam süreye 3 saniye eklenmesi, 20 ve daha fazla kelime olması durumunda ise toplam süreye 6 saniye eklenmesi zorunludur.

(2) Kelime sayısının tespitinde; telefon numaraları (xxx-xxx-xxxx) ve diğer uzun sayılar (10.000, 100.000) ikili, üçlü, dörtlü gruplar halinde kullanılır ve her grup bir kelime sayılır. Metin içindeki rakamların ekranda kalma süresi, sayıların kelimeler halinde telaffuz edildikleri haliyle hesap edilir.

(3) Ekrandaki altyazı metni, ekranın güvenli resim alanından biraz daha küçük ve “güvenli yazı alanına” konumlandırılmalıdır.

Altyazı metinleri ile ilgili diğer hükümler

MADDE 8 – (1) Görsel mecralarda yayınlanan reklamlarda yer alan altyazılarda aşağıda belirtilen hususlara uyulması zorunludur.

a) Yazı ile arka plan arasındaki kontrast, gerek renk kontrastı gerekse nispi parlaklık, metnin rahatlıkla okunabilmesine olanak tanımalıdır.

b) Metnin arka planının dikkati dağıtabileceği yerlerde (hareketli görüntülerde veya bir görüntüden diğerine geçildiğinde) metin, opak tek renkli bir blok alan üstüne yerleştirilmelidir.

c) Abartılı, serigrafik, italik yazı karakterleri kullanılmamalıdır.

ç) Kelimeler arasında görünen boşluk, harfler arasında görünen boşluktan fazla ve satırlar arasında görünen boşluk, kelimeler arasında görünen boşluktan fazla olmalıdır.

d) Altyazı metinlerini ekranda konumlandırırken; yazıların herhangi bir görseli, görselin de yazıları

anlaşılmaz hale getirmemesi gereklidir.

Tebliğe aykırılığın sonuçları

MADDE 9 – (1) Bu Tebliğde açıklanan kurallara uyulmadan yapılan ticari reklam ve ilanlar, Kanunun 16 ncı maddesi kapsamında değerlendirilir.

Yürürlük

MADDE 10 – (1) Bu Tebliğ yayımı tarihinden itibaren 3 ay sonra yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 11 – (1) Bu Tebliğ hükümlerini Sanayi ve Ticaret Bakanı yürütür.