



TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Aşağıdaki sorularımın TBMM İçtüzüğü'nün 96'ncı ve 99'uncu maddeleri uyarınca *Ticaret Bakanı Ömer Bolat* tarafından yazılı olarak cevaplandırılmasını arz ederim **06.10.2025**.

Nevroz UYSAL ASLAN
Şırnak Milletvekili

Trendyol ve Hepsiburada gibi e-ticaret platformlarında; 'Ötüken Online' adlı bir satıcı tarafından 'Toros severlere özel' başlığıyla satışa sunulan, üzerinde 'Beyaz Toros' ve 'Bozkurt işareti' ile birlikte 'On yedi bin kişi bir beyaz torosa nasıl sığar?' ibaresi bulunan tişörtlerin yer aldığı tespit edilmiştir.

"Beyaz Toros" imgesi, Türkiye'nin yakın tarihinde binlerce insanın zorla kaybedilmesi ve faili meçhul cinayetlerle özdeşleşmiştir. Bu sembol, toplumsal hafızada yalnızca bir araç değil; cezasızlığın ve kayıp adaletin sembolüdür.

Böylesine ağır bir simgenin kullanım biçimi de dikkate alındığında bir ürün olarak pazarlanması, salt bir tasarım tercihi değil, nefretin ve şiddet hafızasının ticarileştirilmesidir.

Bu ürünlerin kamuya açık biçimde satışı, Ticaret Bakanlığı'nın denetim ve düzenleme yetkisi altında bulunan etik ticaret, tüketici koruma, reklam içeriği denetimi ve platform sorumluluğu alanlarına doğrudan girmektedir.

Bakanlık, bu tür ürünlerin "ürün güvenliği" kavramı dışında tutulamayacağını, "etik güvenlik" boyutunun da toplumsal barış açısından yaşamsal olduğunu kabul etmelidir.

Bu bağlamda;

1. Ötüken Online adlı bir satıcı tarafından Trendyol, Hepsiburada gibi platformlarda "Beyaz Toros" baskılı ürünlerin satışa sunulmasına ilişkin olarak Ticaret Bakanlığı'na

- ulaşan herhangi bir şikâyet, ihbar veya inceleme talebi olmuş mudur? Olduysa sonuçları nelerdir?
2. Bakanlığınız, bu tür ürünleri satan platformları Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü aracılığıyla denetlemiş midir? Eğer denetim yapılmadıysa, “nefret içerikli ürünlerin” etik veya psikososyal güvenlik açısından denetim kapsamı dışında bırakılmasının gerekçesi nedir?
 3. “Beyaz Toros” sembolünün marka, tasarım veya telif başvurusu yapılmış mıdır? Eğer yapılmışsa bu başvurulara hangi kişi, kurum veya ticari işletmeler adına onay verilmiştir? Bu tescillerin yapılması, toplumsal hafıza açısından kamu yararına aykırı değil midir?
 4. Bakanlığınız, etik dışı sembollerin veya nefret temalı ürünlerin satışına ilişkin bir rehber veya yasak listesi hazırlamayı düşünmekte midir? Uluslararası örneklerde (örneğin Nazi sembolleri, Holokost inkârı ürünleri) olduğu gibi, Türkiye’de de travmatik sembollerin ticarileştirilmesini yasaklayan bir mevzuat düzenlemesi planlanmakta mıdır?
 5. E-ticaret platformları, nefret veya travmatik içerikli ürünlerin satışından sorumlu tutulmakta mıdır? Bu kapsamda platform yöneticilerine idari para cezası veya erişim kısıtlaması uygulanmış mıdır?
 6. Bakanlığınızın Reklam Kurulu, bu ürünlerin içeriklerinde yer alan “On yedi bin kişi bir beyaz torosa nasıl sığar?” ibaresini halkın belli bir kesimini aşağılayan, kin ve düşmanlığa teşvik eden bir söylem olarak değerlendirmiş midir? Eğer değerlendirmemişse, bu ifade reklam mevzuatında “açıkça zararlı içerik” tanımına neden girmemektedir?
 7. Bakanlık, nefret sembolleri içeren ticari ürünlerin ihracat veya tanıtım faaliyetlerinde kullanılmasını engellemek için Tanıtma Genel Müdürlüğü veya İhracat Genel Müdürlüğü düzeyinde bir önlem planlamış mıdır?
 8. Kültürel ve tarihsel travmaları ticari kazanç konusu hâline getiren ürünler, ahlaka aykırı ticari davranış olarak değerlendirilip Reklam Kurulu nezdinde soruşturma açılabilir mi? Bu yönde örnek kararlar mevcut mudur?
 9. Bakanlığınız politikalarında toplumsal barış, hafıza ve insan onuru ekseninde yeni bir etik ticaret stratejisi geliştirmeyi düşünmekte misiniz?
 10. “Beyaz Toros” gibi sembollerin satışı karşısında Bakanlığınızın sessizliği, bu tür ürünleri “normalleştiren bir piyasa dili” yaratmıyor mu? Bu konuda kamuoyuna açık bir açıklama veya politika belgesi yayımlamayı düşünüyor musunuz?