Medya ve iletişim sektörünün geleceği konuşuldu



Yeni Yüzyılda Medya ve İletişim Arama Konferansı'nda konuşan TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, arama konferanslarıyla TOBB'un vizyon ve misyonunu belirleyip yol haritası oluşturduklarını belirterek, "Gelecekte misyon olarak ne yapmanız gerektiği araştırılıyor" dedi.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) düzenlediği Yeni Yüzyılda Medya ve İletişim Arama Konferansı, Bolu'da gerçekleştirildi. Konferansa Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç, Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı, TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, TOBB Yönetim Kurulu Sayman Üyesi İlhan Parseker ve TOBB Yönetim Kurulu Üyesi Harun Karacan katıldı.

Türkiye'de ilk defa medya ve iletişim sektörünün temsilcilerinin bir araya gelerek, iki gün boyunca medyanın sorunlarını ve sektördeki değişimi ele aldığı konferansta konuşan TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, kendilerinin ilk defa 2002'de arama konferansı yaptıklarını belirtti. Arama konferanslarının yol haritası çizilmesinde büyük katkısı olduğuna değinen Hisarcıklıoğlu, 2002'deki arama konferansında, TOBB'un çalışmalarının yol haritasını oluşturduklarını belirtti. Hisarcıklıoğlu, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi'nin



>> TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, günün anısına Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç'a hediye takdim etti.



>> TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, Yeni Yüzyılda Medya ve İletişim Arama Konferansı'na katıldı.

(ETÜ) ve Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı'nın (TEPAV) kurulmasının, odaların hizmet kalitesinin artırılmasının, uluslararası kurumlarda etkin pozisyon alınmasının, Kredi Garanti Fonu'nun aktif hale getirilmesinin, Vadeli İşlem Borsası , Kadın Girişimciler Kurulu ile Genç Girişimciler Kurulu'nun kurulmasının, sanayi veri tabanının kullanışlı hale gelmesinin ve gümrük kapılarının modernizasyonunun bu arama konferansından çıktığını anlattı.

2009 yılına kadar bu kararların tümünün hayata geçirildiğini vurgulayan Hisarcıklıoğlu, yeni bir vizyon çizilmesi ve misyon oluşturulması için 2010'da bir arama konferansı daha yaptıklarını, UMEM Beceri'10 Projesi ve anayasa çalışmalarının da bu konferansın ürünü olduğunu belirtti.

BASIN KANUNU'NDAKİ HABER SİTELERİ DÜZENLEMESİ

Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç, yayıncıların zarar görmemesi konusunda iyi niyetli olduklarını, ezici bir rekabetin yaşandığı sektörde, mevcut televizyon kanalların tümünün Türkiye için bir ihtiyaç olduğunu söyledi.

TRT'nin 15 kanala sahip olarak kamu yayıncılığı yaptığını ifade eden Başbakan Yardımcısı Arınç, özel kanalların tamamının frekans sahibi olması konusunda, gruplara tahsis edilecek sayılar dikkate alındığında eksiklik yaşanmayacağını ümit ettiğini belirtti. 2013'ün Mart ayına kadar, kanunun öngördüğü iki yıl içinde ihalelerin yapılacağını dile getiren Başbakan Yardımcısı Arınç, yerel ve bölgesel televizyonlar için de hazırlandıklarını ve bunların da ihalelerinin yapılmış olacağını ifade etti. Basın İlan Kurumu'nun da yeni bir yapılanmaya gittiğini anlatan Başbakan Yardımcısı Arınç, "Bu süreci Meclis'te takip edeceğiz" dedi.

Haber siteleriyle ilgili bir düzenleme yapmak istediklerini belirten Başbakan Yardımcısı Arınç, "Haber siteleri, bundan sonra internet medyasının Basın Kanunu içerisine uyarlanmasıyla bu haklardan istifade edecek" diye konuştu.

Bilişim yoluyla işlenen suçlara ilişkin, altı ya da yedi yıl önce çıkan bir kanunun olduğunu anımsatan Başbakan Yardımcısı Arınç, bu kanunun yürürlükte olmasına rağmen fazla bir etkisinin olmadığını söyledi. İnternetteki paylaşım sitelerinde çeşitli yollarla hakaretlerde bulunulduğunu ve bunun herkesi rahatsız ettiğini vurgulayan Başbakan Yardımcısı Arınç, bundan keyif alan kişiler ve grupların bulunduğuna dikkat çekerek şöyle konuştu:

> "BASIN KANUNU'NDA, RADYO TELEVİZYON ÜST KURULU (RTÜK) KANUNU'NDA VEYA İNTERNET MEDYASIYLA İLGİLİ YAPACAĞIMIZ DÜZENLEMEDE **ŞAHSİ HÜRRİYETİ BAĞLAYICI** BİR CEZA YOK."
>
> **BÜLENT ARINÇ** | Başbakan Yardımcısı



>> TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, günün anısına Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı'ya hediye takdim etti.

"Basın özgürlüğü veya bu konudaki hukuksuzluklar, içeride olmak üzere yargılananlar bütün bunlar bugünlerde Türkiye'nin bir gerçeği. Örneğin Basın Kanunu'nda, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Kanunu'nda veya internet medyasıyla ilgili yapacağımız düzenlemede şahsi hürriyeti bağlayıcı bir ceza yok. Kimse 'Ben bundan dolayı zarar gördüm, bu kadar hapse mahkûm oldum' diyemez. Peki, nereden ceza görüyorlar? Bir, mutlaka Türk Ceza Kanunu'ndan, iki, Terörle Mücadele Kanunu'ndan. Bir de özel müeyyidesi olan ceza içeren maddeler var. Ama tecrit sınırları içerisinde olduktan sonra yine şahsi hürriyeti bağlayıcı ceza gündeme gelmeyebiliyor."

BAKAN YAZICI: "REKLAM BİR HAYAT BİÇİMİNİ DE PAZARLAR"

Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı, medyanın geleceği tartışılırken güven sorununun da ele alınması gerektiğini vurguladı. Medyanın, eğlendirme ve kendi yorumlarını yapmasının yanı sıra güven konusunda da taviz vermemesi gerektiğini belirten Bakan Yazıcı, şunları söyledi:

"Toplumsal yapıyı, kültürel dokuyu nasıl değiştirip dönüştürdüğünü de iyi hesap etmesi gerekiyor. Sadece magazin anlayışıyla yayıncılık, habercilik yapılmamalıdır. Sadece magazin anlayışıyla hareket etmek, medyanın inandırıcılığını, medya mensuplarının da toplumdaki saygınlıklarını kaybettirir.

2007 yılında yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'de medyanın güvenilirlik oranı yüzde 25. Bu oranla dünyada medyaya güven bakımından 128 ülke arasında sondan dördüncü sırada yer alıyoruz. Medyanın geleceği tartışılırken, güven sorununun da tartışılması gerekiyor. Bilginin doğruluğu, haberin doğruluğu konusunda sürekli bir şüphe çağında yaşıyoruz."

Özellikle televizyonlarda yer alan reklamların güvenilirliğinin iyi araştırılması gerektiğine işaret eden Bakan Yazıcı, "Reklam sadece bir ürün değil, bir hayat biçimini de pazarlar. Bu nedenle medyanın her alanında çalışanlar gibi, reklamcıların da sosyal sermayeyi ve kültürel ögeleri en çok kullanan ve yeniden üreten kişiler olarak, reklam içeriğinde bazı noktalara azami dikkat göstermesi gerekiyor. Reklam, yalan söyleme sanatı değildir, olmamalıdır da. Özellikle internet mecrasında yer alan reklamlara bakıldığında, piyasaların, kozmetik veya gıda takviyesi kapsamına giren ürünlerle dolu olduğu görülmektedir" diye konuştu.

Bakan Yazıcı, Bakanlığı bünyesinde kurulan Reklam Kurulu'na, reklamlarla ilgili çok sayıda şikâyet geldiğini de belirtti. Bu tür şikâyetlerin geçmiş yıllara oranla büyük ölçüde arttığını vurgulayan Bakan Yazıcı konuşmasını şöyle sonlandırdı:

"Reklam Kurulu'na yapılan başvurulara baktığımızda sağlık, kozmetik veya gıda takviyesi kapsamına giren ürünlerin reklamlarına ilişkin şikâyetler önemli ölçüde artmaktadır. İnsan sağlığını doğrudan ilgilendiren reklamlara ilişkin şikâyetlerin, toplam şikâyetler içindeki payı yüzde 32 oranındaydı. Bu oran 2012'de yüzde 56'ya çıktı. 2012'de Reklam Kurulu'na yapılan 2322 başvurunun yüzde 9'u bu tür gıda takviyesi reklamlarıyla ilgiliydi. Tüm bu reklamlar, bu alanda yaşanan sorunların ve tüketici mağduriyetlerinin, ekonomik büyümeyle birlikte giderek arttığını göstermektedir. Burada reklamları yayınlayan kuruluşlara da sorumluluk düşmektedir. Özellikle insan sağlığıyla ilgili ürünlerin reklamının yayınlanması, sadece maddi bir konu değildir. Medya kuruluşlarımızdan, sağlıkla ilgili bu tür reklamlara hassasiyet göstermelerini bekliyoruz.

Bakanlık olarak, sektördeki firmalara ve reklam ajanslarına idari cezalar vermekten ziyade, ülkemizde dürüst ve sorumlu bir pazarlama ortamının oluşmasını hedefliyoruz. Bu noktada, özgürlük ve güvenlik dengesini, tüketicinin korunması yönünde, işbirliği içinde kurmalıyız."



>> Gümrük ve Ticaret Bakanı Hayati Yazıcı, Münevver Arınç, Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç ve TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu.