



T.B.M.M.

CUMHURİYET HALK PARTİSİ

Grup Başkanlığı

Tarih : 09 Nisan 2025

Sayı : 10596

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

27397

Aşağıdaki sorularımın **Ticaret Bakanı Sayın Ömer BOLAT** tarafından Anayasanın 98'inci, TBMM içtüzüğü'nün 96'ncı ve 99'uncu maddeleri gereğince yazılı olarak yanıtlanmasını saygılarımla arz ederim.

Av. Dr. M. Sezgin TANRIKULU

Diyarbakır Milletvekili

Yemek eleştirmeni ve akademisyen Vedat MİLOR'un, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı Üsküdar Kent Lokantası'na yaptığı ziyareti YouTube kanalında paylaşmasının ardından Ticaret Bakanlığı tarafından "örtülü reklam" iddiasıyla soruşturma başlatıldığı basında yer almıştır. Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü tarafından başlatılan inceleme kapsamında MİLOR'dan, Kent Lokantası ile herhangi bir ticari anlaşmasının olup olmadığına dair belgeler, gelir durumuna ilişkin beyanlar ve videonun başka medya organlarında yayınlanıp yayınlanmadığı gibi çeşitli bilgilerin talep edildiği görülmüştür.

Vedat MİLOR, bu ziyaretin tamamen kendi inisiyatifiyle gerçekleştiğini ve hiçbir kurumdan ödeme almadığını açıklamış olmasına rağmen, soruşturmanın devam etmesi basın, sosyal medya içerik üreticileri ve eleştirmenlerin ifade özgürlüğü açısından çeşitli tartışmalara yol açmaktadır.

Bu bağlamda;

1. Ticaret Bakanlığı'nın "örtülü reklam" kavramına ilişkin yasal çerçevesi nedir ve bu çerçevede yapılan denetimlerin kriterleri nelerdir?
2. Bir yemek eleştirmeninin herhangi bir ödeme veya maddi çıkar sağlamaksızın bir restoran veya lokantayı değerlendirmesi hangi koşullarda "örtülü reklam" olarak nitelendirilmektedir?
3. Daha önce benzer içeriklere yönelik herhangi bir soruşturma açılmış mıdır? Açıldıysa kaç tane ve kimlere yönelik soruşturmalar gerçekleştirilmiştir?
4. Kent Lokantaları gibi kamuya hizmet sunan kurumlar hakkında yapılan olumlu eleştirilerin örtülü reklam olarak değerlendirilmesi, basın ve ifade özgürlüğünü ihlal eden bir uygulama değil midir?
5. Vedat MİLOR'un şahsi YouTube hesabında yayımladığı videonun örtülü reklam kapsamında değerlendirilebilmesi için herhangi bir sponsorluk ya da ödeme kanıtı bulunmuş mudur?
6. Türkiye'de sosyal medya içerik üreticilerinin, eleştirmenlerin ve basın mensuplarının ifade özgürlüğünü koruyacak önlemler alınmakta mıdır?
7. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin bir kamu kurumu olması dolayısıyla aslında Devletin sunduğu sosyal hizmetleri olumlu veya olumsuz yönde değerlendiren kişilerin, "ticari reklam" kapsamında soruşturulmaları, içerik üreticileri üzerinde bir baskı mekanizması oluşturulması amacını mı taşımaktadır?
8. Devletin sunduğu sosyal hizmetlerin övülmesi takdir edilmesi
9. Ticaret Bakanlığı, kamu hizmeti veren kurumlarla ilgili yapılan içeriklerin reklam olup olmadığını belirlerken hangi objektif kriterleri esas almaktadır? Bu konuda bir yönetmelik değişikliği ya da yeni bir düzenleme yapılması planlanmakta mıdır?
10. Kamuoyunda oluşan tartışmalar göz önüne alındığında, Vedat MİLOR hakkında başlatılan soruşturmanın geri çekilmesi ya da yeniden değerlendirilmesi söz konusu olacak mıdır?