



TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞI'NA

Devlet kurumlarının ve şirketlerinin, kamusal varlıklar olmaları sebebiyle hizmetlerinde olduğu gibi uygulamış oldukları reklam politikalarında şeffaf, denetlenebilir ve hakkaniyetli olmaları gerekmektedir. Ancak bağımsız denetim ve ölçüm şirketlerince yapılan araştırmalar bunun tam tersi uygulamaların olduğunu göstermektedir. Tiraj başta olmak üzere hesaplanabilir birçok kritere uygun olarak verilmesi beklenen reklamların ve ilanların siyasi militanlık boyutunda verildiğine ilişkin iddialar güçlenmektedir.

Örneğin, bağımsız bir ölçüm şirketi olan Nielsen tarafından hazırlanan ve basına yansımış olan AdEx raporlarında kamu şirket ve kurumlarının ulusal gazetelere ve televizyon kanallarına vermiş oldukları ilanlarda ve reklamlarda ayrımcılık yapıldığı yönünde ciddi emarelere rastlanmıştır. Bu sonuçlara göre, kamu şirket ve kurumlarının, hükümetin sürdürdüğü siyasi çizgiye paralel bir reklam politikalarının olduğu iddiaları güçlenmektedir.

Raporlarda, özellikle hükümete yakın bir yayın çizgisine sahip olan Sabah, Star, Akşam, Milliyet, Yeni Şafak, Takvim, Türkiye ve Akit gibi gazetelerin kamu ilanlarından almış oldukları paylarda ciddi bir artış yaşandığı ortaya çıkmıştır. En çok ilan verilen gazeteler sıralamasının Akşam, Habertürk, Yeni Şafak, Takvim, Türkiye, Güneş, Posta, Akit, Vatan şeklinde olması ayrımcılık iddialarını güçlendirmektedir. Diğer yandan 2014 yılının ilk 6 ayında, kamu kurumları tarafından en fazla reklam verilen gazeteler sıralamasında Sabah birinci, Star ikinci ve Milliyet üçüncü sırada yer almıştır.

Kamu kurum/kuruluş ve şirketlerinin televizyon kanallarına vermiş oldukları reklamlarda da benzer bir uygulama söz konusudur. 2014'ün ilk yarısında, Çaykur, THY, Vakıfbank, Ziraat, Halkbank, Emlak Konut reklamlarını en çok yayınlayan televizyon kanalı A Haber olmuştur. Buna ek olarak, A Haber, ATV ve ATV Avrupa ile NTV, Kanal 24, TGRT, TVNet, Ülke ve Beyaz TV gibi hükümete yakın yayın çizgisine sahip televizyon kanallarına verilen reklamların süresi CNN Türk, Kanal D, Fox TV gibi kanallara verilen reklamların süresinin 8 katından fazladır.

Vakıfbank'ın CNN Türk, Fox TV, Samanyolu gibi kanallara reklam vermezken Ülke TV, Beyaz TV ve NTV'ye reklam vermiş olması ile Ziraat Bankası'nın hükümete yakın çizgide olmayan hiçbir televizyon kanalına ve medya kuruluşuna reklama vermemiş olması reklamların verilmesi hususunda partizanca bir tutum sergilendiği iddialarını



desteklemektedir. S Haber, Samanyolu, Bugün ve Kanaltürk televizyonlarına hiç reklam verilmemiş olması ise gelinen noktada devlete kurumları ve şirketlerinin uyguladığı reklam politikasının hükümetin siyasi çizgisi ile paralel olduğu iddialarını güçlendirmektedir.

Sonuç olarak devlet kurumlarının ve şirketlerinin ulusal gazetelere ve televizyon kanallarına vermiş oldukları ilan ve reklamlarda uygulanan kriterlerin denetlenmesi ve belirlenebilmesi, siyasi militanlık düzeyinden ayrımcılık yapıldığı iddiaların araştırılması amacıyla Anayasa'nın 98, İçtüzüğü'nün 104. ve 105'inci maddeleri uyarınca Meclis Araştırması açılmasını arz ve teklif ederiz.

R. K. İ. J.

R. K. İ. J. İ. J. K. İ. J.
Birdur m.v

Mehmet Hilal Kaplan
Kocaeli M.

Namık Hanıroğlu
Balıkesir m.v.

İdris Yılmaz
Ordu M.

Osman Düzgün
Diyarbakır

X. J.

Selime İ. J.
Manisa M.

Selime İ. J.

Kadriye Akın
İST. M.

Seğir TARKIKULU
İT. M.

Nahit Haberal
Zonguldak M.İ.

Kam. M. Haberal
Konya E. J.
Bursa m.v

Celal DİNLER
İST. M.İ.

Haydar AKAR
Kocaeli M.

Veli AĞBABA

Malatya Milletvekili



