TOBB Türkiye Medya ve İletişim Sektör Meclis Başkanı Vahap Munyar:

TV ve radyolarda sahiplik sorunu bir an önce netleşmeli

Türkiye'de bulunan radyo, televizyon sayısı, yerel medyanın sayısı, çalışanlar dahil her şeyin fotoğrafının çekileceği geniş kapsamlı bir araştırma yapacaklarını söyleyen TOBB Türkiye Medya ve İletişim Sektör Meclis Başkanı Vahap Munyar, bugüne kadar Türk Medya Sektörü'yle ilgili derli doplu yapılmış ciddi bir araştırma olmadığını belirtiyor

Röportaj: Gülder DEMİR gulder.demir@dunya.com

Türkiye Sektör Meclisleri'nin kuruluş ve işleyişi ile faaliyetlerine ilişkin usul ve esaslar, 12 Şubat 2005 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Türkiye Sektör Meclisleri'nin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği" ile tespit edildi. Bu yasa çerçevesi için Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) bünyesinde 52 adet Türkiye Sektör Meclisi oluşturuldu. Türkiye Medya ve İletişim Meclisi bu sektör meclislerinden bir tanesi ve 2006 yılının Temmuz ayında da başkanlığına, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin Başkan Vekili ve aynı zamanda Hürriyet Gazetesi Ekonomi Servisi Müdürü Vahap Munyar getirildi. Ekonomi gazeteciliğinin duayeni olarak bilinen Vahap Munyar, Gazetecilik Halkla İlişkiler'den mezun. Gazeteciliğe arşivde başladığını daha sonra muhabir olduğunu belirtiyor. Vahap Munyar ile Medya ve İletişim Sektörü üzerine konuşurken doğal olarak Türkiye ekonomik gündemine yönelik sorular sormadan da geçemedik.

Türkiye Medya ve İletişim Sektörü oluşum sürecini anlatır mısınız?

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) bundan bir süre önce çıkan yeni yasasına "Sektör Meclisleri Oluşturulması" konusunda bir madde koyuyor. Bu maddeyi koymasının nedeni de şu; mevcut hükümet ile yaptıkları görüşmelerde TOBB'a deniyor ki; "İş dünyasının değişik sektörlerinden çok ciddi talepler geliyor. Bu talepler de farklı farklı dernekler üzerinden geliyor. Bir sektörde beş-on tane dernek var ve her birinin söylediği de farklı olduğu gibi, farklı çıkarlar olabiliyor, onlar da birbiriyle çatışabiliyor. Biz istiyoruz ki tek elden ve herkesin ortak noktada buluşabileceği bir yapı olsun. Biz de ne yapılacaksa onu düşünelim, çözülebilecekse de çözelim". Bunun üzerine "Türkiye Sektör Meclisleri" formülü bulunuyor ve TOBB geçtiğimiz sene sektör meclislerinin kurulmasını devreye soktu. Bundan önce aslında sektör kurulları diye bir yapı vardı, ama sayısı bu kadar değildi. Şimdi 52 tane sektör meclisi var, ilerde ihtiyaç duyulursa sayısı artırılabilir veya sektörler bölünebilir. İlk belirlemelerde bir sektör de, Medya ve İletişim Sektörü olarak belirlenmiş. Tüm medyadaki kurumlara TOBB tarafından çağrılar yapıldı. Doğan Grubu'na, Akşam Grubu'na, Sabah Grubu'na Yeni Şafak, Zaman hepsine. Ayrıca bu alanda ciddi gördükleri sivil toplum kuruluşlarına örneğin Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'ne, Türkiye Gazeteciler Federasyonu'na. Kamudan Anadolu Ajansı, TRT, RTÜK, Basın Yayın Genel Müdürlüğü vb. bunların hepsine çağrı yapılarak, gruplardan birer temsilci istendi. Benim bu meclise girişim de Türkiye Gazeteciler Cemiyeti üzerinden oldu. TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıkoğlu imzasıyla bir çağrı geldi, yönetim kurulumuz beni görevlendirdi ve ben meclisin otomatikman üyesi oldum. Kuruluşlardan ise genelde patronu temsil eden birilerinin katılması söz konusu, çünkü bu bir iş dünyası örgütü.

Türkiye Medya ve İletişim Sektörü önüne hangi amaçları koydu, çalışmaların geldiği nokta nedir?

Madem böyle bir yapı oluştu ve bu yapının içine girdik o zaman bazı şeyler üretmemiz gerekir diye düşündük. Bu doğrultuda toplantılarda onun tartışmalarını yapıyoruz. Ne Sabah, ne Doğan ne Akşam ne de başka grupların çıkarı olarak görülmeyen bütün sektörün sorunu halinde düşünülen birtakım sorunları TOBB'un da gücünü kullanarak ilgili mercilere, hükümetin çeşitli organlarına, bürokrasiye iletip onlara çözümler aramak., birinci hedefimiz. TOBB'un öngördüğü toplantı sayısı aslında dört, yani üç ayda bir toplanmamızı öngörmüşler. Fakat madem iş yapmaya geldik toplantı aralıklarını yakınlaştırıp, iki ayda bir toplanmaya karar verdik. Ayrıca ara toplantılar da yapmayı planladık. TOBB toplantılara danışman kadrosu bulundurma olanağı da vereceğini söyledi. Böyle bir danışman ekibiyle önce-



likle Türkiye'de bulunan radyo, televizyon sayısı, yerel medyanın sayısı, çalışanlar dahil her şeyin fotoğrafını çekelim istiyoruz. Çünkü bugüne kadar Türk Medya Sektörü'yle ilgili derli doplu yapılmış ciddi bir araştırma yok.

Türk yazılı ve görsel medyası hakkında kapsamlı çalışma olmamasını siz neye bağlıyorsunuz?

Bunun nedeni de sektör içindeki zaman zaman ciddi boyutlara ulaşan kavgalardan kaynaklanıyor. Medya ve İletişim Sektör Meclisi olarak daha kavgasız, gürültüsüz, daha birlikte birtakım ürünler ortaya çıkaracağımız bir ortam öngörüyoruz. Dolayısıyla en önemli çabalarımızdan biri de bu olacak. Önümüzdeki dönem içinde ciddi bir çalışma raporunu ortaya koyabilirsek onu hem kamuoyuyla hem de sektörümüzle paylaşacağız. Zamanı geldikçe de rapor yenilenir diye düşünüyoruz. Onun dışında da her meclis toplantısının olduğu güne veya belli günlere bir görüşme ayarlayıp sektörümüzün sorunlarını ilgili mercilere iletmeye de çalışıyoruz. Örneğin Ulaştırma Bakanlığı Müsteşarı'nı ziyarete gittik. Bu ziyaretin amacı radyo ve televizyonların uyduya ihtiyacı olmasıydı. Türk-Sat uydusunun durumu ne olacak, yeni uydu olabilecek mi, takvimi nedir, kablolu yayının kapasite dolmuş vaziyette onun için ne çözümler üretiyorlar ve biz ne öneriyoruz. Genelde bu yolda ilerlemeye çalışıyoruz.

Genel olarak Türk medyasının içinde olduğu sorunlar hakkında bize bilgi verir misiniz?

Bunlardan biri gazeteleri ilgilendiren bir sorun ve bu da promosyonla ilgili. Bir dönem ticari kaygılarla başlayan tencere, tava, yoğurdun yanında gazete dağıtımına kadar düşen okuyucuya promosyon vermenin bir disiplin altına alınması gerekiyordu, fakat sektör başka bir sorunla karşı karşıya kaldı. Bilindiği gibi Tüketiciyi Koruma Yasası var. Şimdi o yasa bir de "Tüketiciyi gazeten koruma yasası" haline geldi. Oysa Tüketici Yasası'nı ciddi şekilde uygulasalar veya yasaya bir-iki madde daha ekleseler, ayrı bir yasayla tekrar medyanın kontrol edilmesine gerek olmazdı. Bundan sektörümüz rahatsız. Türketiciyi iki kere senden koruyorum, gibi bir mantık sektörü üzüyor. Bir başka sorunumuz da televizyonlardan ciddi miktarda reklâm gelirleri üzerinden RTÜK payı ve eğitime katkı payı kesiliyor ve bu ciddi bir miktar tutuyor. Aslında sektörün doğrudan sahiplerinin gönlünde yatan bu kesintilerin tamamıyla kalkması, kalkamıyorsa da en azından mevcut oranların biraz daha aşağı çekilmesi. Onun dışında radyo ve televizyonlarda sahiplik sorunu netleşmiş değil. Bunun bir an önce netleşmesi gerekiyor. Aksi halde tartışmalar devam edip geliyor.

Ayrıca bir de yabancı sermayenin Türk Medya Sektörü'ne girmesi durumu var ve buna yönelik olumlou/olumsuz tartışmalar yapılıyor. Sizce yabancıların medya sektörüne girmesi ne tür etki yaratır?

Yabancı medyanın sektöre girmesine ben çok muhalif bakmıyorum. Türkiye için hareket getirdiğine inanıyorum. Burada önemli olan radyo, televizyon, RTÜK'ün kurallarını iyi koyup düzgün çalışması. Her şey kuralları iyi koymaya bağlı. Eski Doğu Bloğu ülkelerinden Bulgaristan'da medyaya Almanlar hâkimdir. Dolayısıyla bir sistemi oluşturup, kuralları koyduktan sonra yabancının gelmesi rekabeti artırır. Bundan da okuyucu veya televizyon izleyicisi de yararlanır. Çünkü her ne kadar Türkiye, dünyanın büyük ekonomileri arasında on sekizinci sırada olsa bile kaynak yetersizliği çekiyor. Onun için de yabancı sermayeye ihtiyacımız var. Zaten herkes yabancı semayenin kendi ülkesine yatırım yapmasını istiyor. Çin'i görüyoruz çok ciddi yabancı sermaye çekiyor. Türkiye son iki yıldır yabancı sermaye çekmeye başladı. Sonuçta yabancı sermaye eğer diğer sektörlerin kaynak ihtiyacını gideriyorsa, medya sektöründe de kaynak ihtiyacını giderir ve değerler artar. Bundan zaman içinde medya sektörüne emek veren insanlar da yarar görür. En azından maaşlar biraz daha iyi seviyeye gelir, rekabet

artınca yine çalışanların değerinin artması söz konusu olur ve aynı zamanda kurumlara da değer katar. Kurumlar da büyümeye başlar ve topyekün bir kazanç ortaya çıkar. Bir ara hükümet televizyonlar için en azından sektör sınırlaması yapalım düşüncesindeydi. Yabancı sermayeli şirket bir ulusal kanalın tamamına sahip olsun, ama yabancı sermayenin oranı bütün sektörün yüzde 25'i aşmasın gibi bir önerisi vardı. AKP içinde de buna karşı çıkanlar olunca rafa kaldırıldı. Aslında bu konunun tekrar ele alınması gerekiyor.



Türkiye'de basın sektörünün içinde bulunduğu diğer bir sorun da toplumun yazılı ve görsel medyaya duyduğu güvenin azalması ki, bu yapılan çeşitli araştırmalarda ortaya çıkan sonuç. Sizce, toplumun medyaya güvenin azalma nedenleri nedir?

Medya gruplarının o kadar ciddi cepheleşmeleri oluştu ki, şirketlerle ilgili haberler savaş alanı olarak kullanılmaya başlandı. Doğal olarak bunu doğru bulmuyorum ve bu durum hepimizin içini acıtıyor. Tek tek bütün grupları suçlamak istemiyorum, herkes kendine göre bir yol çizmiş gidiyor, ama genel anlamda bu tartışmalar, bu kavgalar, medyayı böyle kullanmak, bütün medya sektörünün imajını çok ciddi şekilde tehdit ediyor. Genel olarak bu işi yönetenlerin, patronların da olaya böyle bakması lazım X gruba saldırıp, bazı mali girişimlerini zedeleyip, bozmak olarak algılansa da, diğeri de ona başka türlü cevap veriyor. Derken toplumun medyaya olan güveni, saygısı iyice ayaklar altına doğru iniyor. Tiraj iyi olmadığında gelen reklâm da iyi olmaz, o zaman kazancınız da beklentiniz doğrultusunda olmaz. Kendini kurtaran, kârlı olan bir gazete veya bir televizyon üretmezsiniz. Dolayısıyla ticari anlamda da medyaya zarar veriyor. Keşke mümkün olsa da bu tartışmaların uzağında bir medya ortamı yaratsak.



Gelişen teknoloji ve ona bağlı internet dünyasında özellikle gazeteler giderek yok olmaya mahkum mu?

Yakın vadede yirmi, otuz yıl gibi bir vadede yazılı basının ortadan kalkacağını öngörmüyorum. İnternetin yaygınlaşması söz konusu, ama buna rağmen gazetelerimizin tirajları bir dönemki 3,5 milyon toplam tirajdan bugün 5,1 milyon tiraja gelmiş durumda ve artma olasılığı da var. Toplum olarak okumayı pek sevmememize rağmen gazetelerin tirajları arttığına göre gazetelerin hem dünyada hem de Türkiye'de şansı devam ediyor demek. Günümüzde artık cep telefonlarından bile gazetelerin haberlerine bakmak mümkün. Ancak seyhatte olduğunuzda, çok yoğun olduğunuzda internetten bakma durumunda kalabilir insan. Dokunma duygusu bambaşka bir şey ve okuma zevki veriyor insana

Türkiye Medya ve İletişim Sektörü Meclis Başkanı olarak TOBB'un çalışmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

M. Rifat Hisarcıklıoğlu başkan olduktan sonra TOBB'da farklı bir yönetim tarzı ortaya çıktı. Bunu gazeteci olarak da yakından gözlediğim için çok rahat söyleyebiliyorum. Özellikle TOBB'un geçmiş dönemlerini de gayet iyi biliyorum. Elbette diğer başkanlar da görevlerini layıkıyla yapmaya çalıştılar, belli ölçülerde yaptılar da. Fakat bazıları TOBB'u atlama taşı yapıp siyasete girdiler. Belki ilerde Hisarcıklıoğlu da siyasete girmeyi düşünebilir, ama şu anda bütün partilere eşit uzaklıkta durmaya çalışıyor ve bunun da mesajını net şekilde veriyor. TOBB Başkanı Hisarcıklıoğlu "Benim derdim üyelerimizin, dolayısıyla özel sektörün sorunlarını iletip onlara çözüm bulmak. Çözüm bulmak için de partilere eşit mesafeyi korumak zorundayım. Aksi halde hükümete gittiğim zaman benim taleplerimi yerine getirmez, beni başarılı göstermek istemez. Çünkü kendisine rakip görecektir" diyor. Bir başka yönü de çok ciddi şekilde Anadolu'yu dolaşıyor ve üyelerinin ciddi şekilde nabzını tutuyor. Bu yönleriyle farklı bir yönetim tarzı var. Diğer bir nokta da üniversite kurmak TOBB'un işi midir, değil midir diye bakılabilir. Eğer öyle bir kaynağı başka bir yerde değerlendiremiyorsa, en azından kendi iddialarına göre bürokrasiye, özel sektörü anlayabilecek iyi kaliteli eleman yetiştirmesi anlamında üniversiteye sahip olması güzel bir sonuç oluyor. Eğer başarılabilirse Filistin Sanayi Bölgesi Projesi çok ciddi bir proje. Ekonomi gazeteciliğinde yıllardır görüyoruz, belli ölçülerdse siyasette de ülkeler arası ilişkilerin belli noktalara oturmasının yolu ticaretten, ekonomiden geçiyor. Filistin Sanayi Bölgesi Projesi sayesinde umduğumuz Filistin-İsrail barışı da sağlanabilir diye bir çaba içindeler. Dünya Bankası'nın da desteklediği bir proje. TOBB'un bu çalışmaları bana umut veriyor.

İnovasyon'da treni kaçırdık diyenler var, sizce de tren kaçtı mı?

Türkiye'nin bir sanayi stratejisi yok. Türkiye'deki 234 bin kayıtlı işletmeden sadece 70 binin verileri odalar birliğinin elinde, gerisinin hiçbir verisi yok. Olanlar da çok sağlıklı değil ama Rifat Hisarcıklıoğlu şunu söylüyor: "En azından bunlar da verebildikleri kadar kaç işçi çalıştığını, hangi alanlarda faaliyet gösterdiklerini, kapasitelerinin ne olduğunu bilebiliyoruz". Veri olması ne işe yarıyor derseniz, örneğin Antep'te 350 tane iplik tesisi var. 351. iplik tesisini kuracak olan kapasitelere bakıp artık Antep böyle bir kapasiteyi kaldırır mı, kaldıramaz mı? Eğer kaldıramayacağını görüyorsa yatırımını yapmayacaktır. Hükümet de çalışmayı yaparken Antep'te 351.

iplik tesisine gerek yok, biz bu konuda sana teşvik vermek istemiyoruz, istersen kur, ama teşvik yok. Bugüne kadar daha bir Anadolu tarzı yatırımlar yapıldı. "Bak bu alanda para var, ben de bu alana bir yatırım yapayım" koyun sürüsü mantığıyla yatırım yapılırken bir sanayi strateji olursa o zaman Türkiye yolunu çizer. Bugün tekstil de iyiyiz ama on yıl sonra artık Türkiye tekstilde olmasın gibi bir strateji çizilebilir. Otomotiv de çok ciddi bir noktaya geldik. Bundan sonra otomobilde daha başka alanlara kayabiliriz. Kamyonun, otobüsün motorunun yüzde yüz yerli üretimini yapılabiliriz. Yerli üretim yapan otomotiv motoru firmaları da dünyanın çok daha kabul ettiği ürünler ortaya koyabilir. Başka ne olabilir, elektrik, elektronik cihazlar üretiminde örneğin televizyon üretimi gibi. Dolayısıyla bütün bunlar sanayi stratejisinin sonuçlarıdır. İnovasyon da bunun bir parçası. Aslında inovasyonda hiçbir zaman treni kaçırdık diye bakmamak lazım. Her alanda inovasyon olabilir. En küçük bir satış strateji geliştirmenin bile birçok farklı yönünü bulmak inovasyondur. Sonuçta yeni bir kârlılık, yeni bir motivasyon, rakiplere karşı bir güç getirecektir. İnovasyonu böyle algılamak, treni kaçırdık diye bakmamak lazım.

Türkiye'de yabancı bankaların artması KOBİ'lerin önünde bir engel oluşturur mu?

İlk bakışta oluşturacak gibi görülebilir, hatta o yönde görüşler de var. Bankaları denetleyen onları gözetleyen bir bankacılık düzenleme ve denetleme kurumumuz var. Bu kurum görevini iyi yaptıkttan sonra yabancı bankaların, KOBİ'lerin önünde engel olması gibi bir sorunu ciddi görmüyorum. Fakat KOBİ'lerimizin, hatta genelde büyük şirketlerimizin birçoğu halen aile şirketi, aile grubu, hatta holdingi şeklinde olanlar bile hala aile şirketinden kurtulmuş değil. KOBİ'ler daha da aile şirketi şeklinde. Özellikle AB müeyyidelerini, dünyaya hızla entegre oluşumuzu dikkate alarak KOBİ'lerin hızla kurumsallaşması lazım. Şirketi aile yönetebilir, ama kurumsal bir kimlikle yönetmesi lazım. Kurumsallaşma ne getirecek? Doğru bilânço, düzgün bilânço ve şeffaf bilânço oluşturmaları kayıtlı iş yapmalarını getirecek Eğer kayıt dışı iş yapıyorsa özellikle yabancı banka, dünyada geçerli olan alıştığı belli kuralları KOBİ'lerimize uygulamak isteyeceklerdir. Eskiden değeri olan bir arsayı veya bir varlığı gösterip rahatlıkla kredi alınabiliyordu. Şimdi bankalar şirketin bilânçosunu görmeden, o şirketin başarı şansını tahmin edemeden kredi vermek gibi bir durumları olmayacak. O nedenle KOBİ'lerin bankacılık işlerine bakışı değişmesi gerekiyor. Dolayısıyla, dünya bankacılık sisteminde Basel II kriteleri dikkate alınmalı ve artık kredi veren şirketler de sorumluluk altına girecekler. O zaman bankalar daha ciddi incelemek durumunda kalacaklar. Yoksa "Yunanlı bankacı geldi, bana kredi vermez, buradaki paraları götürür Yunanlıya kullandırır" gibi bir bakış doğru bir bakış değil, nitekim gelenler de işleyişi değiştirmiş değil.. En azında şimdiye kadar gazeteci olarak bize ulaşan şu işimi, bu yabancı banka engelliyor gibi bir şikâyet duymadım. Tabii zaman zaman sektörel sıkışmalar oluyor. Kurlardan dolayı ihracatta sıkışan bazı sektörler var ve feryat ediyorlar. Bankacı feryat eden bir sektöre kredi açmak istemiyor. "Bakıyorum ağlıyorsun, işlerin iyi değil ve gelip benden kredi istiyorsun. O zaman ben sana kredi verirken iki, üç, beş defa düşünmeliyim" diyor. Bu tür sektörsel yaklaşımlar olabiliyor, ama bu da şeffaf, düzgün bilânçolarla bankaların ikna edilmesiyle aşılabilecek bir şey. Banka, önüne gelen bilanço ve şirket ciddiyse ve aldığı krediyi rantabl kullanabilecekse, bundan kâr edip kredisini zamanında ödeyecekse sorun görmez.

Türkiye Cumhurbaşkanlığı seçimlerine odaklanmış durumda. 2007 kayıp bir yıl olarak mı geçer ve seçim para piyasalarında bir dalgalanma yaratır mı?

2007 tamamen kayıp bir yıl olarak geçmez. Nisan ayında Cumhurbaşkanı seçildi ve Mayıs'ta görevi devir aldı diyelim, işte bu süreçte Köşke çıkan Tayyip Erdoğan olursa tartışmalar gerginlik yaratabilir ve piyasalar da bir tedirginlik olabilir. Piyasalardan kastım çok büyük dalgalanmalar olmasa bile, yapılacak yatırım varsa beklemeye alınabilir, alışverişler ertelenebilir. Nisan ayına kadarki dönemde herkes bir şeyleri şimdiden ertelemeye geçti.

Parası olan alışverişi erteliyor, fon almıyor, parayı bekletiyor. Tayyip Erdoğan Köşke çıkmaz ise Türkiye ikinci bir beş yıllık siyasi istikrar dönemini ufukta görebilir. Çünkü hala AKP rakipsiz görünüyor, diğer siyasi rakipleri ciddi kazanımlar elde etmiş değil. Bugünkü kadar çoğunluk olamasa da tek başına iktidara zorlayacak durumda. Sonuç olarak Cumhurbaşkanılığı seçimleri ne olursa olsun 2007'nin ikinci altıncı ayında piyasalar da canlanma olabilir. Birinci altı aylık dönemi de ikinci yarının canlılığı dengeleyebilir.

