

A

NORMAL

N

LİK

e-ISSN: 2717-7378

DiJİTAL DERGİ

SAYI:4 / KISIM:4



**Gıda Kanunu'na eklenecek
"YANILTICI YAYIN" tabiri**

GEREKLİLİK Mİ ŞANSÜR MÜ?

Cüvenilir Ürün Platformu Genel Sekreteri Gıda Müh. Elif Aşlamacı Attepe yazdı.



ÖNÜMÜZE GELEN TABAK BİLE SİYASİDİR

Yazar: Gıda Müh. Elif Aşlamacı Attepe

Güvenilir Ürün Platformu Genel Sekreteri

Gıda ve tarım; ülkelerin gücünü, geleceğini ve sağlığını belirleyen iki stratejik alan. Güçlü ve büyük tabir ettiğimiz ve hatta özendiğimiz ülkelerin sürekli bu alanları desteklemelerini, sektörel yatırım olarak

adlandırmak ise, hem ekonomide hem de siyasette başarısızlığın ilk adımları... Evet tam da öyle... Gıda ve tarım hatta önümüze gelen tabak bile siyasidir, çünkü siyasi iktidarların kararlarını içerir velhasıl.



Elif Aşlamacı Attepe

Güvenilir Ürün Platformu Genel Sekreterliği, Kanal Ekonomi Program Yapımcılığı ve Gazeteekonomi.com Gıda Editörlüğü görevlerini üstlenen Attepe, 1982 İstanbul doğumludur. 2005 Trakya Üniversitesi Gıda mühendisliği mezunudur, ayrıca işletme lisans mezuniyeti de bulunmaktadır. 2005-2017 yılları arasında gıda sektörünün çeşitli alanlarında üst düzey yönetici olarak görev almıştır. 2017 yılında medya ve iletişim sektörüne geçmiştir. Halen özel bir kanalda gıda güvenliği ve ekonomi üzerine program yapmakta ayrıca bir çok yayında yazıları yer almaktadır. Çeşitli sivil toplum kuruluşlarında çalışmalarını aktif olarak sürdürmektedir.



**Gıda, tarım ve beslenme
-uzman olsun ya da olmasın-
dikkatleri üzerine çekmek isteyen kişilerin
en çok kullandığı alanlar olmuştur.**

Özellikle pandemi krizi ile önemi anlaşılan gıda ve tarım, insanlığın sadece hayatta kalması için değil, sağlıklı ve kaliteli bir hayat yaşaması için de elzemdir. Bu yüzdendir ki, biz gıda ve ziraat mühendisleri, diyetisyenler, hekimler ve daha bir çoğumuz bu alanlarda üretimin sürekliliği ve toplumların sağlığı için çalışırız. Sadece bu kadar mı? Elbette hayır, doğruyu iletmektir diğer görevimiz. Toplumlara kendilerini ve çocuklarını nasıl besleyeceklerini anlatmaktır. Bilgi kirliliği ile yıllardır mücadele eden bir gıda mühen-

disi olarak söylemeliyim ki; gıda, tarım ve beslenme - uzman olsun ya da olmasın - dikkatleri üzerine çekmek isteyen kişilerin en çok kullandığı alanlar olmuştur, her zaman. Belki çocuğumuzu iyi besleyemeceğimiz kaygısından, belki de yemek yemeyi seven bir toplum oluşturmuzdan... Nedenini bilmesem de sonucunu biliyorum; yanlış beslenen, yanlış yönlenen ve yanlış öğrenen tüketici. En vahimi de, yanlış doğruya çevirmek için daha çok enerji, para ve toplum sağlığından feragat etmek gerekliliği...

**Nedenini bilmesem de sonucunu
biliyorum; yanlış beslenen, yanlış yönlenen
ve yanlış öğrenen tüketici.**

“ Kimsenin korku imparatorluğu oluşturmaya hakkı yok! ”



İşte bunu önlemek için Tarım Bakanlığı bir torba yasa hazırladı ve bu yasa ile gıda kanunumuza "yanıltıcı yayın" tabiri eklenecek. Kanun maddelerine göre toplumu yanıltıcı, bilimsel dayanağı olmayan beyan ve yayınlar cezaya tabi tutulacak. "Tavuk eti yemeyin" ya da "virüse karşı kelle paça için, tuz yalayın" diyen yüzleri görmek istemiyoruz artık, düzenlemenin çıkış noktasının bu olduğunu biliyoruz ancak kö-

tüye kullanılacak boşluklar olmamalı ve dahası kişi ve kurumlara yönelik sansüre dönüşmemeli. Gıda ve tarım multidisiplinerdir, bir çok meslek dalı konu hakkında konuşabilir, ancak kimsenin korku imparatorluğu oluşturmaya hakkı yok...

Bu nedenle gereklilik olarak gördüğüm, desteklediğim hatta geç kalındığını düşündüğüm bu düzenlemenin, sınırlarının iyi belirlenmesi gerekiyor.

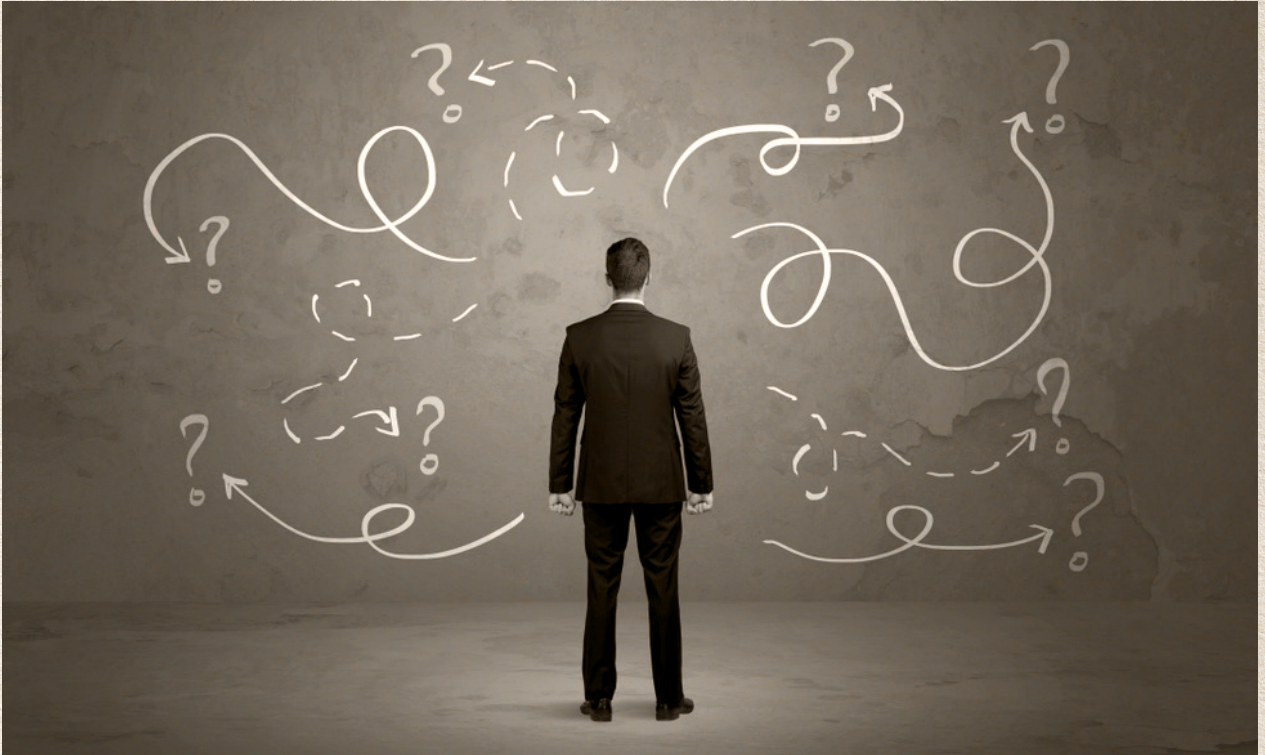
MADDE 28- Madde ile, tüketici haklarının etkin bir şekilde korunabilmesi amacıyla 5996 sayılı Kanuna yanıtıcı yayın tanımı eklenmektedir. Bu tanıma göre; her türlü yazılı, görsel, işitsel ve dijital iletişim araçları üzerinden yapılan ve ticari reklam kapsamına girmeyen, gıda güvenliği ve güvenilirliği hususunda **tüketicide endişe, korku ve güvensizlik yaratarak tüketicinin tüketim alışkanlıklarını olumsuz etkileyen** gerçeğe aykırı yayınlar, yanıtıcı yayın kabul edilecektir.



Öncelikle bilmeyenler için 5996 sayılı kanun, AB'ye uyum kapsamında düzenlenen, 2010 yılından beri yürürlükte olan ve gıda ve gıda güvenliğini düzenlemeyi amaçlayan kanundur. Yanıtıcı yayınlar ile ilgili tanım ve düzenlemelere bu kanunda yer verilmesi ile idari yaptırım uygulamakla yetkili olacak Tarım Bakanlığı bu kontrolü nasıl ve neye göre yapacaktır? Tüketici geri bildirimleri ve şikayetlerin değerlendirilmesi yöntemi ile olacaksa, kişisel rekabet ve hırs ile rakiplerine zarar vermek isteyen kişilerin çok olacağını ve kurumları gereksiz meşgul edeceğini tahmin etmek güç değildir.

MADDE 29- 5996 sayılı Kanununun 24'üncü maddesinde yapılan değişlikle; taklit ve tağiş yapılmış ürünlerin işleme tabi tutulmasının ve piyasaya arz edilmesinin yasaklanması amaçlanmaktadır. Ayrıca, bilimsel dayanağı ve kanıtı olmayan, genellikle ilgili konuda uzmanlığı bulunmayan kişiler tarafından, tüketicinin beslenme alışkanlıklarını olumsuz etkileyen, yazılı ve görsel medya üzerinden hızla yayılan, gıdalar hakkında yanıltıcı, yanlış, yanlış yönlendirici, art niyetli ve kulaktan dolma bilgiler ile gıdada bilgi kirliliği oluşturan beyanlarla tüketicide gıda güvenliği adına endişe, korku ve güvensizlik yaratılmasını engellemeye yönelik düzenleme yapılmaktadır.

MADDE 30- Madde ile, 5996 sayılı Kanununun 40'ıncı maddesinde değişiklik yapılarak toplum sağlığını korumaya yönelik tedbirler alınmaktadır.



Buna göre;

-Kişilerin hayatını ve sağlığını tehlikeye sokacak gıdaları üreten, ithal eden, kendi adı veya ticari unvanı altında piyasaya arz eden gıda işletmecilerine bir yıldan beş yıla kadar hapis ve bin günden beş bin güne kadar adli para cezası verilmesi düzenlenmektedir. Ayrıca, fiilin üç yıl içinde tekrarlanması durumunda gıdayı üreten, ithal eden, kendi adı veya ticari unvanı altında piyasaya arz eden gıda işletmecisinin beş yıldan on yıla kadar gıda sektörü faaliyetinden men edilmesi hüküm altına alınmaktadır.

-Taklit ve tağşiş edilmiş gıda ve yem ürünlerini üreten, ithal eden, kendi adı veya ticari unvanı altında piyasaya arz eden gıda veya yem işletmecisi ile taklit veya tağşiş edilmiş gıda ve yem in izlenebilirliğini sağlamadan piyasaya arz eden perakende gıda veya yem işletmecisi idari yaptırıma tabi tutulmakta; söz konusu fiiller 2 yıl içinde tekrarlanması halinde suç olarak kabul edilmekte ve ayrıca gıdayı üreten, ithal eden, kendi adı veya ticari unvanı altında piyasaya arz eden gıda işletmecisinin beş yıldan on yıla kadar gıda ve yem sektörü faaliyetinden men edilmesi hüküm altına alınmaktadır.

-Yaniltıcı yayında bulunanlara yönelik yirmi bin Türk Lirasından elli bin Türk Lirasına kadar idari parası düzenlenmektedir.



Baştan sona, noktası virgülüne kadar desteklediğim Madde 29 ve 30'da kötüye kullanılabileceğini düşündüğüm konu başlıkları ve sorular şunlardır.

- Taklit ve tağşiş yaptığı tespit edilmiş firmalar **ticari ünvanı değiştirme ihtimaline** karşı mercek altına alınacak mı?
- Bazı konu başlıkları (pestisitler vb.) tüketicide zaten endişe, korku ve güvensizlik yaratmaktadır ve bu korkular ancak doğru bilginin paylaşılması ile giderilebilir. **Doğru bilginin kamuoyu ile paylaşılmasında STK ve meslek odalarına ne gibi görevler verilecek?**
- Kanunun hiçbir yerinde bilim kurulundan söz edilmemekle birlikte sözlü yapılan açıklamalarda bir bilim kurulu kurulacağından bahsediliyor. **Bu bilim kurulu kimlerden oluşacak, nasıl seçilecek ve doğruluğu ya da yanlışlığı zaten tartışmalı olan konulara neye göre doğru/yanlış diyecek?**

Bilim kurulundan tüketiciyi olumlu etkileyecek medya fenomenleri çıkacak mı?

- Kanunla ilgili yapılan olumsuz yorumların başında gelen risk; **çokuluslu firmaların insan sağlığı açısından tartışmalı ürünleri ile ilgili kişilere sansür uygulanacağı** yönünde. Bu risk nasıl ortadan kaldırılabilecek?
- Yanlış beyanı ifşa etmekten daha önemlisi buna fırsat vermeden doğru bilgiyi yaymak olmalı ve maalesef sadece kamu spotları ile bu konuda başarılı olamıyoruz. **Bilim kurulundan tüketiciyi olumlu etkileyecek medya fenomenleri çıkacak mı?**
- **Yasakların sınırı ne olacak?** Kim 20 bin kim 50 bin ceza ödeyecek ve bu nasıl, kime hangi veriye göre belirlenecek?

MADDE 31- 5996 sayılı Kanuna eklenmesi öngörülen yanıtıcı yayınlarla ilgili hükümlerle uyumlu olarak; madde ile 6112 sayılı Kanununun 8'inci maddesinde düzenlenen yayın hizmetleri ilkelerine ilave yapılmaktadır. Buna göre; yayın hizmetleri, ticari reklam kapsamına girmeyen, gıda güvenliği ve güvenilirliği hususunda tüketicide endişe, korku ve güvensizlik yaratarak tüketicinin tüketim alışkanlıklarını olumsuz etkileyen, gerçeğe aykırı nitelikte olamayacaktır.

MADDE 32- Madde ile 6112 sayılı Kanununun 32'nci maddesinde değişiklik yapılarak; ticari reklam kapsamına girmeyen, gıda güvenliği ve güvenilirliği hususunda tüketicide endişe, korku ve güvensizlik yaratarak tüketicinin tüketim alışkanlıklarını olumsuz etkileyen, gerçeğe aykırı nitelikteki yayın hizmetlerine yönelik idari yaptırımlar düzenlenmektedir.

Soru sormaya devam...

- Yayın yapan kurum görüş alacağı kişiyi nasıl seçecek?
- Gazeteciler ve medya mensupları gibi kendi uzmanlık alanları olmamasına rağmen topluma doğruyu iletmek sorumluluğunda olan meslek grupları yazı ve yayınlarını hangi doğrulara göre hazırlayacak.

Ve hatta ne ve kim doğru kabul edilecek?

- Ticari reklamlar için ayrı bir denetim mekanizması kurulacak mı?



Sizin de gördüğünüz gibi soru çok ve maalesef soruların çok olması boşluğun da çok olduğu anlamına geliyor. Bu kanun ile ya kanayan bir yarayı tedavi edip imrenilen ülkeler arasına gireceğiz, ya da doğru konuşanı da

sansürleyip ticari güce hizmet edeceğiz. Hepimiz detaylar için gözümüzü meclise çevirdik, yeni dönemde tekrar gündeme gelecek kanunda ne gibi değişiklikler olacak hep birlikte göreceğiz.

Bu kanun ile ya kanayan bir yarayı tedavi edip imrenilen ülkeler arasına gireceğiz, ya da doğru konuşanı da sansürleyip ticari güce hizmet edeceğiz.





KİTAP KÖŞESİ

DÜRÜSTLÜK ÇAĞI

Size bir haberimiz var: Artık gerçeği çarpıtmak onu saklamanız için yeterli değil. Neyin yeterli olduğunu anlamak için elinizde tuttuğunuz kitabın kapağını açmanız gerek. Dürüstlük Çağı işi iletişim olan herkesin başucu kitabı olacak.

Dünya değişiyor; iletişim ve halkla ilişkiler de öyle. Büyük hikâyeleri olan büyük bir şirket olmak için önünüzde sıkı bir parkur var ve siz artık kısa mesafe değil, maraton koşacaksınız. Dünyanın bir numaralı halkla ilişkiler blogunun yarattığı bu kitap PR'a harcanan paranın karşılığını nasıl alacağını anlamak isteyen iletişimciler için yazıldı.

Kafanızı karıştıran sorular mı var?: SEO uyumlu içerik oluşturmak, siyah ve beyaz şapkalar, içerik kazıyıcılar, webinarlar, bloggerlar, trollerle baş etmek, skandallar, kriz anlarında itibar yönetimi, markanızın hikâyesini yaratmak, yeni basın bülteni yazma teknikleri, mailing sistemi, yeni medyada basınla ilişkiler ve dijital dünyada var olmanın yolları... Kafanızdaki tüm soruları sırayla ve sakince cevaplayan

Dürüstlük Çağı ilk mottosunu sunuyor: manipülasyon, naylon skandallar ve hileli rekabet dönemi kapanıyor. Bundan sonra markanızı ayakta tutmanın yolu trollerden, yalandan ve sansasyondan uzak durup hikâyemizle var olmaktan geçiyor. Şimdi elinizdeki kitabı yavaşça kucaklayın ve kendiniz olun. Halkla ilişkilerde bir dönem kapanıyor, Dürüstlük Çağı başlıyor.



ANLIK

NORMAL
DİJİTAL DERGİ

Normal bir dijital dergi

Normal olan, boş kalınca bir şeyler okumak
Bazı anlarda da en önemli ihtiyaç doğru bilgiyi okumak
Okumak normal ama, sıradan olmamalı
Anlık ortaya çıkan bilgi ihtiyacını normal bir şekilde karşılamak istedik
Bilgi vermek dışında tek derdimiz var, normal olmak, normalleşebilmek.
Sıradanlaşan anormallikleri anlatabilmek.
Normal derken ne kastettiğimizi aşağıda kısaca özetlemeye çalıştık ancak,
daha da kısası, ideolojik körlük barındırmayan demek yeterli.
Bu anlık bu kadar...

NEDEN ANLIK?

Şu anda neye ihtiyaç varsa ona cevap verdiği/vereceği için...
Anın ihtiyacı olan bilgileri içerdiği için...
O anlık ruh halimizin yansıması...
veya o anlık tepkimiz...

NEDEN NORMAL?

Normal olanın, olması gerekenin eksikliğini çektüğümüz için...
Popüler olan normal olandan uzaklaştığı için...
Popüler olana dair konuşulanlar normal olmaktan çıktığı için...
Moda, trend kelimelerinin tarif ettiği şeyler normallikten çok uzaklaştığı için...
Sıradanlaşan anormallikleri fark etmek gerektiği için...
Marjinallik normal sanılmaya başladığı için...
Normal olanlar, kendini marjinal sanmaya başladığı için...
Normal olanlar sesini kesip konuşmadığı için...
Marjinaller konuşup normalleştiği için...
Anormalin normalleşmesini anlatabilmek için...
Anormalliğin sıradanlaşması normal olmadığı için...
İdeolojik körleri okumaktan sıkıldığımız için...

Sahibi

Aabir Yayın Dağıtım Danışmanlık Eğitim ve
Araştırma Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
ve Genel Yayın Yönetmeni
Hilmi Atıl Ünal

Görsel Tasarım:
Serkan Korkmaz / Lagalugacılar

Dijital Altyapı ve Uygulama:
Lagalugacılar
www.lagalugacilar.com

İletişim Adresi

Kısıklı Mahallesi, Alemdağ Caddesi,
No:60 F Blok, Daire 7
Üsküdar / İstanbul

Tel: +90 0216 521 60 11
Email: info@normaldergi.com

Aabir Yayın Dağıtım Danışmanlık Eğitim ve
Araştırma Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi
Ticaret Sicil No: 930524
Vergi Dairesi: Ümraniye VD.
Vergi No: 0012081908
Mersis No: 0001208190800001