

**YAYIN HİZMETİ USUL VE ESASLARI HAKKINDA YÖNETMELİK****BİRİNCİ BÖLÜM****Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar****Amaç**

**MADDE 1 –** (1) Bu Yönetmeliğin amacı, medya hizmet sağlayıcıların uyması gereken yayın hizmeti usul ve esaslarını belirlemektir.

**Kapsam**

**MADDE 2 –** (1) Bu Yönetmelik; Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcılar tarafından sunulan yayın hizmetleri ile ilgili usul ve esasları kapsar.

**Dayanak**

**MADDE 3 –** (1) Bu Yönetmelik, 15/2/2011 tarihli ve 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 21, 22, 24, 30, 31, 37, 45 ve 46 ncı maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

**Tanımlar****MADDE 4 – (Değişik:RG-3/4/2014-28961)**

(1) Bu Yönetmelikte geçen;

a) Alt yazı: Program kaydı veya yayın esnasında, çoğunlukla ekranın alt bölümüne yerleştirilen, sabit ve/veya hareketli olarak verilen yazılı bilgi, diyalog ve metinleri,

b) Bant reklam: Program yayını esnasında ekrandaki görüntü üzerinde, programın bütünlüğünü bozmamak kaydıyla, tanıtımı yapılan ürün, hizmet veya kuruluşun reklamının görüntüyü çerçevelemek yoluyla ya da alt yazı ile veya logosunu göstermek suretiyle yapılmasını,

c) Bilgi iletişim araçları: Telekomünikasyon alt yapısı kullanılarak ses, görüntü, mesaj ve benzeri bilgilerin iletimini sağlamakta kullanılan sistemi,

ç) Bilinçaltı tekniği ile ticari iletişim: Yayın hizmetlerinde ancak bilinçaltıyla algılanabilecek görüntüler ve sesler kullanılarak, ürün veya hizmetlerin tanıtılmasına ilişkin mesajlar içeren ticari iletişimi,

d) Bölünmüş ekran: Televizyon ekranının birden çok geometrik şekillere bölünmek suretiyle, bu bölümlerin aynı veya farklı konuların işlenmesi için kullanılmasını,

e) Canlı yayın: Gerçek ya da tüzel kişilerce hazırlanmış yayın hizmet içeriğinin, anında, naklen veya stüdyodan, iletiildiği yayını,

f) Çizgi film: Seri olarak fotoğraflanmış çizim, obje veya bilgisayar grafikleri vasıtasıyla oluşturulmuş filmi,

g) Editoryal sorumluluk: Programların içeriği ve seçimi ile radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde bir yayın akış çizelgesi, isteğe bağlı yayın hizmetlerinde ise bir katalog içinde sunulmasına ilişkin düzenleme ve kontrol yetkisine sahip olmayı,

ğ) Gizli ticarî iletişim: Medya hizmet sağlayıcı tarafından reklam yapmak amacıyla veya kamuyu yönlendirebilecek şekilde; mal veya hizmet üreticisinin faaliyetinin, ticarî markasının, adının, hizmetinin ve ürününün reklam kuşakları dışında ve reklam yapıldığına ilişkin açıklayıcı bir ses veya görüntü bulunmaksızın programlarda sözcükler veya resimler ile tanıtılmasını,

h) Haber: Kamuoyunu bilgilendirme amacıyla ve nesnel bir bakış açısıyla izleyici ve dinleyicilere iletilen güncel, toplumsal, ekonomik, siyasal, kültürel ve benzeri olay, konu ve gelişmeleri,

ı) Haber bülteni: Kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla, güncel toplumsal, ekonomik, siyasal, kültürel ve benzeri olay, konu ve gelişmelerin, derlenerek, izleyici veya dinleyicilere, düzenli olarak, belirli saatlerde sunulduğu program türünü,

i) Haber programları: Kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla güncel olay, konu ve gelişmeleri ayrıntılarıyla ele alan ve değerlendiren, bildiri, sunum, söylev, mülakat, söyleşi, tartışma formatında gerçekleştirilen, belirli yayın gün ve saatinde ve düzenli biçimde izleyici ya da dinleyicilere sunulan program türünü,

j) İletim: Yayın hizmetlerinin ilk olarak sağlanmasını,

k) İsteğe bağlı yayın hizmeti: Programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak izlendiği veya dinlendiği yayın hizmetini,

l) Kamu spotu: Üst Kurul tarafından tavsiye edilen ve ücretsiz yayınlanan kamu hizmeti duyurularını,

m) Kısa gösterim: Kamuoyu için önem taşıyan münhasır yayın hakkı olan güncel bir olayın önemli kısımları hakkında kamuyu bilgilendirmek amacı taşıyan görüntü ve seslerin kısa geçişlerini,

n) Kanun: 15/2/2011 tarihli ve 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunu,

o) Korunmalı saatler: Çocuk ve gençlerin, yayınları izleme veya dinleme ihtimali olan 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimini,

ö) Korumacı sembol: Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak sembolleri,

p) Logo/çağrı işareti: Medya hizmet sağlayıcılarının Üst Kurul ve ilgili kurumlara tescil ettirmek zorunda oldukları hizmet adının veya bu adın harf veya sözcüklerinin blok hâlinde grafik tasvirini veya sesli duyurusunu,

r) Medya hizmet sağlayıcı: Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti içeriğinin seçiminde editöryal sorumluluğu bulunan ve bu hizmetin düzenlenme ve yayınlanma biçimine karar veren tüzel kişiyi,

s) Önemli olaylar: Toplum için büyük önem taşıdığı kabul edilen ve ülkenin geneline ücretsiz ve şifresiz yayın yapan televizyonlardan canlı olarak veya nesnel nedenlere bağlı olmak kaydıyla banttan yayınlanan, münhasır haklara konu olan spor ve kültür olaylarını,

ş) Program destekleme: Yayın hizmetinin sağlanmasıyla veya görsel-işitsel eserlerin üretimiyle bağlantılı olmayan gerçek veya tüzel kişilerin adını, markasını, logosunu, imajını, faaliyetlerini veya ürünlerini tanıtmak amacıyla programlara yönelik yaptığı her türlü katkısı,

t) Program tanıtımı: Medya hizmet sağlayıcının, izlenmesini veya dinlenmesini teşvik etmek amacıyla, kendi programlarının konusunu ve özelliklerini tanıtmak, yayın günü ve saatini duyurmak veya hatırlatmak üzere yaptığı yayın türünü,

u) Radyo ve televizyon reklamı: Taşınmazlar, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere mal veya hizmetlerin teminini teşvik etmek, bir amaç veya düşünceyi yaymak veya başka etkileri oluşturmak amacıyla ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı gerçek ve tüzel kişi tarafından, bir ücret veya benzeri bir karşılıkla yapılan her türlü duyuru veya öz tanıtım yayını,

ü) Reklam kapağı: Televizyonlarda reklam kuşaklarının girişinde ve çıkışında kullanılan, izleyiciyi reklam yapıldığı yönünde bilgilendirmeye yönelik görüntü ve sesli uyarı,

v) Reklam kuşağı: Bir ya da birden çok reklamın kesintisiz olarak verildiği reklam programını,

y) Sağlık beyanı: İnsan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak faydalı olduğunu yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu, koruduğunu, tedavi ettiğini belirten, ileri süren veya ima eden tüm ifadeleri,

z) Tele-alışveriş: Taşınmazlar, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere, mal veya hizmetlerin bir ücret karşılığında temini amacıyla kamuya yönelik doğrudan arz yayını,

aa) Tele-alışveriş kapağı: Televizyonlarda tele-alışveriş yayınlarının girişinde ve çıkışında kullanılan, izleyiciyi tele-alışveriş yayını yapıldığı yönünde bilgilendirmeye yönelik görüntü ve sesli uyarı,

bb) Tematik yayın: Günlük yayın süresinin en az yüzde yetmişini haber, belgesel, eğitim, ekonomi, kültür, tarih, spor, müzik, sinema, dizi film, pazarlama veya benzeri konularda olmak üzere sadece belli bir türe veya genel izleyici kitlesi dışında belli bir izleyici kesimini hedef alan programlara ayıran yayını,

cc) Ticarî iletişim: Radyo ve televizyon reklamları, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirmeyi de kapsamak üzere, ekonomik bir faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişinin, ürün, hizmet veya imajını, doğrudan veya dolaylı olarak tanıtmak amacıyla tasarlanmış sesli veya sessiz görüntülerin bir ücret veya benzeri bir karşılıkla ya da öz tanıtım amacıyla bir programla birlikte ya da bir program içine yerleştirilerek verilmesini,

- çç) Ürün yerleştirme: Bir ürün, hizmet veya ticarî markanın, ücret veya benzeri bir karşılıkla program içine dâhil edilerek veya bunlara atıf yapılarak, program içinde verildiği her tür ticarî iletişimi,
- dd) Üst Kurul: Radyo ve Televizyon Üst Kurulunu,
- ee) Yayın hizmeti: Medya hizmet sağlayıcının editoryal sorumluluğu altında ve temel amacı kamuoyunu bilgilendirmek, eğlendirmek veya eğitmek üzere elektronik iletişim şebekeleri yoluyla program sunmak olan, bireysel iletişim hariç olmak üzere, televizyon yayın hizmeti, isteğe bağlı yayın hizmeti ve ticarî iletişim ile radyo yayın hizmetini,
- ff) Yayın planı: Kanun ve bu Yönetmelik uyarınca, medya hizmet sağlayıcıların, yayın hizmetlerinin gün, saat ve sürelerini belirtmek üzere hazırlayacağı yayın akış düzenini,
- gg) Yayıncı: Televizyon ve/veya radyo yayın hizmeti veren medya hizmet sağlayıcıyı,
- ğğ) Yeniden iletim: Bir medya hizmet sağlayıcı tarafından sunulan yayın hizmetinin bütünüünün veya büyük bir bölümünün, kullanılan teknik araç ne olursa olsun alınmasını ve eş zamanlı olarak değişiklik yapılmadan iletilmesini,
- hh) Zararlı içerik: Yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimini olumsuz etkileyebilecek türdeki yayın içeriğini,
- ıı) Zorunlu yayın: Kanunlar çerçevesinde yayınlanması mecburi olan ve kamu kurumlarınca hazırlanıp Üst Kurulca uygun görüşle yayın kuruluşlarına gönderilen yayınları, ifade eder.

## İKİNCİ BÖLÜM

### Yeniden İletim ve Yayın Dili

#### Yeniden iletim serbestliği

**MADDE 5 –** (1) Yayın hizmetlerinin alımı ve yeniden iletimi serbesttir. Bir medya hizmet sağlayıcı kuruluşun aynı yayın hizmetini uydu, kablo ve karasal gibi farklı ortamlardan değişiklik yapmaksızın eş zamanlı olarak iletilmesi yeniden iletim olarak kabul edilmez.

(2) Yeniden iletilen yayın hizmeti içeriğinin Kanuna uygunluğundan yeniden iletim yapan medya hizmet sağlayıcı sorumludur.

(3) Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası sözleşmelere aykırı yayın hizmetlerinin yeniden iletimi yapılamaz.

#### Yeniden iletim usul ve esasları

**MADDE 6 –** (1) 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla, yeniden iletim yapacak olan medya hizmet sağlayıcıların, yeniden iletim konusu yayınların kaynak kuruluşları ile yazılı sözleşme yapması ve sözleşmenin Üst Kurulca talep edildiğinde ibraz edilmesi zorunludur.

(2) Yurt içinden yapılacak yeniden iletim, medya hizmet sağlayıcıların mevcut lisans türünü değiştiremez.

(3) Yeniden iletimi yapılacak yayın hizmeti, bütünlüğü ve uyumu bozulmadan iletilir. Televizyon yayın hizmeti veren medya hizmet sağlayıcıları yeniden iletimini yapacakları yayın hizmeti üzerinde, alt yazı ve benzeri teknikler kullanarak yayın hizmeti ile ilgili herhangi bir yorum yapamazlar. Anında ve birebir tercüme yorum sayılmaz.

(4) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Medya hizmet sağlayıcılar, yeniden iletimi yapılacak yayın hizmetinin başında yayınların kaynak kuruluşu ile programın ismini belirtir, ayrıca radyolarda sesli olarak yayının başında “Bu bir yeniden iletimdir.” ifadesini yayınlar. Televizyon yayın hizmetinde yeniden iletim yayınları boyunca, yayınların kaynak kuruluş logosu yeniden iletimi yapan kuruluşun logosu ile birlikte ekranda bulundurulur.

(5) **(Ek:RG-3/4/2014-28961)** Yeniden iletimin bir medya hizmet sağlayıcı tarafından gerçekleştirilmesi halinde, medya hizmet sağlayıcı, yayında hiçbir değişiklik yapmamak ve yeniden iletilen yayının akışını değiştirmemek kaydıyla ticari iletişim yerleştirmesi yapılabilir.

(6) **(Ek:RG-3/4/2014-28961)** Yeniden iletimi yapacak medya hizmet sağlayıcı yeniden iletimini yaptığı yayın hizmetinin editoryal sorumluluğuna sahiptir.

(7) **(Ek:RG-3/4/2014-28961)** Bir başka ülkenin yargı yetkisi altındaki yayınların yeniden iletimi esnasında yayınların Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi ve 6112 sayılı Kanun hükümlerini ihlal etmesi durumunda Üst Kurulca kaynak Devletin ilgili mercileri nezdinde girişimde bulunulur.

a) Eğer tespit edilen ihlal önemli toplumsal sorunlar doğuran açık, ciddi ve ağır özellikte ve Sözleşmenin 7 nci maddesinin 1 inci veya 2 nci paragraflarına, 12 nci maddesinin birinci paragrafının ilk cümlesine, 13 üncü maddesinin birinci paragrafının ilk cümlesine, 14 üncü maddesinin birinci veya üçüncü paragrafına veya 15 inci maddesinin birinci veya üçüncü paragrafına veya 6112 sayılı Kanunun 8 inci maddesinin birinci fıkrasının (a), (b) veya (n) bentlerine, ikinci veya üçüncü fıkralarına, 9 uncu, 10 uncu ve 11 inci madde hükümlerine aykırı ise ve ihlalin bildirimini takip eden 15 gün içinde devam ederse Üst Kurul söz konusu yayın hizmetinin yeniden iletimini altı aya kadar durdurulabilir.

b) (a) bendinde sayılanlar hariç ve Sözleşmenin 7 nci maddesinin üçüncü paragrafı veya 8 inci, 9 uncu veya 10 uncu maddeler dışındaki hükümleri ile 6112 sayılı Kanunun diğer hükümlerinin ihlalinin sekiz ay devam etmesi durumunda da Üst Kurul söz konusu yayın hizmetinin yeniden iletimini altı aya kadar durdurulabilir.

c) Yukarıda belirtilen usulde işlemler tesis edilmesine rağmen çözüme ulaşılamazsa Sözleşmenin ilgili hükümleri gereğince işlem yapılır.

#### **Türkçe dışındaki dil ve lehçelerde yapılacak yayınların usul ve esasları**

**MADDE 7 – (1)** Yayın hizmetlerinin Türkçe yapılması esastır. Ancak Türkçe dışındaki dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Yayınlar seçilen dilin kurallarına uygun olarak yapılmak zorundadır.

(2) Medya hizmet sağlayıcıların farklı dil ve lehçelerde yayın yapabilmeleri, Üst Kurulun bu Yönetmelik hükümlerine göre vereceği izne tabidir. Üst Kurul izni olmadan bu dil ve lehçelerde yayın yapılamaz.

(3) Farklı dil ve lehçelerde yayın yapmak isteyen medya hizmet sağlayıcılar; yayın yapmak istedikleri dil ve lehçeleri, bu dil ve lehçelerde yayınlanacak program türlerini, bu programların, günlük yayın akışı içindeki yerleşimini ve aylık yayın planlarını belirleyen yönetim kurulu kararı ile birlikte Üst Kurula başvururlar.

(4) Yayın lisansına sahip olan ve farklı dil ve lehçelerde yayın yapmak isteyen medya hizmet sağlayıcıların talepleri, yayın alanı, teknik imkânlar ve talep edilen dil ve lehçelerde yayın yapan diğer kuruluşlar da göz önünde bulundurularak Üst Kurul tarafından değerlendirilir ve uygun görülmesi halinde bu dil ve lehçelerde yayın yapma izni verilir.

(5) Farklı dil ve lehçelerdeki münferit müzik eserleri, sinema filmleri, ticari iletişim ve isteğe bağlı yayın hizmetleri için izin şartı aranmaz.

(6) Farklı dil ve lehçelerde Üst Kuruldan yayın yapma izni alan medya hizmet sağlayıcılar, yayınlarını, Kanun ve Kanuna dayanılarak çıkartılan yönetmeliklere, Üst Kurulun öngördüğü diğer yükümlülüklerle uygun olarak yapmakla yükümlüdürler.

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

#### **Yayın Hizmeti İlkeleri**

#### **Yayın hizmeti ilkeleri**

**MADDE 8 – (1)** Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışıyla yayın hizmeti ilkelerine uygun olarak sunarlar. Yayın hizmetleri;

a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılâplarına aykırı olamaz.

b) İrk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturmaz.

c) Hukukun üstünlüğü, adalet ve tarafsızlık esasına aykırı olamaz.

ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez. İnsanların yaralanma, acı çekme, ölüm anları ve benzeri durumlar, duygu sömürsüne yol açacak biçimde verilemez. Kişilerin izinleri olmadıkça, özel hayata ilişkin bilgi, belge ve kayıtlar yayınlanamaz, konut dokunulmazlığı yayın yoluyla ihlal edilemez. Güvenlik kamerası veya benzeri yöntemlerle yapılan kayıtlar ancak, insan onuruna ve kişilik haklarına saldırı içermemesi halinde ilgililerin izni ile yayınlanabilir. Rüşvet, cinsel taciz ve benzeri suç fiilleri, yorum katıcı kurgulama kullanılarak haberleştirilemez.

d) Terörü övemez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü veya haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet eder şekilde sunamaz. Terör mağdurları ile yakınlarının kişilik haklarını olumsuz etkileyecek yayın yapılamaz.

e) Irk, renk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, özürllülük, siyasî ve felsefî düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.

f) Toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.

g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.

ğ) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez. Bunlara karşı her türlü ayrımcılık, fiziksel, duygusal, sözel ve cinsel şiddet teşvik edilemez. Çocukların yer aldığı sahnelerin içeriği, bu programlara katılan ya da bunlarda rol alan çocukların fiziksel, zihinsel veya duygusal gelişimine zarar verecek unsurlar içeremez. Çocuklara yönelik verilecek ödüller onların yaş aralığına uygun olmalıdır.

h) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz. Yetkili makamlarca ya da bunların izniyle düzenlenen şans oyunlarının yer aldığı yayınlar; bu tür oyunların maddi, sosyal veya duygusal açıdan zarara sebebiyet verecek şekilde oynanmasını teşvik edemez.

ı) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Haber bültenleri ve haber programları, tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerini esas almak ve toplumda özgürce kanaat oluşumuna engel olmamak zorundadır; soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğundan emin olunmaksızın yayınlanamaz; haberin verilmesinde abartılı ses ve görüntüye, doğal sesin dışında efekt ve müziğe yer verilemez; görüntülerin arşiv veya canlandırma niteliği ile haber ajanslarından veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesi zorunludur. Canlı yayınların "canlı" olduğu açıkça belirtilir. Canlı yayınların tekrarında ise kısa mesaj ile programa katılma, telefon bağlantısı ve benzeri şekilde izleyicilerin mağduriyetine sebep olacak duylara yer verilmez.

i) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimse suçlu ilân edilemez veya suçluymuş gibi gösterilemez; yargıya intikal eden konularda yargılama süresince, haber niteliği dışında yargılama sürecini ve tarafsızlığını etkiler nitelikte olamaz.

j) Haksız çıkarılara hizmet eden ve haksız rekabete yol açan unsurlar içeremez.

k) Siyasî partiler ve demokratik gruplar ile ilgili tek yönlü veya taraf tutar nitelikte olamaz. Sunucu program sunumu esnasında tarafsız olmak zorundadır.

l) Genel sağlığa, çevrenin ve hayvanların korunmasına zarar verecek davranışları teşvik edemez.

m) Türkçenin, özellikleri ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzeysiz, kaba ve argo kullanımına yer verilemez.

n) Müstehcen olamaz. Cinsel duyguları sömürmeye yönelik, bireyleri cinsel meta olarak gösteren, insan bedenini cinsel tahrik unsuruna indirgeyen, toplumsal yaşam alanı içinde sergilenemeyecek mahrem söz ve davranışlar içeren, toplumda yaşayan bireylerin ar ve utanma duygularını örseleyen ve cinsel isteklerini tahrik ve istismar eder nitelikte olamaz.

o) Kişi veya kuruluşların cevap ve düzeltme hakkına saygılı olmak zorundadır. Mahkemenin karar verdiği cevap ve düzeltme metinleri, sesli ve görüntülü olarak izleyicilerin veya radyolarda sesli olarak dinleyicinin kolaylıkla takip edebileceği şekilde yayınlanır.

ö) Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.

p) Medya hizmet sağlayıcı tarafından yapılan veya yaptırılan anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçların ilânına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi ve bu durumun yayın esnasında kamuoyuna duyurulması ve belgelerin istenilmesi halinde Üst Kurula sunulması zorunludur.

r) Kişileri fal veya batıl inançlar yoluyla istismar edemez. Yayın yoluyla fal, batıl inançlar gibi yöntemlerin kullanılması ön plana çıkartılarak bu yöntemler sonucunda seyirciler ve dinleyiciler yanlış yönlendirilemez ve istismar edilemez.

s) Toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden, kanıksatan ve kadını istismar eden programlar içeremez. Törenin toplumda kadına karşı bir baskı aracı gibi kullanılmasını teşvik edemez.

ş) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz. Saldırgan davranış ve tutumların öğrenilmesine, şiddete karşı duyarsızlaşmaya ve şiddeti normalleştirmeye neden olamaz. Haber bültenlerinde veya haber programlarında şiddet unsuru taşıyan ses ve görüntüler süresi gereğinden uzun tutularak, tekrara başvurularak ya da gerçekliğiyle oynanarak haber niteliği dışında yayınlanamaz. Şiddeti olumlayan yorum ve ifadelere yer verilemez.

(2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği korumalı saatlerde, koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz. Korumalı saatlerdeki program tanıtımlarında çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde şiddet, cinsellik ve benzeri unsurlar taşıyan içeriklere yer verilemez.

(3) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür. Bu programlar şifre sistemi veya benzer korumalı bir sistem olmaksızın ve abonenin yetişkin olduğundan emin olarak tedbirler alınmaksızın ve çocukların erişebilecekleri şekilde yayınlanamaz.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### Yayın Hizmetlerinde Ticari İletişim

#### Genel esaslar

**MADDE 9** – (1) Ticarî iletişim, yayın hizmetinin diğer unsurlarından görsel ve/veya işitsel olarak kolayca ayırt edilebilir olmak zorundadır.

(2) Ticarî iletişimde bilinçaltı teknikleri kullanılamaz.

(3) Gizli ticari iletişime izin verilemez.

(4) Haber bülteni ve haber programlarını düzenli olarak sunan kişilerin görüntü veya seslerine ticarî iletişimlerde yer verilemez.

(5) Ticarî iletişim, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve program içeriğini etkileyecek şekilde kullanılamaz.

(6) **(Değişik:RG-6/6/2014-29022)** Ticarî iletişim, yayın hizmeti ilkeleri saklı kalmak kaydıyla;

a) Adalet, hakkaniyet ve dürüstlük ilkelerine uygun olmalıdır.

b) Cinsiyet, ırk, renk veya etnik köken, tabiiyet, din, felsefî inanç veya siyasî düşünce, engellilik, yaş ve herhangi bir ayrımcılığı içermemeli veya teşvik etmemelidir.

c) Yanıltıcı olmamalı ve tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarına zarar vermemelidir. Ticari iletişimi yapılan bir ürün, hizmet veya imajın özellikleri hakkında aldatıcı düzeye ulaşan eksik bilgi ve abartılı ifade ve görüntülere yer verilemez.

ç) Gıda takviyesi, bitkisel ürünler, çeşitli cihazlar ve bunlar dışındaki herhangi bir ürünün sağlık beyanı ile ilaç gibi algılanmasına sebebiyet verilemez.

d) Çocukları hiçbir şekilde istismar etmemelidir. Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar vermemeli, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemeli; çocukları reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemeli; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemeli veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemelidir. Çocukların sahip oldukları deneyim göz önünde bulundurularak bu kapsamdaki yaş gruplarında gerçek dışı beklentilere neden olunmamalıdır.

e) Kadınların istismarına yönelik olmamalıdır. Tanıtımı yapılan ürün, hizmet veya imajda, kadın bedeni cinsel bir meta olarak kullanılmamalıdır.

f) Sağlık, çevre ve güvenliğe zarar verecek davranışa teşvik etmemelidir.

g) Ticari iletişimde yer alan kişi, meslek ve unvanı ile tüketicinin güvenini kötüye kullanacak ya da tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edecek biçimde hareket edemez.

(7) (**Değişik:RG-3/4/2014-28961**) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen yağ, yağa dönüşen asitler, tuz/sodyum ve şeker gibi gıda ve maddeleri içeren yiyecek ve içeceklerin ticarî iletişimi;

a) Çocuk programlarının başında ve sonunda veya bu programların içinde yapılamaz.

b) Diğer programlarla birlikte veya bu programların içinde yapılması durumunda, ekranın alt kısmında izleyiciler tarafından rahatça okunabilir, akar bant şeklinde yayınlanacak ve içerisinde düzenli ve dengeli beslenmeyi teşvik eden ifadelerle yer veren yazılı uyarılarla birlikte yapılır.

c) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen yiyecek ve içeceklerin tespitinde, Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan liste esas alınır.

(8) (**Değişik:RG-3/4/2014-28961**) Ticari iletişim yayınlarının ses seviyesi diğer yayın bölümleri ile aynı seviyede olmak zorundadır. Ticari iletişim yayını veya program tanıtımı başlamadan önce ses seviyesi yükseltilecek veya alçaltılarak izleyici veya dinleyici rahatsız edilmemelidir.”

(9) (**Ek:RG-3/4/2014-28961**) Siyasi reklamlar bu maddede düzenlenen ticari iletişimin genel esaslarına ve Yüksek Seçim Kurulunca belirlenen usul ve esaslara uygun olmak zorundadır.

#### **Tele-alışveriş yayın hizmeti ilkeleri**

##### **MADDE 9/A – (Ek:RG-3/4/2014-28961)**

(1) Tele-alışveriş yayınlarında, bu Yönetmeliğin 9 uncu maddesinde yer alan genel esaslar saklı kalmak kaydıyla;

a) Tüketicinin doğru tercihler yapabilmesini sağlamak amacıyla, ürün veya hizmete ilişkin kesin bilgiler verilir ve izleyiciler yanılgıya düşürülemez.

b) Ürüne ait üretici firma ve üretim yeri bilgileri verilir.

c) Gerçek dışı olarak “ilk kez”, “son”, “sadece tek bir sefer”, “sınırlı satış”, “hepsi satılmak üzere-satıldı satılacak” gibi ifadelerle izleyici ürünü satın almaya teşvik edilemez.

ç) Bilimsel ve istatistiki bilgiler çarpıtılamaz. Klinik test ya da ürünün performansına dair test sonuçları, bu sonuçların resmî bir kurum tarafından onaylanmış veya akademik ve bilimsel dergi gibi yerlerde yayınlanmış olması şartıyla sınırlı olarak verilebilir.

d) Herhangi bir ürünün sağlık beyanı ile ilaç gibi algılanmasına sebebiyet verecek ifadeler kullanılamaz. Gıda takviyesi niteliğindeki ürünlere ilişkin her çeşit memnuniyet ve teşekkür yazısı ya da kişilerin başından geçen ürün tecrübesini anlatan ifade ve görsel sunumlar kullanılamaz. Ürünün kullanılmaması halinde sağlığın olumsuz etkileneceği beyanlarına yer verilemez.

#### **Reklâm ve tele-alışveriş yayınlarının biçim ve sunuşu**

**MADDE 10 – (1)** Televizyon hizmetlerinde reklâmlar ile tele-alışveriş yayınları, sesli ve görüntülü bir uyarıyla açıkça fark edilebilecek şekilde, program hizmetinin diğer unsurlarından kolaylıkla ayırt edilebilecek biçimde düzenlenir. Reklamlar ve tele-alışverişin ayırt edilebilmesi için;

a) (**Değişik:RG-3/4/2014-28961**) Televizyon reklam ve tele-alışveriş kuşaklarının önünde ve bitiminde 3 saniye süre ile herhangi bir reklam unsuru içermeyen reklam veya tele-alışveriş kapağı kullanılır. Medya hizmet sağlayıcıları, reklam veya tele-alışveriş kapağı tasarımında serbesttirler. Ancak reklam veya tele-alışveriş kuşaklarının önünde kullanılan reklam kapağı ile birlikte başlamak üzere 6 saniye süre ile Ek-2’de yer alan reklam veya tele-alışveriş giriş logosu yayınlanır. Reklam veya tele-alışveriş kuşaklarının bitiminde kullanılan reklam veya tele-alışveriş kapağı yayını ile son bulacak şekilde 6 saniye süre ile Ek-2’de yer alan reklam veya tele-alışveriş çıkış logosu yayınlanır. Üst Kurulca reklam sürelerinden sayılmayacağına ve ücretsiz olarak yayınlanabileceğine karar verilmiş olan kamu spotlarının yayını sırasında; Ek-2’de yer alan kamu spotu logosu sürekli olarak yayınlanır. Zorunlu yayınlarda ise başlangıç ve bitişte 6 saniye süre ile “ZORUNLU YAYIN” ifadesi yayınlanır. Tele-alışveriş kuşakları yayını boyunca ekranda “TELE-ALIŞVERİŞ” ibaresine yer verilir.

b) Bant reklam yayını süresince Ek-2’de yer alan bant reklam logosu yayınlanır. Bant reklam yayınında reklam alanı görüntü alanının %20’sini aşamaz. Bant reklam teknikleri kullanılarak yapılan spot ve küçük ilanlar tarzındaki reklamlar; program bütünlüğü, değeri, etkinliği ve mesajın bozulmasını önlemek için sesli olarak yayınlanamaz. (**Değişik:RG-12/8/2015-29443**) Bant reklam, programlarda oyuncuların, sunucuların ve konuşmacıların görüntülerini kapatacak şekilde yerleştirilemez.

(2) Radyo yayın hizmetlerinde reklâmlar ile tele-alışveriş yayınları, sesli bir uyarıyla açıkça fark edilebilecek şekilde, program hizmetinin diğer unsurlarından kolaylıkla ayırt edilebilecek biçimde

düzenlenir. Reklamlar ve tele-alışverişin ayırt edilebilmesi için; “REKLAMLAR” ve “TELE-ALİŞVERİŞ” şeklindeki ticari iletişimin türünü belirten sözler ile reklam müziği (cıngıl) reklamın önünde ve bitiminde dinleyicinin anlayacağı biçimde en az 3 saniye süreyle kullanılır.

(3) Dini tören yayını içine hiçbir şekilde reklam ve tele-alışveriş yayını yerleştiremez.

(4) **(Değişik:RG-12/8/2015-29443)** Haber bültenleri ile çocuklara yönelik programlarda ve spor karşılaşmalarının bölüm, duraksamalar ve devre araları dışında, bant reklamlar dâhil hiç bir türde reklam yayınlanamaz.

(5) Özel tarifeli telefon hatları içeren ve yayın ilkelerine uygun olarak yayınlanan reklamlarda yazılı açıklamalarda kullanılan karakter büyüklüğü en az 8 punto olmalıdır. Söz konusu açıklamaların ekranda kayar şekilde verilmesi durumunda izleyicilerin okuyabileceği bir hızda olması, bu yazıların ekranda sabit bir şekilde bulundurulması durumunda ise ekranda en az 10 saniye kalması sağlanır.

(6) **(Ek:RG-3/4/2014-28961)** Spor karşılaşmalarının doğal araları dışında tek reklam uygulamasına izin verilmez. Tek reklam uygulamalarında da bu madde hükümleri uygulanır.

#### **Televizyon ve radyo yayın hizmetlerinde reklam ve tele-alışveriş oran ve süreleri**

**MADDE 11** – (1) Reklam ve tele-alışveriş yayınları, programların arasına veya programın bütünlüğü, değeri ve hak sahiplerinin hakları zedelenmeyecek biçimde bir program içine yerleştirilebilir.

(2) Bağımsız bölümlerden oluşan programlarda veya devre araları içeren spor karşılaşmaları ve benzer yapıdaki olay ve gösteri programlarında, reklam ve tele-alışveriş yayınları bölüm, duraksamalar veya devre aralarına yerleştirilir.

(3) Tele-alışveriş yayınları hariç her türlü reklam yayınlarının oranı, bir saat başından bir sonraki saat başına kadarki yayın içinde yüzde yirmiyi (oniki dakikayı) aşamaz. Bu orana, program desteklemesi ve yayıncının kendi programlarının tanıtımlarına ayrılan süre ile ürün yerleştirme dâhil değildir. **(Mülga cümle:RG-3/4/2014-28961)**

(4) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Program tanıtımlarının oranı, bir saat başından bir sonraki saat başına kadarki yayın içinde yüzde beşi (üç dakikayı) aşamaz. Bant yoluyla yapılan tanıtımlar da bu süreye dâhildir.

(5) Bant reklamlar her bir girişte en fazla 10 saniye olarak verilebilir.

(6) Üçüncü fıkrada belirtilen süreden bağımsız olarak, sesli ve görüntülü bir uyarı ile açıkça belirtilerek, kesintisiz en az onbeş dakika süreyle tele-alışveriş yayını yapılabilir. Bu yayının süresi bir gün içinde toplam bir saati aşamaz.

(7) Reklam ve tele-alışveriş sürelerinin hesaplanmasında ticari iletişimin önünde ve bitiminde kullanılan “reklam kapağı”/“cıngıl”ların süresi dikkate alınmaz.

(8) Ücretsiz yayınlanan ve Üst Kurul tarafından tavsiye edilen kamu hizmeti duyuruları reklam sürelerine dâhil edilmez.

(9) Sinema ve televizyon için yapılmış filmler ile haber bültenleri ve çocuk programları, planlanan yayın süreleri otuz dakikadan fazla olması hâlinde, ilk otuz dakikada reklam ve tele-alışverişle kesilemez. İlk otuz dakikadan sonra her otuz dakikalık bölüm, en fazla bir defa ve istenilen zamanda kesilebilecek şekilde reklam ve tele-alışveriş yerleştirilebilir.

#### **Belirli ürünlerin ticarî iletişimi**

**MADDE 12** – (1) Aşağıda belirlenen ürünlerin **(Değişik ibare:RG-3/4/2014-28961)** ticari iletişiminde uyulması gereken kurallar şunlardır:

a) Alkol ve tütün ürünleri için hiçbir şekilde ticarî iletişime izin verilemez.

b) Reçeteye tâbi ilaçlar ve tedaviler hakkında ticarî iletişim yapılamaz.

c) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Reçeteye tâbi olmayan ilaçlar ve tedavilerin reklamları dürüstlük ilkesi çerçevesinde, gerçeği yansıtan ve doğrulanması mümkün unsurlardan oluşacak şekilde hazırlanır. Bu konuda 17/2/2005 tarihli ve 25730 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Beşeri Tıbbi Ürünlerin Sınıflandırılmasına Dair Yönetmelik hükümlerine göre hazırlanan ve her yıl Sağlık Bakanlığınca yayımlanan liste esas alınır. Reçeteye tabi olmayan ilaç ve tedavilerin reklamlarında; reçetesiz satış izni olduğuna ve içerdiği etkin maddeye dair açıklama, televizyonlarda görünür ve okunur şekilde yazı ile radyolarda ise sözlü olarak yapılır.

ç) İlaçlar ve tıbbi tedaviler için tele-alışverişe izin verilemez.



d) Her türlü (ateşli veya ateşsiz) silah veya silah üreticisi ve satıcısının ticari iletişimine izin verilemez.

e) Falcı, medyum, astrolog ve benzerlerinin verdikleri hizmetlerin ticari iletişimi yapılamaz.

f) Eş ve arkadaş bulma hizmetlerinin ticari iletişimine izin verilemez.

g) Diğer kanunlarla reklamı yasaklanan ürün ve hizmetlere ilişkin ticari iletişim yayını yapılamaz.

ğ) **(Ek:RG-3/4/2014-28961)** Gıda takviyesi, bitkisel ürünler, çeşitli cihazlar ve bunlar dışındaki herhangi bir ürünün sağlık beyanı ile ilaç gibi algılanmasına sebebiyet verilemez.

#### **Program desteklemesi**

**MADDE 13 – (1) (Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Bir program tamamen veya kısmen destek görmüşse, ana destek verenin ticari kimliği programın başında ve sonunda, program içindeki reklam kuşaklarına giriş ve çıkışta görsel ve/veya işitsel unsurlarla 5'er saniye süre ile belirtilir. Kısmi destek verenlerin isim, marka, logo, ürün görüntüleri ve imajları, programın sonunda, sadece görsel unsur kullanılarak, sabit şekilde gösterilen isim, marka ve/veya logolar için en fazla 3 saniye, akan şekilde gösterilen isim, marka ve/veya logolar için ise, her bir isim, marka ve/veya logo için 3 saniyeyi aşmamak üzere toplamda en fazla 30 saniye gösterilebilir. Bu uygulama, haber bültenleri için; sadece sunucu kostümüne ilişkin ve 3 saniyeyi geçmemek kaydıyla uygulanır. Destek verenin ismi, markası, logosu, ürün görüntüleri ve imajı dışında hiçbir görüntü ve ifadeye yer verilemez.

(2) Program tanıtımlarında programı destekleyene atıfta bulunulamaz.

(3) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Desteklenen programlarda, destek verene veya üçüncü bir kişiye ait mal ve hizmetlere atıfta bulunulamaz ve bunların alınması, satılması ve kiralanması teşvik edilemez. Destekleyen firma ismi program adının bir parçası olarak kullanılamaz. Destek verene ait mal ve hizmetlerin ürün yerleştirmesi yapılamaz. Desteklenen programda programı destekleyen bant reklam uygulaması programı destekleyene bir atıf olarak kabul edilmez.

(4) Ticari iletişimi yasaklanan ürün ve hizmetleri üretenlerle bunların satışı ile iştiğal edenler, program desteklemesinde bulunamazlar.

(5) Tıbbi ürünleri üreten, pazarlayan veya satan ya da tıbbi tedavileri pazarlayan veya sunan gerçek ve tüzel kişilerin program desteklemesinde bulunması hâlinde, gerçek ve tüzel kişilerin ismi, markası, logosu veya imajı program desteklemesinde kullanılabilir; ancak gerçek ve tüzel kişilerin üretim veya satışını yaptığı reçeteye tabi tıbbi ürünler veya tıbbi tedaviler kullanılamaz.

(6) Haber bülteni ve dinî tören yayınlarında program desteklemesine izin verilemez.

(7) Program desteklemesinin, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve sorumluluğunu etkilemesine izin verilemez.

(8) Programın başında, program içindeki reklam kuşaklarına giriş ve çıkışta ve programın sonunda program desteklemesi yapıldığı belirtilirken, programı destekleyen ürün veya hizmetlerinin kiralanması veya satın alınması doğrudan teşvik edilemez ve ürün veya hizmetlere aşırı vurgu yapılamaz.

#### **Ürün yerleştirme**

**MADDE 14 – (1) (Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Sinema ve televizyon için yapılmış filmler, diziler ile spor ve genel eğlence programlarında ürün yerleştirme yapılabilir. Radyo yayın hizmetlerinde de ürün yerleştirme yapılabilir. Ürün yerleştirme uygulamaları ticarî iletişimle ilgili genel esaslara tabidir.

(2) Ürün yerleştirme ile ilgili bilgilendirmede, ürün yerleştirme uygulaması yapılacak programın başında, sonunda ve her reklam kuşağı sonrasında program başladığında, "Arial" yazı tipinde, "Normal" yazı stili ve boyutu 15 piksel büyüklüğündeki "Bu programda ürün yerleştirme bulunmaktadır." ifadesi yayınlanır. Söz konusu bilgilendirme yazısının ekranda akan yazı ile belirtilmesi durumunda izleyicilerin okuyabileceği bir hızda olması; ekranda sabit bir yazıyla belirtilmesi durumunda ise ekranda en az 10 saniye kalması sağlanır. **(Ek cümle:RG-3/4/2014-28961)** Radyo yayın hizmetlerinde de bu ifade sözlü olarak aynı usulle belirtilir.

(3) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Genel olarak, ürün yerleştirme, programın bütünlüğünü bozmamalıdır. Ürün yerleştirmede; program içine yerleştirilen ürünlere aşırı vurgu yapılmasına izin verilmez. Program içerisine yerleştirilen ürün ve hizmetlerin tekrarlar halinde sunulması veya gösterilmesi; ürün veya hizmetin özelliklerinin övülmesi ya da benzeri diğer ürün ya da hizmetlere göre belli bir ürüne yönelik tercih bildirilmesi, ürünlere veya hizmetlere özel tanıtıcı atıflar yaparak ürün

veya hizmetlerin kiralanmasının veya satın alınmasının doğrudan teşvik edilmesi, ürüne ilişkin detaylı bilgi verilmesi ve farklı çekim teknikleriyle ürünün ön plana çıkarılması yasaktır.

(4) Ürün yerleştirme ile program içerisine yerleştirilen ürün, programın bir parçasıymış gibi doğal mecrasında kullanılmalıdır.

(5) **(Mülga:RG-3/4/2014-28961)**

(6) Ticarî iletişimi yasaklanmış ürünlerin, ürün yerleştirmede kullanılmasına izin verilmez. Ürün yerleştirme esnasında yerleştirilen ürüne ilişkin bant reklam yapılamaz.

(7) Ürün yerleştirmenin, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve sorumluluğunu etkilemesine izin verilmez.

(8) Haber bültenlerinde, çocuk programlarında ve dinî tören yayınlarında ürün yerleştirmeye izin verilmez.

#### **Reklam ve tele-alışveriş kanalları**

**MADDE 15** – (1) Münhasıran reklam, tele-alışveriş ve öz tanıtım yayınlarına ayrılmış televizyon ve radyo yayın hizmetlerine 10 uncu ve 11 inci madde hükümleri uygulanmaz.

### **BEŞİNCİ BÖLÜM** **Yayın Hizmeti İçeriği**

#### **Genel ve tematik yayın**

**MADDE 16** – (1) Yayın hizmetlerinde, genel veya tematik içerikli yayın yapılabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar yayın lisansı başvurusu sırasında yayınlarının türünü Üst Kurula yazılı olarak bildirir. Üst Kurul tarafından bu kuruluşlara verilecek yayın lisans belgesinde yayının türü açıkça belirtilir.

(2) Yayın hizmetlerinin Üst Kurula bildirilen türde ve seçilen dilde yapılması zorunludur. Yayın türü talep üzerine Üst Kurulun izniyle değiştirilebilir. Lisans belgesinde belirtilen türe uygun yayın yapmayan kuruluş yayın lisansı şartlarını ihlâl etmiş sayılır.

(3) Karasal ortamdan yayın lisansı olan kuruluşlar, reklam, tele-alışveriş veya program tanıtımı türlerinde tematik yayın yapmak üzere başvuramazlar.

#### **Tematik yayın program oranları**

**MADDE 17** – (1) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Tematik yayın izni alan kuruluşlar, günlük yayınlarının ticari iletişim yayınları hariç 06:00-24:00 saatleri arasındaki bölümünün en az %70'inde, lisans belgesinde belirtilen türe uygun programlara yer vermek zorundadırlar.

#### **Çocuk yayınları**

**MADDE 18** – (1) Genel ve tematik içerikli yayın yapan televizyon kuruluşlarının, çocuk yayınlarında çizgi filmlere yer vermeleri hâlinde, çizgi filmlerin en az yüzde yirmisinin, diğer çocuk programlarının en az yüzde kırkının Türkçe dilinde üretilmiş yapım olması ve Türk kültürünü yansıtması zorunludur. Bu oranların belirlenmesinde aylık yayın dönemleri esas alınır.

(2) Genel ve tematik yayın yapan televizyon kuruluşları çocuk yayınlarının yayınlanma saatlerini, sürelerini istatistiksel veriler halinde ve üretim diline ilişkin bilgiler ile aylık olarak her takip eden ayın 20'sine kadar Üst Kurulun "izlemeburo@rtuk.org.tr" internet adresine elektronik posta ile gönderirler.

(3) Bu maddedeki oranlara televizyon kuruluşları bu Yönetmeliğin yayım tarihinden itibaren beş yıllık süreçte her yıl eşit oranda arttırmak suretiyle tedrici olarak ulaşmak zorundadır.

#### **Türk halk müziği ve Türk sanat müziği**

**MADDE 19** – (1) Radyo ve televizyon kuruluşları, yayınlarında Türk kültürünün bir parçası olan Türk halk ve Türk sanat müziği programlarına yer vermek zorundadır. Bu programların toplam yayın süresi haftalık yayın süresi içinde bir saatten az olamaz.

(2) Üst Kurulun tematik yayın yapma izni verdiği yayın kuruluşları bu zorunluluktan muaftır.

#### **Kısa gösterim hakkı**

**MADDE 20** – **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)**

(1) Kamuoyu için büyük önem taşıyan her tür güncel olayın münhasır yayın haklarına sahip televizyon yayıncıları, 5/12/1951 tarihli ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında, diğer yayıncılara âdil, makul ve eşitlikçi bir temelde bedeli karşılığında kısa gösterim hakkı sağlamak zorundadır.

(2) Kamuoyu için önem taşıyan güncel olay birkaç bağımsız unsurdan oluşuyorsa, her bir unsur ayrı olarak değerlendirilir ve her bir unsur için bir kısa gösterim hakkı kullanılabilir.

(3) Kamuoyu için önem taşıyan güncel olayın kısa gösterim hakkı, 90 saniyeyi geçemez.

(4) Münhasır yayın haklarına konu güncel olaylara erişim hakkının sağlanması, münhasır yayın hakkına sahip televizyon yayıncıları tarafından hiçbir şarta bağlanamaz. Erişim hakkı talep eden diğer televizyon yayıncıları talepte buldukları kısa gösterimleri serbest bir biçimde seçme hakkına sahiptirler.

(5) Kısa gösterimlerin yayınlanmasında münhasır yayın hakkına sahip televizyon yayıncısı belirtilir ve yayıncının logosunun herhangi bir şekilde görülmesine engel olacak uygulamalara yer verilmez.

(6) Kısa gösterimler, ilk yayının ardından azami yirmi dört saat içerisinde, kaynağını belirtmek suretiyle sadece haber programları içinde ve isteğe bağlı medya hizmetlerinde ise sadece aynı programın aynı medya hizmet sağlayıcı tarafından banttan verilmesi durumunda kullanılır.

(7) Kamuoyu için önem taşıyan güncel olayın kısa gösterimi, olayın gerçekleşmesini takip eden yirmi dört saat içerisinde münhasır hakka sahip ilk yayıncı tarafından yayınlanmadığı takdirde ilk yayıncıdan önce yayınlanabilir.

(8) Kamuoyu için önem taşıyan güncel olayın münhasır yayın hakkına sahip televizyon yayıncıları, kısa gösterim yayını için diğer yayıncılardan bedeli dışında herhangi bir ilave ücret talep edemez.

#### **Kamunun önemli olaylara erişimi**

**MADDE 21** – (1) Üst Kurul, toplum için büyük önem arz eden ulusal ve uluslararası olayları; ülke geneline şifresiz ve ücretsiz yayın yapan televizyon kanallarından canlı veya banttan yayınlanmasını temin etmek amacıyla önemli olaylar listesi hazırlar.

(2) Üst Kurulca önemli olaylar listesinin hazırlanmasında konuyla ilgili diğer kurum ve kuruluşların görüşleri alınır. Önemli olaylar listesi bu Yönetmeliğin yayımı tarihinden itibaren 6 ay içerisinde hazırlanarak ilân edilir.

(3) Hazırlanan önemli olaylar listesi değişen şartlara göre Üst Kurulca aynı usulle güncellenebilir.

(4) Üst Kurulca listelenen toplum için büyük önem arz eden olaylar, esas olarak, canlı yayınlanır. Bu olaylar, 24:00–05:00 arasında cereyan ederse, olimpiyatlar gibi birbirine bağlı çok sayıda olaydan oluşursa veya canlı yayın toplum için büyük önem taşıyan bir başka olayın başka bir saatte yayınlanmasını gerektirirse, bu ve benzeri durumlarda objektif nedenlere dayanılarak olayın gerçekleştiği gün içerisinde banttan da yayınlanabilir.

(5) Önemli olayları yayınlayacak televizyon yayıncıları, önemli olaylar listesinde yer alan olayların ülke geneline şifresiz ve ücretsiz olarak yayınlanmasını sağlarlar. Ayrıca televizyon yayıncıları Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf başka bir ülkenin listesinde yer alan önemli olaylarla ilgili münhasır haklarını, söz konusu ülke vatandaşlarının önemli bir kesimi tarafından izlenmesini engelleyecek şekilde kullanamazlar.

## **ALTINCI BÖLÜM**

### **İzleyici Temsilciliği ve Koruyucu Sembol Sistemi**

#### **İzleyici temsilcisi ve görevleri**

**MADDE 22** – (1) **(Değişik:RG-3/4/2014-28961)** Medya hizmet sağlayıcılar izleyici temsilcisi bulundurmak zorundadır. İzleyici temsilcileri, medya hizmet sağlayıcıları tarafından, ulusal karasal yayın lisansına sahip medya hizmet sağlayıcılar tarafından görevlendirilecek medya hizmet sağlayıcılar için yayıncılık alanında en az on yıllık mesleki tecrübeye sahip kişiler arasından en az bir yıl süreyle görevlendirilirler. Diğer medya hizmet sağlayıcılar tarafından görevlendirilecek izleyici temsilcileri için mesleki tecrübeye ilişkin süre şartı aranmaz. İzleyici temsilcisinin adı ve iletişim bilgileri ile program hakkında bildirimlerin nereye ve nasıl yapılacağı programların bitiminde jenerikte uygun yöntemlerle belirtilir.

(2) İzleyici temsilcileri;

a) İzleyicilerin bildirimlerini alabilmek için gerekli altyapının kurulmasını sağlarlar.

b) Görevlendirildikleri medya hizmet sağlayıcısının resmi internet sitesinde izleyici temsilcisi köşeleri oluşturulmasını sağlarlar ve buradan kendilerine ulaşan bildirimler ve sonuçları hakkında bilgi

verirler. **(Ek cümle:RG-3/4/2014-28961)** Resmî internet sitesinde izleyici temsilcisinin adı, soyadı ve iletişim bilgileri görünür şekilde yer alır.

c) Münferit olarak izleyicilerden gelen ve Üst Kurul aracılığıyla kendilerine ulaşan bildirimleri değerlendirirler. Yayın hizmeti ilkeleri ve yayın hizmetlerinde ticari iletişimi ilgilendiren bildirimleri cevaplandırır.

ç) İzleyici bildirimlerine yönelik çalışmalarını her ayın sonunda görevlendirildiği medya hizmet sağlayıcının yönetimine raporlarlar, kurumsal internet sitelerinin temsilci köşelerinde yayınlarlar ve yayın akışının imkân verdiği ölçüde bu çalışmalarını kamuoyu ile paylaşırlar.

d) Üst Kurulca iletilen şikâyet ve görüşleri, öz denetim çerçevesinde öncelikle değerlendirip sonuçlandırır.

#### **Koruyucu sembol sistemi**

**MADDE 23** – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirirler.

(2) Sembol sınıflandırması, yaş ve içerik gruplarını belirten sembollerin birlikte kullanılması suretiyle yapılır. Sınıflandırma işlemi, Üst Kurulca hazırlanan ve gerekli görülen hallerde güncellenen Kodlayıcı Uygulama Rehberi'nde yer alan esas ve ilkelere göre yapılır. Kodlayıcı Uygulama Rehberi, Üst Kurulun internet sitesinde yayınlanır.

(3) Koruyucu semboller, bir programın olası zararlı içerikte olabileceğini ve/veya programın hangi yaş grubuna uygun olduğunu belirtir.

(4) Bir programın şiddet ve korku, cinsellik ve olumsuz örnek oluşturabilecek; ayrımcılık, alkol ve sigaranın aşırı kullanımı, madde kullanımı, yasa dışı davranışlar ile kaba ve küfürlü konuşmalar içermesi durumunda, o programın olası zararlı içerikte olabileceğine ilişkin Ek-1'de yer alan "Şiddet/Korku", "Cinsellik", "Olumsuz Örnek Oluşturabilecek Davranışlar" sembolleri kullanılır.

(5) **(Değişik cümle:RG-3/4/2014-28961)** Bir programın hangi yaş grubuna uygun olduğu ise; programdan etkilenme düzeyleri göz önüne alınarak oluşturulan Ek-1'de yer alan "Genel İzleyici", "7 yaş ve üzeri için uygundur", "13 yaş ve üzeri için uygundur" ve "18 yaş ve üzeri için uygundur" sembolleri ile belirtilir. **(Değişik cümle:RG-3/4/2014-28961)** 13+ ve 18+ sembolleri programın yayını süresince ekranın bir köşesinde sabit ve sürekli olarak yayınlanır.7+ bir programın günün her saatinde yayınlanabileceği, 13+ bir programın 21.30'dan sonra yayınlanabileceği, 18+ bir programın 24:00-05:00 aralığı dışında yayınlanamayacağı anlamına gelir.

(6) Bir programın hangi türde zararlı içerik taşıdığı ve hangi yaş grubunun izlemesinin uygun olduğu, medya hizmet sağlayıcıların görevlendirdiği ve sistem hakkında önceden eğitilmiş sertifika sahibi kodlayıcıların Üst Kurulun resmi internet sitesinde yer alan Örnek Kodlama Formunun elektronik ortamda doldurulması sonucunda verilen cevaplara göre sistem tarafından otomatik olarak saptanır.

(7) Bu madde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu hakkında da uygulanır.

#### **Engellilerin yayın hizmetlerine erişimi**

##### **EK MADDE 1 – (Ek:RG-3/4/2014-28961)**

(1) Engellilerin yayın hizmetlerine diğer bireylerle eşit koşullarda erişimini sağlamak amacıyla;

a) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu kanallarında yayınlanan sinema ve televizyon için yapılmış filmler, diziler ile haber programlarında; üç yıl içinde yüzde otuza, beş yıl içinde yüzde elliye ulaşılacak şekilde işitme engellilere yönelik altyazı hizmeti seçeneğine yer verilmesi zorunludur.

b) Ulusal karasal yayın lisansına sahip özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından yayınlanan sinema ve televizyon için yapılmış filmler, diziler ile haber programlarında; üç yıl içinde yüzde yirmiye, beş yıl içinde yüzde kırka ulaşılacak şekilde engellilere yönelik alt yazı hizmeti seçeneğine geçilmesi zorunludur.

(2) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu ile ulusal karasal yayın lisansına sahip özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, engelliler için getirilen erişim hizmetleriyle ilgili olarak yukarıda sayılan oranlara ilişkin bir önceki yıla ait istatistiksel verileri, her yılı takip eden ilk 3 ay içerisinde Üst Kurul'un izleme@rtuk.org.tr internet adresine elektronik posta ile gönderirler.

#### **Avrupa eserleri**

##### **EK MADDE 2 – (Ek:RG-3/4/2014-28961)**

(1) Ulusal karasal yayın lisansına sahip televizyon yayıncıları; haberler, spor olayları, yarışmalar, reklamlar, tele-alışveriş ve bağlantılı veri yayınları için ayrılan süre dışında kalan yayın süresinin en az yüzde ellisini Avrupa eserlerine ayırmak zorundadır.

(2) Avrupa eserleri;

a) Avrupa Birliğine Üye Devletlerde üretilen eserleri,

b) Avrupa Konseyi Sınırötesi Televizyon Sözleşmesine taraf olan ve aşağıdaki üçüncü fıkrada yer alan koşulları yerine getiren üçüncü Avrupa devletleri tarafından üretilen eserleri,

c) Avrupa Birliği ve üçüncü ülkeler arasında görsel-işitsel sektör ile ilgili akdedilen anlaşmalar çerçevesinde ortaklaşa üretilen ve bu anlaşmaların her birinde belirtilen koşulları yerine getiren eserleri,

ifade eder.

(3) İkinci fıkranın (b) ve (c) bentlerinin uygulanması Avrupa Birliğine üye devletlerde üretilen eserlerin ilgili üçüncü ülkede ayrımcı önlemlere tabi olmaması şartına bağlıdır.

(4) İkinci fıkranın (a) ve (b) bentlerinde belirtilen eserler, bu hükümlerde belirtilen Devletlerin bir veya birden fazlasında ikamet eden yazar, senarist ve çalışanlar tarafından üretilen ve esas olarak aşağıdaki üç koşuldaki birine uyan eserlerdir:

a) Bu devletlerin bir veya birden fazlasında ikamet eden bir veya birden fazla yapımcı tarafından yapılması.

b) Eserlerin yapımının bu devletlerin bir veya birden fazlasında ikamet eden bir veya birden fazla yapımcı tarafından denetlenmesi ve kontrol edilmesi.

c) Toplam ortak yapım maliyetleri içinde bu devletlerin ortak yapımcılarının katkısının hakim olması ve ortak yapımda adı geçen devletler dışında ikamet eden bir ya da birden fazla yapımcı tarafından kontrol edilmemesi.

(5) İkinci fıkra kapsamında Avrupa eserleri olmayan ancak Avrupa Birliğine üye devletler ile üçüncü devletler arasında akdedilen ikili ortak yapım anlaşmaları çerçevesinde üretilen eserler, Avrupa Birliğine üye devletler ortak yapımcılarının üretim toplam maliyetinin çoğunluğunu karşılaması ve yapımın Avrupa Birliğine üye devletlerin sınırları dışında ikamet eden bir ya da birden fazla yapımcı tarafından kontrol edilmemesi koşuluyla Avrupa eserleri olarak sayılır.

(6) Ulusal karasal yayın lisansına sahip televizyon yayıncıları yıllık yayın sürelerinin en az yüzde onunu bağımsız yapımcılar tarafından üretilen Avrupa eserlerine ayıracaklardır.

(7) Ulusal karasal yayın lisansına sahip televizyon yayıncıları tarafından yayınlanacak bağımsız yapımcıların Avrupa eserlerinin en az yüzde ellisinin son beş yıl içerisinde üretilmiş olması gerekmektedir.

(8) Yıllık yayın süresine ayrılan süre haberler, spor olayları, yarışmalar, reklamlar, tele-alışveriş ve bağlantılı veri yayınları için ayrılan süreyi kapsamaz.

(9) İsteğe bağlı medya hizmet sağlayıcıları Avrupa eserlerinin üretimini ve erişimini desteklemek için gerekli ve uygun tedbirleri alacaklardır.

(10) İsteğe bağlı medya hizmet sağlayıcıları, Avrupa eserlerine, hazırlayacakları program kataloğunda öncelikli ve görünür bir şekilde yer vereceklerdir.

(11) Ulusal karasal yayın lisansına sahip televizyon yayıncıları Avrupa eserlerine ilişkin istatistikî bilgileri her yıl Eylül ayının son iş gününe kadar Üst Kurula bildirmek zorundadır.

(12) Bu maddede yer alan hükümler, Türkiye Cumhuriyetinin Avrupa Birliğine tam üye olduğu tarihten itibaren uygulanır.

## YEDİNCİ BÖLÜM

### Son Hükümler

#### Yürürlükten kaldırılan yönetmelikler

**MADDE 24 –** (1) Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren, 17/4/2003 tarihli ve 25082 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik ile 13/11/2009 tarihli ve 27405 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Vatandaşlarının Günlük Yaşamlarında Geleneksel Olarak Kullandıkları Farklı Dil ve Lehçelerde Yapılacak Radyo ve Televizyon Yayınları Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırılmıştır.

**Yürürlük****MADDE 25** – (1) Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.**Yürütme****MADDE 26** – (1) Bu Yönetmelik hükümlerini Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yürütür.

	<b>Yönetmeliğin Yayınlandığı Resmî Gazete'nin</b>	
	<b>Tarihi</b>	<b>Sayısı</b>
	2/11/2011	28103
1	<b>Yönetmelikte Değişiklik Yapan Yönetmeliklerin Yayınlandığı Resmî Gazetelerin</b>	
	<b>Tarihi</b>	<b>Sayısı</b>
	3/4/2014	28961
	6/6/2014	29022
2	12/8/2015	29443

**KORUYUCU SEMBOLLER**



**Şiddet/Korku**



**Cinsellik**



**Olumsuz Örnek  
Oluşturabilecek Davranışlar**



**Genel İzleyici**



**7 yaş ve üzeri için  
uygundur**



**13 yaş ve üzeri için  
uygundur**



**18 yaş ve üzeri için  
uygundur**

## ÜST KURUL TARAFINDAN BELİRLENEN REKLAM, TELE-ALİŞVERİŞ, KAMU SPOTU VE BANT REKLAM LOGOLARI

1. Reklam giriş logosu

**REKLAMLAR**

2. Reklam çıkış logosu

**REKLAMLAR**

3. Tele-alışveriş giriş logosu

**TELE-ALİŞVERİŞ**

4. Tele-alışveriş çıkış logosu

**TELE-ALİŞVERİŞ**

5. Kamu spotu logosu

**KAMU SPOTU**

6. Bant reklam logosu

**R****Açıklamalar:**

Yukarıda gösterilen logolar;

(Görünümü) : Şeffaf olmayan, yeri ve büyüklüğü değiştirilmeyen hareketsiz biçimdeki yazı karakteriyle,

(Yazı Stili) : "Arial Black" yazı tipinde "Normal" yazı stilinde,

(Yazı büyüklüğü) : En az 15 piksel veya görüntü yüksekliğinin en az %5'i büyüklüğünde,

(Konumu) : a) Logoların sağ üst köşede kullanılması durumunda;

Logoların sağ üst köşesi, üst kenardan 25 piksel, sağ kenardan ise 30 piksel uzaklıkta veya

Logoların sağ üst köşesi, üst kenardan görüntü yüksekliğinin %8'i, sağ kenardan ise görüntü genişliğinin %8'i uzaklıkta

b) Logoların sol üst köşede kullanılması durumunda;

Logoların sol üst köşesi, üst kenardan 25 piksel, sol kenardan ise 30 piksel uzaklıkta veya

Logoların sol üst köşesi, üst kenardan görüntü yüksekliğinin %8'i, sol kenardan ise görüntü genişliğinin %8'i uzaklıkta yayınlanacaktır.