

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Kamu kaynakları ve kamu bankalarının gazete ve televizyonlara ilan dağıtımındaki kriterlerin belirlenmesi, kamu kurumlarının reklam politikasının ölçütlerinin ne olduğunun kamuoyu tarafından bilinmesi, kamu kurumlarından ilan alamayan gazete ve televizyonların mağduriyetlerinin giderilmesi ve halkın haber alma hakkının önündeki engellerin kaldırılması için gereken yasal düzenlemelerin yapılması amacıyla, Anayasa'nın 98. ve TBMM İktüzüğünün 104 ve 105. Maddeleri gereğince bir Meclis Araştırması açılmasını arz ederim.

Saygılarımla,

Ali 42 DUNG
K. MANGU M.

S. A.
Sergey Yakovlev

Utku Çakırözer


Veli Agbaba
Matanya Mr.

Eskişehir Milletvekili

U. Lutz

Deniz Yazarı, İmar
Zonguldak İl. Ati
ru

Atila SERTEL
Pamir Mu.

1/kommt Treibgas
Zehnter

Israel Iykan
Burda Mu

§ net Pet hof Gre
nigle

KADİM DURMAZ
Tokat Milletvekili
İdare Amiri

Mahmut ~~Yıldırım~~ Tekir BAKIRHAN
DT WANBA

Dayton Ylmaris
Garcia

Vecht Gondola ~~Wacht~~
KIRKUSRECHT

Ali Haydar HAKVERDI
DOKTORA





GEREKÇE:

Bir ülkede demokrasinin işlediğinin en önemli göstergelerinin başında basın ve ifade özgürlüğü gelmektedir. Türkiye’de çoğulcu, çok sesli, çok renkli, her görüşün, eleştirinin özgürce ifade edildiği bir medya ortamının varlığı yurttaşlarımızın haber alma hakkının en temel güvencesidir.

Gazete ve televizyonlar halkın haber alma ve bilgilenme hakkı için yayınlarını sürdürürken, ekonomik açıdan pek çok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Artan maliyetler, dolardaki yükseliş bu kötü gidişata etki eden en önemli faktörler arasında yer alırken, gazete ve televizyonlar küçülme ya da kapanma noktasına gelmektedir.

Gazete ve televizyonların ekonomik olarak yayın hayatını, gazetecilerin özgürce çalışabilmesini engelleyen bir başka önemli konu ise ilan gelirlerindeki azalmadır. Kamu kurumları reklam ve ilanları yayınların izlenme veya okunma oranlarına göre değil, iktidarın istek ve tercihlerine göre verme eğilimi içindedir. Bu sebeple resmi ilanlar ile kamu kurum kuruluşlarına ait reklamlar iktidara yakın medya kuruluşlarına dağıtılırken, muhalif olarak bilinen gazete ve televizyonlara resmi ve kamu ilanlarının verilmemesi ve ayrımcı tavır gazete ve televizyonları kapanma noktasına getirmekte, halkın haber alma hakkını engellemektedir. RTÜK’ün muhalif basına yönelik cezaları da bu nitelikler arasında yer almaktadır.

İktidara yakın gazeteler başta kütüphaneler, havaalanları, THY uçakları olmak üzere kamu kurumlarına fazla fazla alınırken, Cumhuriyet, Sözcü, Yeniçağ, Evrensel, BirGün, Milli Gazete, Karar gibi eleştirel yayın organlarının hiçbirine bu imkan tanınmamaktadır. Bu çifte standart gazetelerin gerçek satış oranlarını da gizlemede de kullanılmaktadır. Böylece iktidara yakın olarak bilinen gazetelerin satış rakamları kağıt üzerinde şişirilerek Basın İlan Kurumu ve kamu kuruluşlarının reklamlarından aldıkları paylar olması gerekenin daha da üstünde tutulmaktadır. Televizyon dünyası için ise durum daha kötü boyutlardadır. Reklam alamayan televizyon kanallarının sürdürülebilmesi mümkün değildir. Bu konuda da devletin destekleyici politikalar üretmesi gerekmektedir.

İktidarın kamu bankaları, kamu kurumları, TMSF’nin el koyduğu şirketler, Türk Hava Yolları, PTT, Türk Telekom ve diğer kamu kurumlarının kaynakları iktidara yakın olarak bilinen gazete ve televizyon kanallarına dağıtılırken, muhalif olarak bilinen gazete ve televizyonlar bu kaynaklardan pay alamamaktadır.

Kamu bankalarının 2019 yılı televizyon ve gazetelere verdiği reklamlar kamuoyuna yansımıştır. Kamu bankaları tarafından televizyonlara toplamda yaklaşık 160 bin saat, 6 bin 670 gün reklam verilmiştir. Kamu Bankalarının reklam verdiği televizyonlar arasında; 24 tv,





360 tv, a news-a para-a spor tv-a2 – ahaber, akit tv, antalya tv (yerel), atv - atv avrupa, digitürk kanalları, bengturk, beyaz tv, bloomberg ht, cay tv (yerel), cem tv, cnn turk, dsmart kanalları, fb tv, gaziantep olay tv (yerel), gs tv, haber global, haber turk, kanal 26 (yerel), kanal 7, kanal d - euro d, kardelen tv (yerel), kayseri tv (yerel), kral pop, lifetime channel, ntv, number 1 - number one, turk tv, power turk - power tv, s sport - sports tv, show turk - show tv, star tv - euro star , t.a.y tv, tek rumeli tv (yerel), teve2, tgrt belgesel-tgrt eu-tgrt haber , tivibu, tjk tv - at yarışları televizyonu, tlc , tmb tv, trt yayınları, tv100, tv4, tv5, tv8 - tv8 int - tv8,5, tvnet, tv7, ucankus tv, ulke tv , yaban tv yer alırken; muhalif olarak bilinen halk tv, krt tv, tele 1 tv yer almamıştır.

Kamu kurumlarının gelirleri 83 milyonun vergilerinden oluşmaktadır. Reklam verilen kanallar arasında yer alan Digiturk, DSmart ve Tivibu gibi platformlarının abonelerinden para aldığı bilinirken, bu platformların her TV kanalına kamu bankalarınca ayrı ayrı reklam verilmesi de kabul edilemez bir tutum olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamu bankaları ve kamu kurumlarının reklam ve tanıtım bütçelerinin kullanımına ilişkin kurallar belirlenmemiştir.

Bu bağlamda;

Yukarıda sıraladığımız tüm gerekçelerle kamu kaynakları ve kamu bankalarının gazete ve televizyonlara ilan dağıtımındaki kriterlerin belirlenmesi, kamu kurumlarının reklam politikasının ölçütlerinin ne olduğunun kamuoyu tarafından bilinmesi, kamu kurumlarından ilan alamayan medya sektörlerinin mağduriyetlerinin giderilmesi ve halkın haber alma hakkının önündeki engellerin kaldırılması için gereken yasal düzenlemelerin yapılması amacıyla, Anayasa'nın 98. ve TBMM İçtüzüğü'nün 104 ve 105. Maddeleri gereğince bir Meclis Araştırması açılmasını arz ederim.

