

**Kamu ve Özel Radyo ve Televizyonların
Kuruluş ve Yayınları Yasası
(39/1997, 34/2003, 36/2010 ve 42/2011 Sayılı Yasalar)**

Madde 45(1)(Ç) Altında Yapılan Tüzük

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu, Kamu ve Özel Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası'nın 45'inci maddesinin (1)'inci fıkrasının (Ç) bendinin kendisine verdiği yetkiye dayanarak aşağıdaki Tüzüğü yapar:

- | | | |
|--|----|---|
| <p>Kısa İsim
12 Ekim 2011
R.G. 172
Ek III
A.E. 549</p> | 1. | Bu Tüzük, "Reklam Yayın İlkeleri, Usulleri ve Reklam Gelirleri (Değişiklik) Tüzüğü" olarak isimlendirilir ve aşağıda "Esas Tüzük" olarak anılan Reklam Yayın İlkeleri, Usulleri ve Reklam Gelirleri Tüzüğü ile birlikte okunur. |
| <p>Esas Tüzüğün
2'nci
Maddesinin
Değiştirilmesi</p> | 2. | Esas Tüzük, 2'nci maddesi kaldırılmak ve yerine aşağıdaki yeni 2'nci madde konmak suretiyle değiştirilir: |

"Tefsir

2. Bu Tüzük'te metin başka türlü gerektirmedikçe;

"Alt Yazı ve Çerçeve Reklam", program yayını esnasında ekrandaki görüntü üzerine, programın bütünlüğünü bozmamak kaydıyla, tanıtımı yapılan ürün, hizmet veya kuruluşun reklamının alt yazı geçmek veya görüntüyü çevrelemek suretiyle yapılmasını anlatır.

"Başkan", Yayın Yüksek Kurulu Başkanı anlatır.

"Çocuklara Yönelik Reklamlar", onbeş yaş ve daha küçük yaştaki kişilere yönelik ve bu kişilerin tüketebileceği ürün ve hizmetleri kapsayan reklamları anlatır.

"Dini Tören Yayını", toplumun dini bir olayı önemli bir kişiyi veya değerli sembolleştirmesi sonucunda bunların anlam ve önemini güçlendirilmesi amacıyla düzenlenen özel merasimlerin yayınlarını anlatır.

"Doğrudan Satış Reklamı", reklamcının reklamını yaptığı ürün ve hizmetlerin alımını, satımını, kiralanmasını, reklama cevap veren kişinin adresinde gerçekleştireceği veya sağlayacağı mesajını veren reklamları anlatır.

"Gizli Reklam", yayıncı tarafından reklam yapma maksadıyla, malların, hizmetlerin, ismin, ticari markanın, üretici veya hizmet sağlayıcının faaliyetlerinin, para veya başka menfaat karşılığı, programlarda logo, ticari ünvan, tescilli marka, görüntü, sözlü ifade veya bunları çağrıştırabilecek imalar yoluyla tanıtımını anlatır.

"Haksız ve Aldatıcı Reklamlar", tüketicinin güvenini, sağlığını, bilgi veya tecrübe eksikliğini istismar eden reklamları anlatır.

"Hareketli Reklamlar", müzik, söz veya bunlardan birinin eşliğinde çeşitli görüntülerle reklam mesajının verildiği reklamı anlatır.

"Hareketsiz (Spot) Reklamlar", içinde hareket unsuru bulunmayan, sunucu veya reklamcının belirlediği biri tarafından seslendirilerek hazırlanan reklamı anlatır.

"Kamu Spotu", kamusal anlamda bir hizmeti, farkındalığı veya uyarıyı vurgulamak için hazırlanan Kurul tarafından yayınlanması tavsiye edilen, kar amacı olmayan, iki dakikadan kısa sesli ve/veya görüntülü tanıtımları anlatır.

"Kurul", Yasa'nın 6'ncı maddesi uyarınca kurulan Yayın Yüksek Kurulu'nu anlatır.

"Kurul Payı", Özel Radyo ve Televizyon Kuruluşları'nın reklam gelirlerinden Yasa'ya göre ödemeleri gereken Yayın Yüksek Kurulu'nu payını anlatır.

"Kuruluş", Kamu ve Özel Radyo ve Televizyon kuruluşlarını anlatır.

"Küçük İlanlar", radyolarda sadece sunucu tarafından reklam mesajının okunduğu, televizyonlarda çok kısa sürelerle ürün ve hizmetlerin hareketli veya hareketsiz tanıtıldığı reklamı anlatır.

"Logo Reklam", program yayını esnasında ekrandaki görüntü üzerine, programın bütünlüğünü bozmamak kaydıyla, tanıtımı yapılan ürün, hizmet veya kuruluşun reklamının logosunun ve/veya logo ve slogan benzeri bir içeriğin önceden hazırlanmış ve KJ ile ekrana eklenmiş şekildeki reklamı anlatır.

"Müzikli ve/veya Dramatik Yapılı Reklam", Radyo kuruluşlarının belirlenecek saatlerde yayınlanmak üzere, belirli süreleri kapsayan üniteler halinde reklamcı tarafından hazırlanan veya hazırlattırılan ve içinde müzik ve dramatik unsurların bulunduğu reklamı anlatır.

"Özel Tanıtıcı Reklam", reklamcı tarafından hazırlanan ve bir tek ürün, hizmet veya ticari kuruluşun tanıtıldığı, görüntü ve müzik içeren reklamı anlatır.

"Prime-Time", en çok izlenme zamanı olarak radyo ve televizyonlarda sabah 07:00-11:00 ve akşam 18:00-22:00 saatleri arasındaki yayını anlatır.

"Program Desteklemesi", yayın faaliyetleri veya görsel işitsel eserlerin üretimini dışında faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişilerin, kendi isimlerini, markalarını veya izlenimlerini geliştirmek amacıyla, doğrudan veya dolaylı olarak bir programın finansmanına katılmalarını anlatır.

"Programlı Reklam", radyo yayınlarında bir ürün, hizmet veya kuruluşun tanıtımının yapılması amacıyla hazırlanan programla birlikte sunulan reklamları anlatır.

"Reklam", bir ürün veya hizmetin satılmasını, satın alınmasını veya kiralanmasını sağlamaya, bir düşünceyi yaymaya veya reklamcının istediği başka etkileri oluşturmaya yönelik ücret karşılığı hareketli veya sabit ses ve görüntülü mesajların verilmesini anlatır.

"Reklamcı", reklamı hazırlayan ve yayınlanmasını amacıyla yayıncı kuruluş tarafından kendisine iletim süresi tahsis edilen gerçek veya tüzel kişileri anlatır.

"Sanal Reklam", yayın sinyalinin değiştirilen elektronik görüntü sistemlerinin kullanılması yoluyla televizyondaki görüntüye, gerçek mekanla bağlantılı olmayan, reklam yerleştirilmesini anlatır.

"Sosyal Amaçlı Reklam", reklamcı tarafından hazırlanan enerji tasarrufu, çevre koruma, trafik, orman yangınlarını önleme gibi toplum yararlarını işleyen reklamı anlatır.

"Tele-Alışveriş", taşınmaz mallar, hak ve yükümlülüklerin de dahil olduğu ürün ve hizmetlerin temini için, bir ücret karşılığında, doğrudan kamuya yönelik satış yayınlarını anlatır.

"Tematik Yayın", haber, belgesel, spor, müzik ve benzeri türlerde olmak üzere yalnızca bir tek konuda yapılan yayın türünü anlatır.

"Ürün yerleştirme", bir ürün, hizmet veya ticari markanın, ücret veya benzeri bir karşılıkla program içine dahil edilerek veya bunlara atıf yapılarak, program içinde gösterildiği her türlü ticari iletişimi anlatır.

"Yasa", Kamu ve Özel Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Yasası'nı anlatır."

39/1997
34/2003
36/2010
42/2011

Esas Tüzüğün
12'nci
Maddesinin
Değiştirilmesi

3. Esas Tüzük, 12'nci maddesinin (1)'inci, (3)'üncü ve (4)'üncü fıkraları kaldırılmak ve yerlerine aşağıdaki yeni (1)'inci, (3)'üncü ve (4)'üncü fıkralar konmak suretiyle değiştirilir:

(1) Kuruluşlar, program, konulu film veya diziler için gerçek veya tüzel kişilerden tamamen veya kısmen mali destek alabilirler. Yayınlanan herhangi bir programa tamamen veya kısmen mali destek sağlandığı takdirde bu konu ilgili programın başında ve/veya sonunda, program içindeki reklam kuşaklarına giriş ve çıkışta görsel ve/veya işitsel unsurlarla onbeşer saniye süre ile destek verenlerin kimliği belirtilir.

- (3) Program süresince programı destekleyen veya herhangi bir reklam, dekorda ve/veya arka planda yer alamaz.
Ancak logo, altyazı-çerçeve ve sanal reklam yerleştirilmesi

suretiyle desteklenen firmanın bu desteği yaptığı on dakika ara ile tekrarlanabilir. Bu tür uygulama genel reklam süresine dahil edilmez.

- (4) Haber bültenleri ve dini törenler program desteklemesine konu olamazlar.”

Esas Tüzüğün
13'üncü
Maddesinin
Değiştirilmesi

4. (1) Esas Tüzük, 13'üncü maddesinin (1)'inci fıkrasının (B), (C) ve (D) bendleri kaldırılmak ve yerlerine aşağıdaki yeni (B), (C) ve (D) bendleri konmak suretiyle değiştirilir:
- “(B) Her türlü ilaç ile tedaviler;
- (C) Falcı, Tarot, medyum ve her türlü benzerlerinin verdikleri hizmetler;
- (D) Eş bulma hizmetleri ve buna benzer hizmetler;”
- (2) Esas Tüzük, 13'üncü maddesinin (1)'inci fıkrasının (D) bendinden hemen sonra aşağıdaki yeni (E) ve (F) bendleri eklenmek ve mevcut (E) bendi yeni (G) bendi olarak yeniden sayılandırılmak suretiyle değiştirilir:
- “(E) Savaş, dövüş ve (ateşli-ateşsiz) silahlı çatışma araç -gereçleri ile silah üreticileri ve satıcıları, av maksatlı ateşli silahlar, bu silahların parça ve mühimmatlarına yönelik ürün ve hizmetler;
- (F) Genel ahlak ve toplum huzurunu bozacak nitelikte veya müstehcen ürün ve hizmetler;”

Esas Tüzüğün
16'ncı
Maddesinin
Değiştirilmesi

5. Esas Tüzük, 16'ncü maddesinin (2)'nci fıkrası kaldırılmak ve yerine aşağıdaki yeni (2)'nci fıkra konmak suretiyle değiştirilir:
- “(2) Televizyon Reklamları: “Hareketsiz (spot) Reklam”, “Hareketli Reklam”, “Özel Tanıtıcı Reklam”, “Sosyal Amaçlı Reklam”, “Küçük İlanlar”, “Sosyal Reklam”, “Alt yazı ve Çerçeve Reklam”, “Ürün Yerleştirme” ve “Logo” şeklinde olabilir.”

Esas Tüzüğün
17'nci
Maddesinin
Değiştirilmesi

6. Esas Tüzük, 17'nci maddesinin (2)'nci fıkrası kaldırılmak ve yerine aşağıdaki yeni (2)'nci fıkra konmak suretiyle değiştirilir:
- “(2) Reklamların başında ve sonunda reklam müziği ile birlikte televizyonlarda ‘Reklamlar’ yazısı ekrana getirilir; radyoda ise ‘reklam’ ifadesine de yer veren reklam müziği (jingle) kullanılır. Doğrudan satış ve tanıtıcı reklamlarda da reklamın türü televizyonlarda yazılı olarak ekranda reklam yayını boyunca gösterilir.
- Ancak bu süre boyunca televizyonların kendi logosu dışında herhangi bir logo, şekil veya benzeri işarete yer verilemez. Radyolarda ise reklamın başında ve sonunda sesli olarak duyurulur.”

Esas Tüzüğün
18'inci
Maddesinin
Değiştirilmesi

7. Esas Tüzük, 18'inci maddesi kaldırılmak ve yerine aşağıdaki yeni 18'inci madde konmak suretiyle değiştirilir:

- “Reklamların ve Tele-Alışveriş Kuşaklarının Yerleştirilmesi
18. (1) (A) Radyo ve televizyon yayınlarında, reklamların program aralarında blok olarak yayınlanması esastır.

- (B) Radyo ve televizyon yayınlarında, her türlü reklamın, tele-alışveriş ve doğrudan satış reklamları ile özel tanıtıcı reklamın süreleri toplamda programların içerisinde beş dakikayı, programlar arasında on dakikayı aşamaz.
Ancak prime-time saatlerde bu süre programın içerisinde sekiz dakikayı programlar arasında on beş dakikayı aşamaz.
- (C) Konulu filmler veya televizyon filmleri hariç olmak üzere radyo ve televizyonlardaki her türlü yayın içeriğinde ilk on beş dakikalık süre boyunca hiçbir tür reklama yer verilemez.
Ancak, süresi yirmi dakikadan kısa olan programlarda ilk on dakikanın ardından reklam yapılabilir.
- (Ç) Program içerisinde yer alan reklam, tele-alışveriş ve doğrudan satış reklamları yirmi dakikalık ara ile yayınlanabilir.
- (D) Dini törenlerin yayınlanma sürecinde hiçbir türde reklama yer verilemez.
- (E) Televizyon yayınlarında, altyazı-çerçeve ve logo kullanmak suretiyle yerleştirilen reklamlarda, bu reklamların her biri on beş saniyeyi aşamaz.
- (F) Televizyon yayınlarında, altyazı-çerçeve ve logo reklamlar, iki dakikadan kısa aralıklarla yerleştirilemez.
- (G) Altyazı ve çerçeve reklamlarda, reklam görüntü alanının %20 (yüzde yirmi)'sini, çerçeve reklamlarda ise %40 (yüzde kırk)'ını aşamaz.
- (H) Televizyonlarda, altyazı-çerçeve ve logo veya sanal reklamlar sesli olarak yayınlanamazlar.
- (I) Sanal reklam ve ürün yerleştirme yayınlarının yer alacağı televizyonlarda yayının başında ve sonunda yayın kuruluşu yazılı olarak sanal reklam kullanıldığı konusunda izleyiciyi uyarmalıdır.
- (i) Televizyonlardaki yayınlarda sanal reklam ve ürün yerleştirmeye yer veren her kuruluş yayınlarını alan diğer kanalları uyarlamak zorundadır. Yayınları alan kuruluş sanal reklam konusundaki içeriğe ilişkin doğrudan sorumludur.
- (J) Yayınlarında ürün yerleştirme türündeki reklamlara yer verecek olan kuruluşlar:
- (a) Sahnenin herhangi bir yerine yerleştirilmiş bulunulan bir ürünün markasının kamera tarafından net bir şekilde gösterilerek;
- (b) Yayınlanmakta olan bir programın herhangi bir sahnesinde üründen bahsederek;
- (c)Yayınlanmakta olan dizi, film veya herhangi

bir programda sunucunun ürünü tutması, içmesi, giymesi gibi bizzat kullanarak; bu tür reklamları gerçekleştirirler.

(K) Reklam kuşaklarının girişi veya süresince, ses gücü artırılamaz.

(L) Ücretsiz yayınlanan ve Kurul tarafından tavsiye edilen kamu spotu duyuruları reklam sürelerine dahil edilmez.

(M) Gün içerisinde program sponsoru ile verilen program tanıtımları ancak beş kez yapılabilir.

Ancak sponsor kullanılmadan verilecek olan program tanıtımlarında herhangi bir sınırlama yer almamaktadır.

(2) Tematik yayın izni alan kuruluşlar, günlük yayın sürelerinin %50 (yüzde elli)'lik kısmını reklama ayırabilirler.

(3) Münhasıran reklam, tele-alışveriş ve öz tanıtım yayınlarına ayrılmış televizyon ve radyo yayın hizmetlerine bu Tüzüğün 18'inci maddesinin (1)'inci fıkra kuralları uygulanmaz."

Esas Tüzüğün
19'uncu
Maddesinin
Değiştirilmesi

8. Esas Tüzük, 19'uncu maddesi kaldırılmak ve yerine aşağıdaki yeni 19'uncu madde konmak suretiyle değiştirilir:

"Reklamların ve Tele- Alışveriş Kuşaklarının Yayın Süresi 19. Kuruluşların yayınlarında her türlü reklamlara ayırdıkları süre günlük yayın süresinin %25 (yüzde yirmi beş)'ini geçemez. Söz konusu yüzdeler her saat diliminde de uygulanır. Bunun yanında her türlü ürün yerleştirme, bu Tüzüğün 18'inci maddesinin (1)'inci fıkrasının (C) bendi kurallarına uygun olarak; otuz saniyeyi aşmayacak şekilde yerleştirilir. Ürün yerleştirilen programda bir saatlik yayın süresince en fazla dört farklı ürün yerleştirilmesi yapılabilir."

Esas Tüzüğün
25'inci
Maddesinin
Değiştirilmesi

9. Esas Tüzük, 25'inci maddesi kaldırılmak ve yerine aşağıdaki yeni 25'inci madde konmak suretiyle değiştirilir:

"Reklam Gelirlerinin Denetimi 25. Kurul ödenmesi gereken reklam gelirleri Kurul payının doğruluğunu araştırmak, tespit etmek ve sağlamak bakımından kuruluşların defter ve belgelerini vergi incelemesine yetkili olanlara incelettirebilir. Bu amaçla kuruluşun tüm faturalarını talep edebilir. Bu şekilde talep edilen her türlü evrak ve fatura Kurula verilmek zorundadır."

Yürürlüğe Giriş

10. Bu Tüzük, Resmi Gazete'de yayımlandığı tarihten başlayarak yürürlüğe girer.