

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ

DİJİTAL MECRALAR KOMİSYONU

TUTANAK DERGİSİ



1'inci Toplantı

27 Ekim 2022 Perşembe



(TBMM Tutanak Hizmetleri Başkanlığı tarafından hazırlanan bu Tutanak Dergisi'nde okunmuş bulunan her tür belge ile konuşmacılar tarafından ifade edilmiş ve tırnak içinde belirtilmiş alıntı sözler aslına uygun olarak yazılmıştır.)

İ Ç İ N D E K İ L E R

Sayfa

I.- GÖRÜŞÜLEN KONULAR

II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI

1.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Komisyonun bugünkü gündemine, çalışma usulüne, dezenformasyon meselesine ve dijital ağlarla ilgili düzenlemelere ilişkin açıklaması

III.- SUNUMLAR

1.- Anadolu Ajansı Genel Müdürü Serdar Karagöz'ün, dijital dünyada telif hakları hakkında sunumu



DİJİTAL MECRALAR KOMİSYONU



1'inci Toplantı

27 Ekim 2022 Perşembe



I.- GÖRÜŞÜLEN KONULAR

TBMM Dijital Mecralar Komisyonu, saat 11.13'te açıldı.

Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman, Komisyonun bugünkü gündemine, çalışma usulüne, dezenformasyon meselesine ve dijital ağlarla ilgili düzenlemelere ilişkin açıklama yaptı.

Anadolu Ajansı Genel Müdürü Serdar Karagöz tarafından, dijital dünyada telif hakları hakkında sunum yapıldı.

Komisyon gündeminde görüşülecek başka konu bulunmadığından, saat 13.02'de toplantıya son verildi.



27 Ekim 2022 Perşembe

BİRİNCİ OTURUM

Açılma Saati: 11.13

BAŞKAN: Hüseyin YAYMAN (Hatay)**BAŞKAN VEKİLİ: Ahmet BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova)****SÖZCÜ: Zeynep YILDIZ (Ankara)****KÂTİP: İbrahim Ethem SEDEF (Yozgat)**

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Çok değerli milletvekillerimiz, toplantı yeter sayımız vardır, toplantımızı başlatıyoruz.

Çok değerli milletvekillerim, Anadolu Ajansımızın çok değerli Genel Müdürü, çok değerli çalışma arkadaşları, çok değerli basın mensubu arkadaşlarım, Komisyonumuzun çok değerli üyeleri, Komisyonumuzun çok değerli çalışanları, Türkiye Büyük Millet Meclisinin çok değerli emekçileri; hoş geldiniz.

Çok değerli milletvekillerim, toplantı yeter sayımız vardır. Türkiye Büyük Millet Meclisi Dijital Mecralar Komisyonumuzun 19’uncu toplantısını açıyorum.

II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI

1.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman’ın, Komisyonun bugünkü gündemine, çalışma usulüne, dezenformasyon meselesine ve dijital ağlarla ilgili düzenlemelere ilişkin açıklaması

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Çok değerli milletvekillerim, bu yoğun Meclis gündemi arasında zaman ayırıp geldiğiniz için hepinize tek tek şükranlarımı sunuyorum. Çok teşekkür ediyoruz, iyi ki varsınız.

Gerçekten Türkiye Büyük Millet Meclisi Dijital Mecralar Komisyonu Meclisimizin en çok çalışan, toplantı yapan komisyonlarından bir tanesi ve bugün de 19’uncu toplantıyı yapıyoruz. Gerçekten çok çok teşekkür ediyorum. Şükranlarımı ne kadar bildirsem azdır.

Bugün çok değerli misafirimiz Anadolu Ajansının değerli Genel Müdürü, Genel Müdür Yardımcılarımız ve çalışma arkadaşlarıyla burada. Değerli Genel Müdürüm, siz de hoş geldiniz.

Şimdi, usule dair bir hususu hatırlatmak isterim: Çok değerli milletvekillerim, uygun bulursanız, Serdar Bey’e yirmi dakika bir sunum süresi verelim daha sonra daha interaktif bir biçimde konularımızı konuşabiliriz ve değerlendirmeleri yapabiliriz.

Bugünkü konumuz, dijital telif konusu. Dünyanın teknolojik iletişim alanında devrim yaşadığı bir dönemde biz de önemli konu başlıklarından bir tanesini ele alacağız.

Ben çok değerli milletvekillerime geçen yasama dönemi içerisinde gösterdikleri gayret için çok teşekkür ediyorum. Değerli milletvekillerimizle, hep beraber, burada, AK PARTİ, CHP, MHP, İYİ Parti, HDP dâhil olmak üzere çok sayıda toplantı yaptık ve kamuoyunda dezenformasyon kanunu olarak bilinen Basın Kanunu’nda ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunda kabul edildi. Gerçekten bu konu çok çok önemliydi. Değerli milletvekillerimizin farklı düşünceleri vardı, farklı tartışmalar yapıldı. Bu da zaten demokrasinin bir gereğidir. Biz birbirimizin düşünce hürriyetine sonuna kadar destek veriyoruz. Söylediklerimize katılmasak dahi söz söyleme özgürlüğünü sonuna kadar savunuyoruz.

Bu hususla ilgili birkaç cümle ifade etmek isterim. Çok değerli milletvekillerim, çok değerli basın mensupları; dezenformasyon kanunu Türkiye Büyük Millet Meclisinde kabul edildi; hayırlı uğurlu olsun. Biz bu meseleyi konuşurken hep prensip cümleleri üzerinden ele almaya çalıştık. Neydi bunlar? Birincisi, dezenformasyon meselesi siyasetüstü bir meseledir. Yalan haber, yalan haberle mücadele sadece Türkiye'nin değil, dünyanın bir sorunudur, küresel bir sorundur. Biz bunu kendi aramızda çok konuştuk. Çok değerli basın mensuplarını bulmuşken bir kez daha bu hususun altını çizmek isterim. İkincisi bu dezenformasyona kim karar verecek meselesiydi; bu da çok konuşuldu, tartışıldı. O tartışmalara dönmek istemiyorum ama böyle bir özetleyerek, bir jenerik cümleyle belirtmek isterim. Değerli arkadaşlarım, bu konuyu biz siyasetüstü bir konu olarak ele aldık ve bu meselede temel referansımız Avrupa Birliği müktesebatı, evrensel hukuk normları oldu. Bu konuda dezenformasyona kim karar verecek? Şimdi Zeynep Hanım mı karar verecek? Ayhan Hocam mı karar verecek? Serdar Bey mi karar verecek? Mustafa Canbey mi Ahmet Bey mi ya da Ravza Hanım mı ya da Burak Bey mi ya da Özgür Bey mi ya da Hüseyin Yayman mı ya da İbrahim Ethem Bey mi karar verecek? Şimdi dezenformasyona ben de siz de karar vermeyeceksiniz. Kim karar verecek? Bağımsız yargı verecek, mahkemeler karar verecek. Bu konu da çok speküle edildi. Ben bunu da normal karşılıyorum, doğaldır; demokrasilerde bu tür tartışmalar olur.

Bir diğer önemli husus: "Tweet" atmak suç mudur? Dolar tahmininde bulunmak suç mudur, bu bir dezenformasyon mudur? Ya da deprem tahmininde bulunmak; Türkiye'de siyasete dair, topluma dair, dış politikaya dair, ekonomiye dair bir haber paylaşmak, mesaj paylaşmak bir suç mudur? Tabii ki değildir. Dezenformasyon kanunumuz çok açıktır, çok tartışmalar yapıldı. Madde 29'da -bir kez daha hatırlatmak isterim- beş unsurun bir araya gelmesi gerekiyor. Birincisi: Bu yayınlanan haberin, atılan mesajın açık yalan olması gerekiyor. İkincisi: Halk arasında panik, korku ve endişe oluşturma kastı bulunması gerekiyor; Üçüncüsü Ülkenin güvenliğiyle ilgili, kamu sağlığıyla ilgili gerçek dışı bir paylaşım olması gerekiyor; yayılan haberin gerçek olmaması gerekiyor. Dördüncüsü: Bütün bunların kamu barışını bozmayı amaçlıyor olması gerekiyor. Beşincisi: Bütün bunların açıktan yapılması gerekiyor. Dolayısıyla Türkiye Cumhuriyeti devleti açık bir ülkedir, açık bir demokratik toplumdur. Bu nokta da hayatın olağan akışına ters bir durumdur yani birinin "tweet" atması ya da bir mesaj paylaşması ya da haber paylaşması. Dolayısıyla bu hususların altını çizmek isterim.

Biz, aslında, bütün bu tartışmalar yaşanırken bir Türkiye gerçekliğiyle daha karşı karşıya kaldık. Dezenformasyon konusunun tartışıldığı bir düzlemde, müzakerelerde dezenformasyon yapıldığına şahit olduk. Çok şükür ki bu tartışmalar bizim dışımızda. Bizim Komisyonumuz, tüm milletvekillerimizle, hep beraber, herkesi dinlemeye çalıştı. Herkesi dinledik mi? Dinlemedik ama galiba Türkiye Büyük Millet Meclisi pratiği içerisinde, bir yasa yapım sürecinde Elektrik Mühendisleri Odasından Türkiye Gazeteciler Konfederasyonuna, internet medyasından konunun uzmanlarına kadar dinledik. Özetle -ben eski tartışmalara tekrar dönmek istemiyorum- büyüklerin çok güzel bir sözü var: "Dünkü güneşle bugünkü çamaşır kurumaz." Bu yasa çıktı. Değerli milletvekilleri, bu yasa sadece bir kişiyi korumak, bazı kişileri koruma altına almak değil -bunu çok konuştuk, herkes bu meseledeki yaklaşımımızı çok iyi biliyor- biz, demokrasiyi koruma altına almak, devleti yani millî devleti, ulus devleti koruma altına almak; Parlamentoyu koruma altına almak ve demokrasiyi, siyaseti, yönetimi koruma altına alma maksadıyla böyle bir düzenleme yaptık. Beğenen olacaktır, beğenmeyen olacaktır. Türkiye, dezenformasyon ihtiyacına bir günde gelmedi. Yapılan tartışmalar var, onlara tekrar dönmek istemiyorum. Dolayısıyla biz, milletimiz için faydalı olduğuna inandığımız, sokaktan gelen bir talebi düzenlemek istedik.

Ben, emeği geçen uzman kardeşimizden Komisyonumuza gelip fikir beyan eden çok değerli arkadaşlarımıza, gazetecilere, düşünce insanlarına, hukukçulara, herkese ve hepsinden önemlisi çok değerli milletvekillerimize sonsuz teşekkür ediyorum. Gerçekten, tam Voltaire'in söylediği bir prensip cümlesiyle karşı karşıya kaldık ve bunu yaşadık: "Söylediklerinizin hiçbirine katılmıyorum ama söz söyleme hakkınızı sonuna kadar savunuyorum." Dolayısıyla değerli arkadaşlar, biz bu düzenlemeyle, hem Sayın Meral Akşener'i hem Sayın Kılıçdaroğlu'nu hem Sayın Devlet Bahçeli'yi hem Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ı aslında bu dezenformasyona karşı, yalan habere karşı ve dolayısıyla demokrasimizi ve siyaseti koruma altına almak istiyoruz. Neden böyle yapmak istiyoruz? Dünyada da örnekleri var, Fransa örneği var, Almanya örneği var; değerli hocalarım, değerli milletvekillerim, bunu biliyor. Çünkü kendini ulus devletin üstünde gören, kendini Parlamentonun üstünde gören, kendini yargının üstünde gören ve kendi bir yargı mahkemesi kurmak isteyen bir dijital durumla karşı karşıyayız. Ulus aşırı dijital ağlara karşı biz de ülke hukukunu koruma bağlamında bir düzenleme yaptık.

Bu bahsi bu cümleyle kapattıktan sonra, bugün, yine, çok önemli bir konu: Emek çok değerlidir, insan çok değerlidir. Bizatihi insanın varlığı gerçekten çok müstesnadır. Bu bağlamda özellikle internet teknolojisinin gelişmesiyle beraber bizim "kopyala yapıştır." dediğimiz bir yöntemle başta gazetecilerin, televizyoncuların, düşünce insanların, sanatçıların ve burada ismini dile getiremediğimiz pek çok insanın yani bir değer üreten, bir kreatif ürün ortaya koyan insanların emeklerinin çok kolay bir biçimde kopyalandığını ve mini değişiklikler yapılarak, minör farklılıklar getirilerek bu konuda bir telif sorununun ortaya çıktığını görüyoruz. Bu konuyla ilgili de Anadolu Ajansımızın Genel Müdürüyle beraber bugün buradayız. Bu konuda sadece Anadolu Ajansının değil, İhlas Haber Ajansının da Demirören Haber Ajansının da bu konuda talepleri var; diğer ajansların, gazetelerin, televizyonların talepleri var. Bu konuda üretilen emeğe saygı ve kopyala yapıştır yöntemiyle insan emeğinin ucuzlatılmasına karşı olan bir tavır var. Bu konu Türkiye'de uzun zamandır konuşuluyor, tartışılıyor. Kültür ve Turizm Bakanlığımızın Telif Hakları Genel Müdürlüğünün birtakım çalışmaları var. Yine Avrupa'da birtakım çalışmalar var. Burada arama motorlarıyla -sadece biri değil, hepsini sayayım- ilgili birtakım tartışmalar var. Biz aslında şunu yapmak istiyoruz: Telif Hakları Kanunu'nu tam da dijital terimle "update" etmek istiyoruz ve yeni bir sürümle, yeni bir versiyonla milletimizin, toplumun ihtiyaçlarını karşılamak istiyoruz. Çünkü özellikle iletişim teknolojisindeki değişimle, hatta bunu da aşarak iletişim paradigmasındaki değişimle, dönüşümle beraber burada pek çok kavramın yeniden tanımlanması, pek çok ilişkinin yeniden düzenlenmesi gerekiyor. Bu yeniden tanımlanması gereken kavramlardan bir tanesi de telif konusudur. Böylece Komisyonumuzun bir düzenlemeye daha öncülük yapması bağlamında ben tabii çok mutluyum.

Çok değerli milletvekillerime bir kez daha teşekkür ediyorum. Konuyu çok uzatmak istemem. Ben katılımlarınızdan dolayı çok çok teşekkür ediyorum.

Değerli Anadolu Ajansı Genel Müdürümüz, bürokrat olmaktan daha çok bir gazeteci olarak, bu konuyla ilgili dünyadaki örnekler nelerdir, Türkiye'de kendileri ne istiyor, basın camiası, medya camiası bu konuda ne yapıyor; Anadolu Ajansı, Türkiye Cumhuriyeti devletinin ve milletimizin bir kurumu olarak, cumhuriyetimizle yaşıt bir kurum olarak dijitalleşme konusunda hangi çalışmaları yapıyor? Bunları Sayın Genel Müdürden dinleyeceğiz.

Ben sabrınız için çok teşekkür ediyorum. Milletvekillerime tekrar tekrar şükranlarımı sunuyorum.

Şimdi, sözü, uygun bulursanız, Anadolu Ajansı Genel Müdürümüz Serdar Bey'e veriyorum.

Bu arada, pardon, şunu da söyleyeyim: "Marifet iltifata tabidir." sözünü ben çok severim. Sayın Serdar Bey'le beraber, bugün Türkiye Büyük Millet Meclisine gelen arkadaşlarımızı kayıtlara girmesi bakımından da yüce heyetimize arz etmek istiyorum: Serdar Karagöz Bey Anadolu Ajansı Genel

Müdürümüz; Oğuz Enis Peru Anadolu Ajansı Genel Müdür Yardımcımız; Yusuf Bey yine Anadolu Ajansı Genel Müdür Yardımcımız; Nezaket Ülkü Baş Hanım Özel Kalem Müdürü; Muammer Tarık Yurtoğlu Bey, Cahit Soluk Bey telifle ilgili çalışmalarıyla bilen avukat arkadaşımız; Şerife Hanım, Elif Remle Yaralı Hanım, avukat arkadaşlarımız burada, gördüm; Merve Akardere Hanım avukat; Miray Merve avukat arkadaşımız; İdris Aydoğdu kardeşimiz burada.

Tekrar değerli heyetinize ve size hoş geldiniz diyorum.

Söz sizin.

III.- SUNUMLAR

1.- Anadolu Ajansı Genel Müdürü Serdar Karagöz'ün, dijital dünyada telif hakları hakkında sunumu

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Sayın Başkanım, çok teşekkür ediyorum.

Dijital Mecralar Komisyonumuzun saygıdeğer üyeleri, yüz iki yıl önce Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulan Ajansımız, bugün ulusal ve uluslararası düzeyde etkinliğini her geçen gün artırıyor. Anadolu Ajansı bünyesinde her gün yaklaşık 2.500 içerik üretiyoruz ve dünyada en fazla haber içeriği üreten ajanslardan bir tanesiyiz. Dolayısıyla değişen dünyada değişen medya koşullarına yön veren; etkinliğiyle, hacmiyle dünyadaki medya düzenine dair söylediği sözün ağırlığı olan bir kurumuz. Bugün, basında iktibas serbestisinin sınırları, dijitalleşmenin getirdiği telif sorunları ve bu sorunlara karşı alınabilecek önlemler ile Avrupa Birliğinin dijital telif konularındaki düzenlemeleri konularında konuşmak için Komisyonunuza davet edildik ve bugün, burada bu konuları hep birlikte konuşacağız.

Nazık davetleri için Komisyon Başkanı Sayın Hüseyin Yayman başta olmak üzere, siz kıymetli Komisyon üyelerine teşekkürlerimi sunuyorum.

Habercilikte dijitalleşmeyle yaşanan dönüşümle birlikte, haber içeriklerine erişim büyük oranda dijital platformlar ekseninde şekilleniyor. Blockchain teknolojisi, NFT, Metaverse, Google News, neredeyse günlük hayatımızın her noktasında varlık gösteriyor. Bu gelişim ve değişim sürecinin, beraberinde yeni rekabet alanları oluşturduğunu, yeni sorunlar ortaya çıkardığını hep birlikte görüyoruz. Habercilerin büyük emek ve özveriyle hazırladıkları içeriklerin, bedeli ödenmeden, ticari amaçla kurulmuş dijital ortamlarda kullanılması bu sorunların en başında geliyor.

Dijital basın yayıncılığının yaygınlaşmasından önce, basın yayıncıları, yatırımlarının karşılığını gazete ve dergi gibi basılı materyal satışı ve reklam gelirlerinden elde ediyorlardı. Haberin dijitalleşmesine bağlı olarak, gelir dağılımı dengesizliği ve haksız rekabet ortaya çıktı. Bu durum, bizim gibi içerik üreticilerinin kendi içerikleri üzerindeki kontrolü kaybetmeye başladığını gösteriyor. Haber içeriğini basın yayın organları üretirken, ajanslar üretirken, bizler üretirken bu içeriklere ait gelirler bunu dijital olarak yayanlara gidiyor. Üretici biziz, emek veren biziz, özveriyle yatırım yaparak ve bazen gerçekten de can güvenliğimizi tehlikeye atarak bu içerikleri üreten biziz fakat bizim ürettiğimiz bu içerikler üzerinden çok büyük gelirler bu dijital dağıtım mecralarına gidiyor. Piyasa hâkimiyetini ele geçiren bu platformlar, tamamen reklam gelirlerini de ele geçirmiş durumdalar. Bildiğiniz üzere, 2019 yılında, Avrupa Birliği, haberleri de haber içeriklerini de telif kapsamına aldı. Bu gelişme, telif hukuku tarihinde yeni bir çağın açılmasına sebebiyet verdi çünkü tarih boyunca haber içerikleri hem ulusal kanunlarda hem de uluslararası anlaşmalarda hep telif dışında tutuluyordu. Avrupa Birliğinin AB Dijital Ortak Pazar kapsamında harekete geçmesiyle ve haberleri telif kapsamına almasıyla bu anlamda, ilk olumlu adım atılmış oldu. Biz, bugün bir haber üretmek için muhabirimizi bir bölgeye gönderiyoruz, elde edilen içerik bir metinle buluşuyor, daha sonra haber merkezimizde o görüntüye

İngilizce ifadesiyle post prodüksiyon yapılıyor, eklemeler yapılıyor, alt yazılar yazılıyor, seslendirmeler yapılıyor ve bütün bunlar, bütün bu masraflar neticesinde ortaya tüketilebilir haber içeriği çıkıyor ve bu çıkan haber içeriğinden ajanslar, içerik üreticileri, gazeteler, muhabirler yararlanamıyor, büyük oranda yararlanamıyor; bundan en büyük payı, işte, bu haberi daha sonra dağıtan mecralar ticarileştiriyor.

Avrupa Birliğinin Dijital Ortak Pazara geçmesiyle beraber, hemen akabinde, Fransa haber ajansı AFP ve Google arasında yürütülen karşılıklı müzakereler sonucu, 18 Kasım 2021 tarihinde -yani daha bir yıl olmadı- Google ile AFP beş yıl süreli telif hakkı anlaşması imzaladıklarını kamuoyuna duyurdular. Dünya genelinde bu gelişmeler yaşanırken ülkemizde hâlihazırdaki düzenlemeler haber içeriklerini üreten basın yayıncılarını hak sahibi olarak maalesef görmüyor. Bununla birlikte, dijital platformlardan bedel talep edilmesine ilişkin mevzuat ve uygulama eksikliği de söz konusu.

Anadolu Ajansı olarak yani dünyadaki haber içeriğini üreten en büyük içerik üreticilerinden biri olarak -bakın, Türkiye demiyorum, dünyadaki en büyük içerik üreticilerinden biri olarak- sadece haber üreten, dağıtan bir kurum olarak kalmayıp haber üretiminin öncesindeki ve sonrasındaki süreçlerde de faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Bu doğrultuda, kamuoyunu doğru şekilde bilgilendirmek ve gerekli adımların atılması için uygun tartışma zeminini oluşturmak için 14 Ekim 2022 tarihinde -Sayın Başkanımız da teşrif ettiler- basın sektörü ve hukuk camiasını bir araya getirerek bir sempozyum düzenledik. Bu sempozyumda, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki düzenlemeleri ve eksikler, haberlerin serbestçe iktibas olunması hususunu, muhabirlerin büyük bir emek ve özveriyle hazırladıkları içeriklerin ticari amaçla kullanılmasının önüne geçilmesi konusunu, dijital basın yayın alanında tek taraflı gelir elde edilmesinin engellenmesi konusunu ve haksız rekabetin önlenmesi için neler yapılabileceği konusunu tartıştık. Ülkemizin en köklü medya kurumu olarak, pek çok konuda olduğu gibi telif düzenlemesi çalışmalarında da öncülük etmeyi bir görev biliyoruz. Bugün bu toplantıda, bu doğrultuda yapılabilecek düzenlemeleri detaylı bir şekilde ele alacağımıza inanıyorum.

Sizleri saygı ve sevgiyle selamlarken bazı infografikleri dikkatlerinize sunmak istiyorum. Bunları bizler sizlere bir kitapçık olarak da ilettik ama dünyada medyanın geldiği noktayı ve gidişatı şöyle infografiklerle ele almakta büyük bir fayda var.

Bakınız, şirket varlıkları... Bu şirket varlıklarında geçmişten bugüne nasıl bir değişiklik olmuş? Eskiden bu şirket varlıkları şirketin kasasındaki nakit, şirketin binası, ekipmanları, mikrofonu, kamerası iken, bugün, 2020 sonrası itibarıyla, artık, fikri mülkiyet payı, markası, lisansı ve patentleri oluşturuyor. Yani bir medya şirketi dediğimiz zaman, biz, onun mikrofonunu, kamerasını değil içeriklerini değer olarak görüyoruz. Bugün Apple'ın, Google'ın, Facebook'un marka değeri kavramını ele aldığımızda, esasında bunun fikri mülkiyet payını konuşuyoruz yani Apple'ın üretim bandı, Apple'ın marka değeri kısmında çok ufak bir yüzdeyi temsil ediyor, Apple binası Kaliforniya'da çok ufak bir yüzdeyi temsil ediyor şirket varlığı olarak; asıl Apple dediğimizde, onun sahip olduğu içerikler, lisanslar ve patentleri konuşuyoruz. Bugün maddi varlıklar; ekipman, makine, bina, araç, stok, arazi nakit önemini yitirmiş durumda. Bunun yanında, maddi olmayan varlıklar; ticari markalar, "franchise" telif, lisanslar, itibar, patent ve uzmanlık asıl önem kazanmış durumda. Bu değişim, Anadolu Ajansı gibi haber üretimi olan... Bakın, 100 ülkede 125 ofisimiz, 1.700 çalışmamız ve 2.400 serbest habercimizle faaliyet gösteriyoruz ve Anadolu Ajansı dediğimiz zaman, işte, bizim Ankara'daki binamız ya da İstanbul'da yapmış olduğumuz yeni binamız değil, maddi olmayan varlıklarla bir değer ifade ediyoruz. Biz, her ay milyonlarca lira harcayarak bir içerik üretiyoruz.

Şimdi, bakın, -ekranlarda görüyoruz- muhabirimiz Rusya-Ukrayna Savaşı için bölgeye gitti, pek çok fotoğraf çektik, pek çok haber içeriği ürettik, video ürettik. Bunlardan bir tanesi gerçekten de uluslararası düzeyde savaşın sembolü oldu, muhabirimizin çektiği bu fotoğraf ertesi gün dünyanın

hemen hemen bütün gazetelerinin 1'inci sayfalarında, uluslararası medyanın haber bültenlerinde 1'inci haber olarak yer aldı ve muhabirimizin ürettiği bu içerik için bizler yatırım yaptık, emek harcadık, muhabirimizi oraya gönderdik; muhabirimiz can güvenliğini riske atarak, savaş bölgesinde, bombaların altında yaralı Olena Kurilo'nun bu fotoğrafını çekti ve savaşın en büyük tanığı olarak Anadolu Ajansı muhabirimiz, savaşın sembol fotoğrafını yakalamış oldu. Biz bunu yaparken...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – O fotoğrafı bir tek kare olarak ekrana verebilir mi arkadaşlar? Herkes daha net olarak görsün.

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Bence veremezler ama bu fotoğrafı büyütebilirler yani belki büyüme imkanı varsa büyütelim.

Sayın Komisyon üyelerimiz de görmüşlerdir bu fotoğrafı zaten. Gerçekten de Ajansımız açısından çok büyük bir gazetecilik başarısıdır yani dediğim gibi, Anadolu Ajansı 102'nci yılında artık rekabet alanını uluslararası medya olarak ifade ediyor.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Başkanım, kimse bilmiyormuş.

RAVZA KAVAKCI KAN (İstanbul) – Evet, bilmiyorduk.

ZEYNEP YILDIZ (Ankara) – Evet, bilmiyordum. Sayın Genel Müdürüm, kendi kendimize dedik ki: “Biz bile bilmiyoruz.”

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Burası Dijital Mecralar Komisyonu, Zeynep Hanım.

ZEYNEP YILDIZ (Ankara) – Biz, kendimiz itiraf ettik şu anda birbirimize.

RAVZA KAVAKCI KAN (İstanbul) – Artık kayıtlara da geçmiş oldu.

ZEYNEP YILDIZ (Ankara) – Kayıtlara geçsin.

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Efendim, 24 Şubat sabahı dünya medyası işte -görüyorsunuz- bu fotoğrafla çıktı, bu fotoğrafı, yüz iki yıl önce Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulan Anadolu Ajansımız tüm dünyaya servis etti.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Tebrik ediyoruz Başkanım.

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Bunlar tarihe düşülmüş notlar. Bundan yüz yıl sonra Ukrayna-Rusya savaşıyla alakalı içeriklerde işte, bizim çektiğimiz bu fotoğraf üzerinden tarih okunacak.

AYHAN ALTINTAŞ (Ankara) - Sayın Genel Müdürüm, para kısmı ayrı da kaynak gösterdiler mi “Anadolu Ajansı” diye?

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Tabii gösteriyorlar, tabii tabii. Yani uluslararası medyada bu işler çok büyük bir ciddiyetle yapılıyor, bütün çalışmalarımız kaynak gösterilerek kullanılıyor uluslararası medyada.

Basın kuruluşları, bu büyük ölçekteki yatırımlarının işte karşılığını alamıyor. Bakınız, gazete ve dergilerin yıllara göre sayısı... Bir bir kapanıyorlar, tirajları eriyor.

Peki, tüketiciler haberleri nereden alıyorlar? Bizler haberleri internet platformlarından, sosyal medyadan alıyoruz; televizyonun da ağırlığı her geçen yıl düşüyor, ortaya devasa bir dijital mecra çıkıyor. Ya bilgisayarımızdan ya da mobil iPad ya da telefon olarak ifade edeceğimiz tabletlerden haber ihtiyacımızı karşılıyor. Bizler bu haber ihtiyacını karşılarken gazetelerin fiziki tirajları eriyor, haberler tamamen internette okunur hâle geliyor. Hâl böyle olunca, içerikleri kim kontrol ediyor? Algoritmalarla içeriği kim sınıflandırıyor, kim özetliyor, kim derecelendiriyor ve bunları kim dünyada sizlere ulaştırıyor? İşte, burada, bizim bu büyük uluslararası şirketler bahsi devreye giriyor. Bu telif

konusu ilk medyada gündeme geldiğinde Almanya’da yayıncı Carolus ilk gazeteyi çıkartıyor “Bunun telifi bende olacak.” diyor, tekel istiyor fakat ona diyorlar ki: “Haberde böyle bir şey olmaz. Haber kamuya aittir.” O günden bugüne haber kamuya ait de haberin içeriği, buna yapılan yatırım ve bu haber içeriği artık ticari bir metaya dönüşmüşse bundan kim kazanacak? Haberi üreten basın emekçileri mi, bu basın emekçilerinin kurumları mı, yoksa bu süreçte “GAFA” adı verdiğimiz Google, Amazon, Facebook ve Apple mı? Şu an dünyadaki tablo: Haber emekçileri ve haber emekçilerinin kurumları bundan para kazanamıyor. Biz bu fotoğrafı çektik, yatırım yaptık, evet, bundan bir gelir elde ettik, işte, Almanya’nın Bild gazetesi birinci sayfasına koydu, bundan bir para aldık. Emin olun bizim kazancımızın en az 100 katını bu GAFA diye sınıflandırdığımız Google, Amazon Facebook ve Apple bu fotoğrafımız üzerinden kazanıyor. “Ukrayna-Rusya Savaşı, fotoğraf” diye Google aramalarına girdiklerinde, birisi bu hamleyi yaptığında bizim fotoğrafımız çıkıyor, içerikleri biz oraya koymuşuz ama bu aramadan dolayı Google reklam verene diyor ki: “Bu konu çok aranıyor, şu alana bir reklam ver.” Oraya reklam alınıyor, oradaki para tamamen Google şirketine gidiyor. İçeriği biz ürettik, geliri Google aldı.

İşte, bütün bunlara “Dur.” demek için Avrupa Birliği bir araya geliyor ve şunu yapıyorlar; önce Almanya “Ben bu telif konularında bu GAFA adı verilen Google’a, Apple’a, Amazon’a, Facebook’a bir ‘Dur.’ demek istiyorum.” diyor fakat uygulanamıyor çünkü Avrupa Birliği mevzuatı yok. İspanya yine aynısını deniyor, kendi içerik üreticilerini korumak için, yine başarısız.

Avrupa Birliği 2019 yılında “Digital Single Market” olarak ifade edilen, DSM olarak baş harflerini kullandığımız bu yasayı yürürlüğe koyuyor. Fransa telif yasalarını hemen bu DSM’ye uygun hâle getiriyor, bunu ilk yapan Fransa. İngiltere, Avustralya benzeri yasa süreçlerini başlatıyorlar. Google News yedi yıl aradan sonra İspanya piyasasına geri dönüyor çünkü İspanya bu konuda Google’ı yasaklamıştı 2021’de. İtalya merkezli medya grubuyla ilk anlaşma kamuoyuna duyuruluyor. 2010 tarihli Rekabet ve Tüketici Yasası’nda Avustralya ekleme yaparak Medya Pazarlık Yasası’nı 2021 yılında yürürlüğe koyuyor ve yine, Kanada Parlamentosu da Dijital Haber Yasa Tasarısı’nı 2022 Nisan ayında duyuruyor.

Yeni haklar esasen Avrupa Birliği kökenli telif sahiplerine daha çok lisans geliri sağlama amacını taşıyor. Bu geliri... İşte Google’la masaya oturuyorlar, anlaşıyorlar çünkü hukuki mevzuatları bu anlaşmaya bir zemin hazırlıyor.

Biz, bugün, günde 2.500 içerik üreten ve üzerimizden Google firmasının çok büyük gelir elde ettiği Anadolu Ajansı firması olarak, şirketi olarak -biz bir şirketiz- Google’la, Google şirketiyle masaya oturduğumuzda Google bize “Bunun için herhangi bir gereklilik görmüyorum.” diyor. Niye? Çünkü Türkiye’de henüz yasal düzenleme, Avrupa dijital marketine uyumlu bir yasal düzenleme mevcut değil. Dolayısıyla bizler, tıpkı Avrupa’da olduğu gibi, kaliteli gazeteciliğin yapılması için, bu ve benzeri pek çok başarının devamlılığının olması için, yatırımın korunması için ve gazetecilerin güçlendirilmesi için bir an önce Türk hukuk sisteminin de bu konuda bir çalışma yapmasını zaruret görüyoruz.

Fransa AFP örneğinden bahsederek sunumumu tamamlamak istiyorum. Fransa DSM yönergesi akabinde iç hukukta hemen uyum sağladı.

Google yine de haber içeriklerine ödeme yapmayı reddetti. Şirket “Gel, hemen size ödeme yapalım, bu konuyu kapatalım.” demiyor, uzatabildiği kadar konuyu uzatıyor. Peki, ne oldu Fransa’da? Fransa’da şu oldu: AFP’nin telif talep ettiği Google bu talebi reddedince “Digital Single Market” yönergesi ve Fransa’daki yeni hukuki düzenlemeyi baz alan Fransız rekabet hukuku 500 milyon euroluk bir ceza verdi Google firmasına ve bu ceza Google’ı harekete geçirdi. Hemen AFP’yle -bizim muadil kuruluşumuz Fransa’da AFP- masaya oturdular ve beş yıllık bir anlaşma imzaladılar. Şirket sırrı olduğu için AFP bize bu anlaşmanın mali tarafını vermiyor yani Google’dan beş yıl içerisinde ne kadar gelir elde ettiğini,

nasıl bir gelir modeli oluşturduğunu AFP ile Google şirket sırrı kapsamında bize vermiyorlar. Fakat biz, AFP hukuk direktörlüğü ile Anadolu Ajansı hukuk direktörlüğü bu konunun müzakeresini yaptık, AFP hukuk direktörlüğü bu konuda Google’la nasıl bir anlaşma yaptığının çerçevesini bize anlattı. Dolayısıyla biz bugün Google’la masaya oturduğumuzda AFP’yle benzer bir çerçevede fakat farklı ekonomik gelir modelleriyle, kendimize özgü ekonomik gelir modelleriyle masaya oturacağız.

Masaya oturabiliyor muyuz? Masaya oturamıyoruz. Masaya oturmak için neyi bekliyoruz? Masaya oturmak için siz saygıdeğer Komisyon üyelerimizin hazırlayacağı, Meclisimizde kabul edilecek bir kanuna ihtiyacımız var. DSM yönergesine uyumlu bir şekilde bir kanunun çıkarılması gerekiyor. Sadece biz değil, Türkiye’deki bütün basın emekçilerinin hakkını korumak için, gelirlerini artırmak için, telif haklarını artırmak için bu yasaya ve bağlantılı hakların hayata geçirilmesi konusuna ciddi manada bir destek talebimiz var. Eğer bu yasa olursa biz de yurt dışındaki muadillerimiz gibi bu dijital mecralarla masaya oturur, basın emekçilerimizin, gazetecilerimizin, muhabirlerimizin, foto muhabirlerimizin hakkını savunuruz. Buradan elde edilecek gelir Amerika’ya Google şirketine değil, bizzat bu içeriği üretmek için çaba sarf eden, emek sarf eden, basın emekçilerine gider. Ben bu konuda Komisyonunuzun yapacağı çalışmaların yol gösterici olacağını ifade etmek istiyorum.

Davetinizden dolayı sizlere çok teşekkür ediyorum. Umarım faydalı bir toplantı yapmış oluyordur bugün.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, teşekkür ederiz Serdar Bey.

Çok önemli hususlara değinildi. Bu konuları bizim uzun uzun konuşmamız, belki çok değerli milletvekillerimizin önerisiyle başka kurumlardan başka uzmanları da dinlememiz gerekiyor çünkü dijital telif konusu gerçekten günümüzün en önemli meselelerinden bir tanesi.

Evet, şimdi soru-cevaba başlıyoruz.

Ayhan Hocamla başlayacağım.

Buyurun.

AYHAN ALTINTAŞ (Ankara) – Teşekkür ederim Sayın Başkanım.

Değerli milletvekili arkadaşlarım, değerli Genel Müdürüm ve bürokrat arkadaşlar, değerli basın mensupları; hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Burada tabii, ben konunun çok uzmanı değilim, daha önceden de bu konuda çok bilgi sahibi değilim. Avustralya’da ve Avrupa’da yasalar çıktığını biliyordum ama bir kere, siz, tabii, Anadolu Ajansı özelinde konuştunuz ama bütün yayın kuruluşları... Siz de -anladığım kadarıyla- bir özel şirket statüsünde misiniz?

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Evet.

AYHAN ALTINTAŞ (Ankara) – Kamusal bir kaynak kullanıyor musunuz, onu bilemiyorum. Herhâlde TRT üzerinden mi kullanıyorsunuz, nasıl oluyor? Ahmet Bey, onu artık soru olarak sorayım.

Burada, tabii, bizim yani benim kişisel endişem diyeyim, bu telif konu olacak şeyi nasıl tanımlayacağız? “İçerik” dediniz siz, içerik, tamam, içeriğe kabul yani bir kayıt olması lazım, bir resim veya yazı, bir kayıt olması lazım ve bunun aynen iktisap edilmesi lazım ama haber kimsenin tekelinde değil yani halkın da haber alma özgürlüğü var. Bu dengeyi nasıl tutturacağız? Yani bir yanda halkın haber alma özgürlüğü var, bir yanda da bunun, tabii, şirketler üzerindeki mali sıkıntısı var. Bu dengeyi iyi tutturmamız lazım. Dolayısıyla orada çok dikkatli bir hazırlık yapmak lazım. Avrupa bunu nasıl yaptı o konuda belki biraz bilgi verirsiniz memnun olurum.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Değerli Vekilime teşekkür ediyorum.

3 soru alalım, 3 soruyu cevaplasın, sonra tekrar devam ederiz.

Ahmet Vekilime veriyorum sözü.

Buyurun.

AHMET BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova) – Sorudan ziyade ben...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Tabii, katkıda da bulunabilirsiniz yani.

AHMET BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova) – Sayın Genel Müdürümüz Serdar Bey ve değerli ekibine teşekkür ediyoruz. Benim açımdan ufuk açıcı bir sunum oldu. Bizim de farklı vesilelerle konuştuğumuz bir konuyu müstakil olarak bugün ele alıp hep birlikte tartışma imkânı bulduk.

Bu konunun tabii çok boyutları var. Kıymetli Hocam bir boyutunu dile getirdi. Elbette her yasa teklifini, her regülasyonu hazırlarken ortaya çıkan bir takım dengesizliklere bir denge noktası bulmak yahut birbiriyle telifi mümkün olmayan noktaları bir uçta buluşturmak gerekli oluyor. Siyasi irade de zaten bunun için geçerli.

Bugün Anadolu Ajansının ortaya koyduğu vizyonu ben çok değerli buluyorum. Şimdi, bize verilen dokümanın hemen sağ üst köşesinde “Kurucusu Mustafa Kemal Atatürk” yazıyor ve Sayın Genel Müdürümüz de yüz iki yıllık bir tarihe vurgu yaptı. Kurtuluş Savaşı’nı başlatan irade Millet Meclisini oluşturduktan sonra Anadolu Ajansı gibi bir kurumun kurulmasına öncülük etmiş ve bizim burada yürüttüğümüz mücadelenin haklılığını tüm dünyaya anlatacak bir platform oluşturmuş. Hemen sol alt köşede de “Türkiye’nin global haber ajansı” vizyonunu çok değerli bulduğumu ifade etmek istiyorum.

Bu platformun zenginleşerek daha çok içerik üretmesini, bunu yaparken sağlıklı bir ekonomik kaynağa sahip olmasını, haklarının yani buradaki uluslararası ajansların hangisi, neye sahip olduysa bizim burada faaliyet yürüten girişimlerimizin de aynı haklara sahip olmasını temin etmemizin bizim açımızdan bir sorumluluk olduğunu düşünüyorum. Bugün Anadolu Ajansını konuk ediyoruz ama aynıysa, Değerli Hocamın da söylediği gibi diğer ajanslarımız için de geçerli.

Biz açıkçası dijital alandaki siyasette şunu çok sık vurguluyoruz: Nasıl dünya ekonomi politığıne bir eleştiri getirirken “Dünya 5’ten büyüktür.” diyorsak -her zeminde savunduğumuz bir konu- dünya GAFA’dan büyüktür yani bu 4 büyük teknoloji şirketinin telif, algoritmalar, tüketici alışkanlıklarını kontrolü, bütün bu alanları yaklaşık iki senedir Komisyonumuzun her toplantısında ele aldık, çalıştık, değerlendirdik.

Konunun bir boyutu da örneğin rekabetle ilgiliydi. Sizlerin katıldığı bu toplantıda da vurgulamak isterim ki bir kez daha, Meclisimiz herhâlde bu yasama döneminde birkaç kez oy birliğiyle karar aldı, oy birliğiyle yasa çıkarttı. Bunların en önemlilerinden birinin de e-ticaretin düzenlenmesiyle ilgili konuda olmasını hakikaten biz önemli buluyoruz. Bugün sizin de bahsettiğiniz telif hakları meselesi bu e-ticaret düzenlemesiyle oluşan uluslararası rekabet dengesizliğinin bir başka boyutuna işaret ediyor.

Eminim, bu toplantıdan sonra her parti bu konuyla ilgili bir çalışma, bir inceleme yapacaktır ama bunun esasını teşkil eden konuda Türkiye Büyük Millet Meclisinin bir ortak iradesinin olduğunu e-ticaret yasasında gördük. Ben eminim ki bu dijital telifle alakalı olarak da bunu hayata geçirme imkânı bulabiliriz. Şimdi, tabii, yakın dönemde bu sunumda gördüğümüz içerik bir fotoğraf, konuyu, sunumu kısa tutmak için o boyutlarına girmedik ama bence bunları da değerlendirmemiz lazım. Örneğin, son dönemde bir Fransız şirketin -şimdi ürün yerleştirmesi olmasın diye ben ismini söylemeyeyim- Suriye’de terörist faaliyetlere destek vermek amacıyla yürüttüğü faaliyeti de Anadolu Ajansımız tüm dünyaya deşifre etti ve Fransız Danıştayının bu alanda verdiği kararı dünya kamuoyuyla buluşturdu.

Yani burada “içerik” derken sadece bir videodan, bir görselden bahsetmiyoruz, dünyada oluşan, küresel dengesizlikler oluşturan, dünyada terörizmin finansmanına kaynak teşkil eden birçok konuyu da bu vesileyle gündeme getirme imkânı buluyoruz.

Benim okumam şu şekilde: Nasıl dünyadaki küresel finansal sistem Watergate skandalıyla sarsılmışsa küresel güvenlik mimarisi de bu olaydan sonra Anadolu Ajansımızın haberleştirdiği, dosyalastırdığı bu haberdan sonra sarsılmıştır. Artık bu tartışma başka bir şekilde devam edecektir. O yüzden, biz bu platformu korumak için de aslında bugün konuştuğumuz, Avrupa’daki tek dijital market piyasası yasasında olduğu gibi bir düzenlemeye ihtiyacımız var. Umarım, bu sunum ve -sonrasında Başkanımız diğer ajanslarımızı da dinleyeceğimizi bize ifade etti- bununla beraber oluşacak bir zenginlikle, süratle bu konuda bir çalışma yürütmemiz Komisyon olarak çok yararlı olacaktır. Ve sadece bir telifi korumak bakımından değil, Türkiye’de küresel bir vizyonla haber üreten herkesin uluslararası rekabet edilebilirliğine de katkı sunmak bakımından bu çerçeveye ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum.

Teşekkür ediyorum katılımınızdan dolayı.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Biz teşekkür ederiz.

Şimdi, sırayla söz vermeye devam edeceğim.

Doktor Mustafa Canbey, buyurun Vekilim.

MUSTAFA CANBEY (Balıkesir) – Teşekkür ediyorum Değerli Başkanım.

Ben de bütün milletvekili arkadaşlarımızı, Genel Müdürümü ve beraberindeki arkadaşlarımızı selamlıyorum.

Evet, aslında Anadolu Ajansının son dönemdeki yaptığı çalışmaları takip ediyoruz ve büyüyen bir grafiği var, ortada bir vizyon var; bundan dolayı ben çalışan ekibe, başta Genel Müdür olmak üzere teşekkür ediyorum, tebrik ediyorum.

Tabii, bunun yanında, ben Ahmet Vekilimizin az önce bıraktığı yerden devam etmek istiyorum. Şimdi, dünyada içerik üretimi yani bu basın meselesi var olduğu günden beri önemli ama içeriği nerede ürettiğiniz ve nasıl ürettiğiniz daha önemli. Yani eğer siz içerik üretemiyorsanız başkalarının ürettiği içeriğe maruz kalıyorsunuz ve onların ürettiği içerikle kendi bakış açımızı, fikirlerinizi geliştirmek zorunda kalıyorsunuz.

Dünyada daha düne kadar, kendi ülkemiz açısından bakacak olursak bir hegemonya vardı. Bu hegemonya AFP, AP ve Reuters’tan oluşan bir ajans hegemonyasıydı.

Şimdi, Anadolu Ajansının özellikle son yıllarda yaptığı atakla, içerik üretimi noktasında kendi bakış açımızı da içine koyarak yeni bilgiler üretmesi, dünyaya içerik satması -az önce de gördüğümüz gibi- o fotoğrafların çekilmesi ve bunların satılabilir olması önemli diye düşünüyorum. Yani biz en azından kendi ülkemiz açısından baktığımızda, bizim burada kendi ürettiğimiz içeriği dünyaya satmamız ve dünyanın onu alabilmesi bizim açımızdan son derece önemli. Çünkü başkaları bu içeriği ürettiği zaman ister istemez etkiye maruz kalıyoruz ve bu etki de bizi olumsuz yönde etkiliyor. Yani bu gerçeğin değişebiliyor olduğunu görmek bence önemli. Tabii, bu yolda katetmemiz gereken daha çok mesafe var, yapmamız gereken çok iş var ama Anadolu Ajansının, özellikle, başta kendi ülkemiz olmak üzere bölgemizde ve dünyada yapılanması -ben onu da öğrenmek istiyorum, mesela şu anda dünyada kaç yerde büromuz var, kaç ülkede temsilciliğimiz var ve bu anlamda kaç dilde yayın yapıyoruz; bu bilgileri de ben genel müdürlüğümüzden rica edeceğim- bu işlerin yapılabilir olması çok önemli diye düşünüyorum.

Tabii, burada, özellikle dijital anlamda içeriklerin üretilmesiyle alakalı konuda ve yine haberle ilgili konuda şöyle bir sorun var: Bu hegemonik yapı, dünyadaki bu hegemonik yapıyla biz anlaşabiliyor muyuz Genel Müdürüm? Onu sormak istiyorum. Yani bizim ürettiğimiz haberleri alma konusunda istekliler mi ve bu kendi yapılarını korumak için bizimle bu anlaşmaları yapma konusunda nasıl davranıyorlar, meseleye nasıl bakıyorlar, biz bunlarla anlaşabiliyor muyuz ve şu anda yaptığımız anlaşmalar neticesinde ve sattığımız içerikler neticesinde ciddi bir gelir durumumuz var mı? Onu sormak istiyorum.

Bir de tabii, bu dijital içerik üretimi noktasında sadece haber olarak değil de az önce ifade ettiğiniz Google, Amazon bu tip yerlerle görüşüyor muyuz, yani bir anlaşmamız şu anda en azından bir anlaşma zemini durumu söz konusu mu, daha kanun talebiniz oldu ama daha kanun çıkmadı, böyle bir zemin söz konusu mu? Onu da sormak istiyorum.

Bugünkü sunum için ayrıca teşekkür ediyorum, çok sağ olun, çalışmalarınızda başarılar diliyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Vekilimize çok teşekkür ediyorum.

Şimdi, birkaç selamı iletmem lazım; Bahar Ayvazoğlu Vekilimiz -bu vesileyle geçmiş olsun dileklerimizi de iletelim- Covid oldu, evde istirahatte.

Yine, Tuncay Özkan Vekilim aradı, sağ olsun, dedi ki: “Benim başka bir mazeretim var, gelemeyeceğim.” ve Selman Özboyacı Vekilimiz de yine aradı, herkese selamlarını ilettili, bunu da belirtmiş olalım.

Sonradan gelen çok değerli milletvekillerime zaman ayırıp geldikleri için tekrar teşekkür ediyorum.

Serdar Bey, ben bu toplantıya gelmeden önce Cumhuriyet Halk Partili vekillerimizden Yüksel Mansur Bey hem size selamını ilettili hem de bir konuyu sormamı istedi, ben onu da ifade etmek isterim. Dedi ki: “Bu dijital telif konusu çok önemli, biz de takip ediyoruz.” Kendisi gazeteci kökenli bir Vekilimiz. “Özellikle Anadolu basını için Anadolu Ajansı üyeliğinin fiyatları çok yüksek.” dedi. Bu konuyla ilgili bir acaba... Yani düşünün ki Hatay’ın Kırıkhan ilçesinde gazetecilik yapan ya da işte, Balıkesir’in Ayvalık ilçesinde gazetecilik yapan bir gazeteci -yerel internet sahibi olabilir, gazete çıkartan olabilir, aramızda öyle arkadaşlar var- diyor ki: “Ben abone olmak istiyorum fakat bu abonelik ücretini ödeyemiyorum. CNN Türk’e yaptığı abonelik ücreti ile bize yaptığı abonelik ücreti aynı, biz bunda daha adil bir ücret talep edilmesini istiyoruz.” Telif konusuyla ilgili bunu da belirtmiş olalım.

MUSTAFA CANBEY (Balıkesir) – Bir cümle de ben ilave edebilir miyim?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Tabii.

MUSTAFA CANBEY (Balıkesir) – Genel Müdürüm, ben de bir cümle bu Başkanımızın sorusuna ilave etmek istiyorum.

Sizin bu telif konusunda dava açtığınız internet siteleri ve yerel gazeteler var. Bunda çok zorlandıklarını zaman zaman bize iletiyorlar, bununla ilgili de bir tolerans düşünüyor musunuz? Ben de onu ilave etmiş olayım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Buyurun Serdar Bey.

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Çok teşekkür ediyorum.

Tabii, öncelikle Sayın Vekilim Ayhan Bey’in sorusuyla başlayayım. Ajansımız bir şirket, muadilleri gibi, Fransa’daki AFP gibi. Bu şirketin içerisinde kamunun hisseleri var, gerçek kişilerin de hisseleri var. Dolayısıyla, biz genel kurulda gerçek kişilerin... Yani bunlar aileler; ailelerden miras yoluyla, 1920 yılından bu yana gelen aileler. Dolayısıyla ajansımız bir şirket, şirketler kâr amacı güderler, Anadolu Ajansı kâr amacı gütmeyen bir şirket, hedefi kamuoyunu doğru bilgilendirmek.

Peki, burada “Haber verirken para kazanılır mı?” etik sorusuyla karşı karşıya karşıyayız. Şimdi, bu Avrupa Birliği bunu nasıl çözdü, biz nasıl çözebiliriz? Efendim, “Çin’de bir virüs ‘Covid-19’ adı altında ortaya çıktı.” Bu bir bilgi ve yayılıyor. Biz Anadolu Ajansı olarak bu bilgiyi geçtik, dedik ki: “Çin’den kaynaklanan Covid-19 virüsü dünyaya yayılıyor.” Biz bu bilgiyi geçtiğimiz için telifle konu olduğumuzu düşünmüyoruz. Bu, bizim görevimiz, biz bunu veririz. “Falanca yerde bir patlama oldu.” Biz bunu veriyoruz. “Covid-19’un yeni bir varyantı Hindistan’da ortaya çıktı.” Bu haber kamuoyunu bilgilendirme amaçlıdır ve bu, asla telifle konu değildir. Biz Anadolu Ajansı olarak da bu sektörde faaliyet gösteren diğer kurum ve kuruluşlar olarak da bunun telifle konu bir mevzu olmadığını düşünüyoruz.

Peki, telifle konu ne? Ben arkadaşlarıma Covid-19’un varyantlarıyla alakalı bir araştırma yapmalarını söylersem, arkadaşlarımız bu konuyla alakalı istatistikleri derlerlerse ve bunu bir yazılımla infografiğe dönüştürsek ve içerisine kendi çektiğimiz görselleri dâhil edersek, ortaya nitelikli bir medya içeriği koyarsak, işte, o zaman biz diyoruz ki: “Bu, telifle dâhil bir mevzuya dönüşmüştür.” “Covid-19 varyantı çıktı.” haberini verdik, cep telefonlarınızı, gazeteler... Bu, telifi konu bir durum değil ama biz buna ilişkin bir çalışma yaptık, bu çalışmanın neticesinde ortaya bir medya içeriği çıktı, işte, bu, telifle konudur. Google alıyor, arama motorlarına o infografiği koyuyor, o araştırmayı koyuyor, o derlemeyi koyuyor, insanlar orada bilgileniyorlar, “Google@” yoluyla Google oradan para kazanıyor. Bizim bu yasanın çıkmasını istememizin temelinde “Ben bir kişi daha tutayım, daha nitelikli gazetecilik yapayım.” yaklaşımı var; “Daha iyi araştırma yapayım, daha iyi grafiker istihdam edeyim; böylelikle kamuoyu da daha iyi, daha nitelikli medya ürünlerine erişsin.” Yaklaşımımız bu. Dolayısıyla, Avrupa da bunu bu şekilde halletti, bizim talebimiz de Türkiye’deki yasaların da bu konuda haberin o yalın, çıplak tarafını değil ama nitelikli haberin, medya içeriğine dönmüş haberin telif kapsamına sokulmasıdır.

Ahmet Bey, ufak bir düzeltme yapayım; Meclis kurulduktan sonra Ajansımız kurulmadı, Meclis kurulmadan önce kuruldu.

AHMET BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova) – Önce burası kuruldu, sonra Meclis kuruldu.

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Birkaç gün var arada ama Mustafa Kemal Atatürk orada... On yedi gün var.

Ajans orada... Biraz önce ifade ettiğimiz o uluslararası hegemonik haber ajansları Kurtuluş Savaşı sürecinde de etkinlerdi, o zaman da varlardı fakat “Millî bir haber ajansımız olmalı.” dedi Mustafa Kemal Atatürk ve arkadaşlarından Yunus Nadi ve Halide Edip Adivar görevlendirildi ve Ajansımız kuruldu. Kurulduğu günden bugüne bambaşka bir noktaya geldik; ulusal ajanstan uluslararası ajansa dönuştük. Bugün 100 ülkedeyiz, 125 ofisimiz var, bu ofisler büyük ofisler değil ama 1muhabir ya da 2 muhabir arkadaşımızın çalışma yapabileceği ofisler. Çalışan sayımız bugün 1.700; tabii, artıyor, azalıyor, sirkülasyon var. 2.400 serbest habercimiz var, bu serbest habercilerimiz de önemli, onlarla özellikle uluslararası arenada rekabet hâlindeyiz. 125 ofisimizin 40 tanesi yurt dışında ve 142 uyuuktan insan tüm dünyada Anadolu Ajansı haber içerikleri için çalışıyor.

Yine, Mustafa Bey’in bir sorusu vardı: “Siz bu içerikleri yurt dışına sattığınızda gelir elde ediyor musunuz?” Evet, ediyoruz. Biz aynı zamanda Hizmet İhracatçıları Birliğinin de bir üyesiyiz, biz hizmet ihracatı yapıyoruz. Anadolu Ajansının uluslararası etkinliğine paralel olarak her yıl artıyor, şu ana kadar, 2022 yılı içerisinde yaklaşık 2 milyon dolarlık içerik satışı yapmışız tüm dünya medyasına yani Filipinler’den Latin Amerika’ya, Afrika medyasından Kuzey Amerika’ya. Tabii, biz, burada AP, AFP, Reuters’la rekabet hâlindeyiz, onlar da içerik satışı yapıyorlar biz de içerik satışı yapıyoruz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Onlar ne kadar satıyor, rakamlar var mı Genel Müdürüm?

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Ya, şirketlerin açıkladıkları bilançolar farklı. Tabii ki onların bütçeleri bizim bütçelerimize göre yaklaşık 20 kat, 30 kat fazla olduğu için, onların içerik satışları da bizim satışlarımıza göre o oranda olmasa da daha fazla yani kendilerinin bütçesi bizim bütçemizin 30 katı ama kendilerinin etkinliği bizim 30 katımız değil. Biz o anlamda az kaynakla büyük işler yapmak için uğraşıyoruz, özveriyle arkadaşlarımız çalışıyor. Özellikle en son Ukrayna-Rusya savaşını dünyaya en iyi duyuran haber ajansı Anadolu Ajansı olmuştur. Neden? Çünkü muhabirlerimiz hem Ukrayna tarafında hem Rusya tarafında olan tek ajans; AFP, Reuters, AP, Rusya tarafında faaliyet gösteremiyor. Dünya savaşın diğer tarafındaki içerikleri Anadolu Ajansından alıyor.

MUSTAFA CANBEY (Balıkesir) – Onlara da aynı zamanda satıyorsunuz değil mi?

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Tabii, onlara da satıyoruz

Yani bugün Reuters, AFP, bizim çözüm ortağımız. AFP özellikle Türkiye’yle ilgili içerikleri Anadolu Ajansından alıyor. Bizim, bu anlamda pek çok haber ajansı ile anlaşmamız var ama dünyayı domine ettiğimiz konular Balkanlar, Rusya-Ukrayna savaşı. Mesela Afganistan’dan Amerika Birleşik Devletleri’nin çekilmesi konusu. Bakın, en iyi, en fazla, en etkili içerikleri Anadolu Ajansı yaptı çünkü o çekilme sürecinde Mehmetçik oradaydı ve Anadolu Ajansı da yine orada görevdeydi. Yani o havalimanından Amerika’nın çıkış görüntülerini, görsellerini, içeriklerini biz çektik ve Amerikan medyasına da biz verdik. Daha güzel olan bir şey şu, ben artık Amerika’daki arkadaşlarıma şunları söylüyorum: Dünya değişti, Amerika’daki olup biteni Türkiye’ye anlatma temel ve birincil misyonunuz değil. Artık biz küresel bir ajansız, Amerika’da olup bitenleri Amerikan medyasına da satabiliyor musunuz? Yani CNN, New York Times, Wall Street Journal, Amerika’daki bir olayda sizin bir içeriğinizi, haberinizi kullanabiliyor mu, bunu başardık mı? Bunu başardık. Nerede başardık? Florida’da bir bina çökmüştü, o binanın görsellerini bizim arkadaşlarımız “drone” operatörlerimiz -“drone” fotoğrafçılığı var, biz, burada, dünyada muadillerimizden çok iyi noktadayız- biz bir “drone” kaldırdık, o çöken binanın görüntülerini ilk biz çektik ve CNN başta olmak üzere, bütün Amerikan medyası Anadolu Ajansından o görüntüleri satın aldılar ve Anadolu Ajansı referans göstererek sundular. Dolayısıyla, bizler burada muadillerimizle rekabet hâlindeyiz.

Türkiye’de de bu telif meselesi yani özellikle Anadolu medyasının telif meselesi konusunu aydınlatmak isterim. Bizler bir medya kuruluşundan hacmi ölçüsünde abonelik ücreti talep ediyoruz yani işte Turkuvaz Medya Grubundan talep ettiğimiz -Türkiye’nin en büyük medya grubu- ücretle Anadolu’da, işte, yerel bir gazeteden talep ettiğimiz ücret aynı değil. O ücretler de çok az ücretler, şimdi genel müdür yardımcısı iletiyor.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – 3 bin mi, 4 bin mi?

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Efendim, yani 2022’de aylık 450 TL bölge haber bültenini satıyoruz. Yine, 2.500 TL ana haber bülteni ve Türkiye ortalaması da 1.400 lira yani şimdi, bazen bu siyasetçilere bölgedeki yerel medya sahibi dostlarımız, abonelerimiz bir baskı olarak “Ya, bu yükten de kurtulalım, bunları mümkün olduğunca daha ucuza alalım.” diyor ama bunun daha ucuzu var mı Türkiye şartlarında bilmiyorum yani. Dediğim gibi, 1.400 liralara, 1.500 liralara; aylık abonelikler bu şekilde. Biz bunu emekçilerimizin hakkını korumak için talep etmek zorundayız, öyle çok yüksek telifler özellikle yerel medyadan talep etmiyoruz. Evet, bizim bir içeriğimizi izinsiz ve abone olmaksızın kullanmaları durumunda hukuk birimimiz dava açıyor o medya kurum kuruluşlarına, onlarla da sulh yoluna gidebiliyoruz, eğer abone olurlarsa davamızı geri çekiyoruz, hiç kimsenin bu konuda bir ceza almasını da istemeyiz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, teşekkür ederiz.

Şimdi, Burak Erbay Vekilime sözü verdim.

BURAK ERBAY (Muğla) – Teşekkür ederim Sayın Başkanım.

Sayın Başkan, değerli vekil arkadaşlar, değerli konuklar, tüm çalışanlar; herkesi ben de saygıyla selamlıyorum. Yeni yasama yılımızın hayırlı olmasını, Komisyon çalışmalarımızın hayırlı olmasını diliyorum.

Şimdi, Anadolu Ajansı, bahsedildi, önemli, köklü bir cumhuriyet kurumumuz; Türk Kurtuluş Savaşı döneminde savaş hakkındaki haberleri duyurmak amacıyla, az önce de söylendiği gibi, Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatıyla Halide Edip Adıvar ve Yunus Nadi tarafından kurulan köklü bir kurumumuz. Tabii ki çok önemli manevi boyutu olan bir kurumumuz.

Şimdi, biz, hep bu Komisyon çalışmalarında, Genel Kurulda ve yasama faaliyeti çerçevesinde de muhalefet partisi olarak da bu kurumların en doğru şekilde cumhuriyetin bu maneviyatını gerçekten kurum olarak devam ettirmesi adına uyarılarımızı yapmakla yükümlüyüz, bu doğrultuda hep düşüncelerimizi ifade ediyoruz.

Şimdi, bu kapsamda az önce de bahsedildi, işte, Yüksel Vekilimizin yapılan çalışmalarla ilgili bir metni var, önce kısaca onu okuyacağım az önce söylenen yerel basınla ilgili önerileri de içeren, ondan sonra da diğer düşüncelerimi kısaca ifade etmek istiyorum.

Anadolu Ajansının haber paketlerinin abonelik bedeli, başta yerel medya olmak üzere ticari amaçla yayın yapmayan, site trafiği, tıklanma sayısı düşük internet haber siteleri için karşılanması mümkün olmayan düzeydedir. Bu nedenle, birçok yerel ve dijital haber kuruluşu Anadolu Ajansı ile abonelik sözleşmesi yapamamaktadır ya da konuyla ilgili yeterli bilgiye sahip değildir. Abonelik sözleşmesi yapamayan yayın kuruluşları, çoğu zaman bilgi eksikliği nedeniyle Anadolu Ajansı'na ait haber ve görüntüleri kullandıkları için telif davalarıyla karşı karşıya kalmaktadırlar.

Öte yandan, kullandığı haber sayısı ve site trafiği çok yüksek internet siteleri ile site trafiği düşük sitelerin haber paketlerine aynı bedelle abone olmaları da büyük oranda ödeme sorununa neden olmaktadır. Bu sorunların çözümü için Anadolu Ajansının haber paketlerinin çeşitlendirilmesi, kamu kaynaklarını kullanarak hizmet üreten Anadolu Ajansının yerel ve dijital yayıncılığın varlığının gelişmesini desteklemesi beklenmektedir. Yani az önce de tartışılan konu bu tıklanma oranı, büyüklük küçüklüğe göre bir farklılık beklentisi talebi var ücretlerle ilgili. Bu çerçevede, site trafiği farklı olan haber sitelerindeki farklı abonelik bedelleriyle haber paketleri sunulmalıdır öneriler olarak. Anadolu Ajansı tarafından yerel medya kuruluşları ve günlük tekil tıklanma sayısı 50 binin altında olan haber sitelerine, Anadolu Ajansının mevcut internet haber paketi üzerinden sembolik bedellerle abonelik olanağı sağlanmalıdır. Bir yıllık sembolik abonelik bedeli bir aylık asgari ücret tutarını geçmemelidir. Zaten günlük tekil tıklanma sayısı 50 binin altında olan yerel dijital haber sitelerinin toplam aylık gelirleri bir asgari ücret bedelini geçmemekte, bu siteler emek yoğunluğu ve fedakârlıklarla yayını sürdürmektedirler.

31 Ekim 2022 tarihine kadar, çoğu zaman bilgi eksikliği nedeniyle Anadolu Ajansı haber ve görsellerini kullanan ve uyarı yapıldıktan sonra izinsiz kullandığı haber ve görseli yayından kaldıran haber kuruluşlarına dava açılmamalıdır, açılan telif davalarında uzlaşma yoluna gidilmelidir şeklinde önerilerimizi de iletmış olalım, dikkate alınacağını düşünüyoruz. Yani oradaki az önce tartışmada, büyük siteler ile küçüklerin, o, işte, ayakta kalmaya çalışan haber sitelerinin aynı değerlendirilmemesi talebi var, bu da kayıtlara geçmiş oldu, ilerleyen süreçlerde de herhâlde yasalarda tartışılır.

Şimdi, bunun dışında da yürüttüğümüz, işte, yasama faaliyetleri ilgili olarak, az önce dezenformasyon yasasından da bahsedildi. Göreve geldiğimizden bu yana yapılan yasaların en doğru şekilde, gerçekten ülkenin menfaatine olması için çaba içerisinde oluyoruz ancak hep söylediğimiz gibi yaptığımız uyarıların dikkate alınmaması, yeteri kadar tartışılmaması daha sonra yasanın uygulamasında birçok sıkıntılara sebep olmakta. İşte, göreve geldiğimizden beri -sadece az önce birkaç tanesini çıkardım- mesela bir baro yasası çıkardık 2018'den bu yana; şu anda 2 tane baro kuruldu; Ankara'daki baronun birinde 2 bin kişi sınırı var, 2.030 kişi zor bulunmuş ve aldığımız bilgiye göre birçoğu Ankara'da bulunmayan meslektaşlar, avukat da olduğum için biliyorum. Yani burada bile baronun varlığıyla ilgili soru işareti var, ciddi bir kaos da oldu o zamanki sıkıntılı bu yasadan dolayı.

Spor yasasıyla ilgili günlerce tartıştık, etik; bölgeye gidiyoruz -sizler de yaşıyorsunuzdur- spor kulüpleri hâlâ büyük sıkıntı içerisinde, hemen hemen hiçbir çözüm olmadı.

Mesela “imar barışı” diye bir yasa çıkardık yani inanılmaz bir kaos hâlinde; kime uygulanacak, imar barışı belgeleri iptal ediliyor, fotoğraflar çekiliyor Google'dan, davalar açılıyor, tamamen bir keşmekeş. Yani her yaptığımız o uyarılara dikkat... Sadece benim dönemimle ilgili örnekler verdim maalesef. Yani 2018'de göreve geldik, bütün bu yasaların daha sıkıntılarını bu görev dönemimiz bitmeden hepsinde yaşıyoruz.

İşte, skuter düzenlemesiyle ilgili vekilimizin de, bir grup Komisyon üyemizin de olduğu bir düzenleme yapıldı, geçen gün Antalya'da ölen çocukları görmüşsünüzdür, araba çarptı. Yani gerçekten izleyemedim görüntüleri, çok kötü görüntüler. E, ne yaptık? Yaptığımız düzenlemeler, işte, tedbirler amacına ulaşmamış gibi gözüküyor.

Şimdi, aynı şey bu sansür yasası, işte, dezenformasyon yasası daha üç günlük yani yeni bir yasa, her gün ciddi sıkıntılarla karşılaşılıyor, bir sürü bilgiler geliyor. Sayın Başkanımız da az önce sordu “Nasıl, kim karar verecek? En çok tartışılma...” denildi ama bu net gözüküyor zaten. Yani daha yasa çıkmadan, işte, İletişim Daire Başkanlığı altında kurulan bir kurum var, dergiler çıkarılıyor. Şimdi, daha ilk çıkan derginin, bakın, 1'inci sırasındaki haberi göstermek istiyorum “Altı yüz elli altı yıllık camiye PVC takıldı.” diye, işte, “Bu haber doğru değil.” demiş. Şimdi, bakın, o günden beri o kadar tartışıldı ki ilk haber olduğu için. Şimdi, çıkardık, bu 1 Ekimde çıkmış, bu 12 Ekim İHA'nın haber sitesinde çıkmış PVC'yle ilgili “Çanakkale'de restore edilen altı yüz elli altı yıllık tarihî camiye aslına uygun cam yerine PVC pencere takılması görenleri hayrete düşürdü.” diyor. Şimdi, buna bakarsak burada dezenformasyon var. Şimdi, ne olacak İHA? Nasıl yapacağız, nasıl çıkacağız işin içinden?

Şimdi, kurumu ilgilendiren kısmına geliyorum, Anadolu Ajansı...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Dezenformasyon değil canım o.

BURAK ERBAY (Muğla) – Bakın, şimdi, bakın...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Bir dakika Burak Vekilim, siz konuşuyorsunuz zaten bir araya gireyim. Bunun dezenformasyon olup olmadığına -kanunu hep beraber çıkardık arkadaşlar yani- mahkeme karar verecek. Yani bir dergide “Bu dezenformasyondur.” dediler diye o dezenformasyon olmuyor.

BURAK ERBAY (Muğla) – Tamam, inşallah, öyle olmasın. Şimdi, zaten onları da yazdım size, saydınız da “Yalan haber.” dediniz...

ÖZGÜR KARABAT (İstanbul) – Bu dergiye çıkartan sıradan birisi değil.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Ya, Özgür Vekilim, bir tamamlasın, satışta olmasın.

BURAK ERBAY (Muğla) – Tamam, uçağa da gideceğim zaten...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Zeynep Hanım’ın da uçağı var. Hemen, Burak Vekilim, rica ediyorum.

BURAK ERBAY (Muğla) – Hızlandırıp size hemen sözü vereceğim.

Şimdi, zaten saydınız, işte, yalan haber olmaması, gerçek olmaması, kamu barışı vesaire. Şimdi, bakın, bu tartışmalar, işte, bu sayılan kriterler... Birileri de “Ya, camiye, işte, PVC yapılmış.” diye bir ayaklanma olabilir, bir sürü sıkıntı olabilir, tam da bu yasanın gerektirdiği bunu yayanlarla ilgili harekete geçilebilir. Bakın, biz sonuçta yirmi yıllık avukatız, hep onlarca örnekler verdik. Biri kraldan çok kralcı...

MUSTAFA CANBEY (Balıkesir) – Şimdi, kamu barışını bozuyor mu, nasıl harekete geçirilebilir? Bu kamu barışını mı bozuyor?

BURAK ERBAY (Muğla) – Onu söylüyorum işte, yani birileri harekete geçerse, hani “Uymuyor.” deniliyor ya...

MUSTAFA CANBEY (Balıkesir) – 4 maddenin aynı anda olması lazım.

BURAK ERBAY (Muğla) – Ben de onu söylüyorum işte, olasılıkları ben... Bakın, örnekler verdim az önce, bazen konuşmayı uzatıyorsun diye... İmar barışı, işte, kaos var ondan örnek verdim. Spor yasası, baro kaos, imar barışı, sakıncalarının dinlenmemesi hani...

AHMET BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova) – Dijital tek market yasasıyla ilgili Cumhuriyet Halk Partisi ne düşünüyor?

BURAK ERBAY (Muğla) – Yani şimdi, bakın...

AHMET BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova) – Bugün onu konuşacağız ya.

BURAK ERBAY (Muğla) – Anladım da... İşte, bakın, bu işte zaten...

AHMET BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova) – Çok güzel de hazırlığınız var, Onursal Bey’in çok güzel çalışmaları var. Merak ediyorum, soruyorum ya.

AYHAN ALTINTAŞ (Ankara) – CHP karşı değil herhâlde.

AHMET BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova) – Değil, hayır. Duymak istiyorum ya.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – İsterseniz mikrofonu açayım, konuşun ama Zeynep Hanım’ın da uçak...

ÖZGÜR KARABAT (İstanbul) – Ama öyle bir şey yok ki. Şu ana kadar oradan herkes elli şey söyleyip sustu, Burak Bey konuşunca herkes birden...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN –Yok ya, ben söz...

Burak Vekilim bir tamamlar mısınız? Arkadaşların da toplantısı var, bu hususlar önemli. Diyor ki Burak Vekilim “Ya, dezenformasyonla ilgili bir birim var, bu bir şey yayınlamış.” Biz de cevap veriyoruz, arkadaşlar, bu dezenformasyon değildir, bir dergide yayınlanan bir makedir. Dezenformasyonla ilgili kanun açıktır.

Vekilim buyurun.

BURAK ERBAY (Muğla) – Sonuçta, arkadaşlar, birbirimizi kandırmayalım, İletişim Daire Başkanlığı, işte, yetkili olan, birçok şeyle ilgili karar veren kişinin, kurumun haber sitesinde yayınlanan şey, muhakkak da birtakım uygulamadaki kişiler görev bilecektir, bu iş yürüyecektir. Ya, örnekler, dediğim gibi, yani dönem bitmeden çıkarılan yasalarla ilgili uyarılarımızın sonuçlarını anlattım, bu da böyle olacak, olmaya da başladı.

Müsaade ederseniz, dediğim gibi bitireyim. Şimdi, bu öyleydi, bu 1'inci örnek. Ondan sonra, gene en son çıkan bültende, Amasra'yla ilgili Sayıştay raporları önerilerinin dikkate alınmadığı iddiasıyla ilgili... Bakın, arkadaşlar, yani bu işler o kadar basit değil, hukukçu olan arkadaşlar da vardır, 41 insan ölmüş, ciddi bir sorun var. Yani bu bir sayfalık konuda bütün yargılama yapılmış, bilirkişi incelemesi yapılmış ve sonuç bağlanmış arkadaşlar. Yani bir sayfa ayrılmış ve sonucunda denilmiş ki Sayıştay raporlarının dikkate alınmaması... Dolayısıyla, iddiaların aksine söz konusu Sayıştay raporlarındaki öneriler dikkate alınmış, hatta mevzuatta gerekenden daha fazla tedbir... Yani Sayın Fahrettin Altun bitirmiş Bartın davasını arkadaşlar. Yani kızıyor olabilirsiniz ama bu böyle, bakın, bitirmiş. Yani çok yanlış.

AHMET BÜYÜKGÜMÜŞ (Yalova) – Bu konudaki fikrinizi de merak ediyoruz. Birbirimize soru sormayalım mı?

BURAK ERBAY (Muğla) – Anladım. Ya, soralım. Yani yöntem olarak olabilir, o da tartışma olabilir ama orada acılar var, daha cenazeler yeni defnedilmiş, bununla ilgili, belki, işte, Manisa davasında olduğu gibi iki yıl, üç yıl devam edecek davalar. Bu saatten sonra kim ne haberi yapabilir? Nasıl bir... Yani soruşturma aşamasında bilirkişi raporu alınması lazım, yargılanması lazım, 3 tane bilirkişi raporu alınabilir farklı kurumlardan, yürüyecek... Bakın, bir sayfayla bitirilmiş.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet...

BURAK ERBAY (Muğla) – Sonlandırıyorum yavaş yavaş Başkanım, bitiriyorum.

Şimdi, daha çok yeni, az önce Tuncay Özkan Vekilimiz de bir paylaşım yaptı, görmüşsünüzdür belki. AK PARTİ Tanıtım Medya Başkan Yardımcısı Ömer Arvas bir şey söylemiş Başkanım, demiş ki: “Sayın Kemal Kılıçdaroğlu bu sene başından bu yana ‘FETÖ’ diye kelime kullanmadı.” demiş. Orada da o videoda o yayınlanmış; 2 Mart 2022 tarihinde, 28 Haziran 2022’de Meclis konuşmasında, 1 Eylül 2022’de, 5 Eylülde “FETÖ” diye, kullandığıyla ilgili video dolaşıyor şu anda. Şimdi, bakın, o arkadaşımız da yetkili bir arkadaş, yaşanan şeyi somut söylemiş, “FETÖ” demiş 3-4 defa ama o tanıtımdaki arkadaşlar diyor ki: “İşte, dezenformasyon...”

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Bunun yasayla ilgisi yok ya, bu düşünce hürriyeti, insanların fikri...

BURAK ERBAY (Muğla) – Peki Başkanım.

Tamam, ben gene dönüyorum başta söylediğim yasalarla ilgili uyarılarım var.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet.

BURAK ERBAY (Muğla) – Sıkıntılar çıktı, çıkmaya devam edecek, dikkate alıp almamak... Ben, en azından kamuoyunu da bu konuda tutanaklara geçirerek bilgilendirmiş oldum. Az önce Anadolu Ajansını gösterebildim mi bilmiyorum -orada müdahale edilince yarım kaldı- İHA’dan sonra esas kurumla ilgili kısma gelecektim. Anadolu Ajansı da -bu PVC’yle ilgili orada müdahale edilince kaldı- teyit attı, Vakıflar Genel Müdürlüğü yetkilileriyle görüşüp yapılan açıklamada “2022’de yapılan ikinci ihale kapsamında tarihi camideki PVC pencerelerin tamamının söküldüğünü belirtti.” demiş yani oradaki çelişkiyi tekrar vurgulamak... Yani Anadolu Ajansında... Şimdi, bu noktada bu çelişkileri siz nasıl gidereceksiniz, nasıl bir tedbir alacaksınız? Bunları sorarak şimdilik bitirmek istiyorum.

Teşekkür ediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, Burak Vekilime teşekkür ediyorum.

Zeynep Hanım’a söz vereceğim.

Değerli arkadaşlar, biz Türkiye Büyük Millet Meclisinde milletvekili olarak çalışıyoruz. Şimdi, Amasra'daki kazada hayatını kaybeden madenci kardeşlerimize, emekçilere hep beraber Allah'tan rahmet diliyoruz. Türkiye Büyük Millet Meclisi hemen devreye girdi ve -dün gece Resmî Gazete'de- bir Amasra'yı araştırma komisyonu kuruldu. İktidar, muhalefet tüm milletvekillerimiz gidecek, orayı araştırarak. Sayın Cumhurbaşkanımız da bakanlarımız da yetkililer de dile getirdi; nerede bir ihmal varsa, nerede bir aksaklık varsa, nerede bir problem varsa sonuna kadar gidilecek çünkü insan değerlidir. Biz hep ne diyoruz: "İnsanı yaşat ki devlet yaşasın." Her bir can bizim için çok çok kıymetlidir. O acılı ailelerimizin acısını bir kez daha paylaşıyoruz, mekânları cennet olsun, Allah rahmet eylesin.

Zeynep Hanım, buyurun.

ZEYNEP YILDIZ (Ankara) – Çok teşekkür ediyorum Sayın Başkanım.

Değerli üyeler, çok değerli Anadolu Ajansı Genel Müdürümüz ve Anadolu Ajansı heyeti; ben de hepimizi saygılarımla selamlıyorum, hoş geldiniz.

Açıkçası, ben, gerçekten, burada bilhassa "telif" başlığı adı altında bir araya gelmekten ayrıca bir memnuniyet duyduğumu ifade etmek isterim. Biz bugüne kadar pek çok kurum ve kuruluşu dinledik ve bu noktada da aslında ciddi farklı boyutlarla hukuksal tartışmalara şahit olduk çünkü dijitalleşmenin beraberinde getirdiği çok farklı hukuksal ihtiyaçlar var. Ve bence, burada -ki Anadolu Ajansının şahıs ortakları da olduğunu söylendiniz ama- büyük ölçüde kamu kuruluşu hüviyetinde ve bu noktada bir şirket olsa da netice itibarıyla Türkiye'mizin çok önemli kamu şirketleri görünümünde yer alıyor Anadolu Ajansı. Açıkçası, bu başlık altında da kurumda çalışan emekçisinin, kurumun yaptığı yatırımların hukuksal karşılığını arayan bir kurumla karşılaşıyor olmak ve bu yönetimle karşılaşıyor olmak beni gerçekten çok mutlu etti. Telif hakları bu noktada çok önemli bir başlık ve gerçekten artık bambaşka bir mecraya doğru ilerliyor.

Dijital içeriklerin telif hakkı mahiyetinde karşılığı nedir, buna ilişkin olarak telif sahiplerinin, oradaki emekçilerin, kurumların nasıl bir karşılıkla mukabele edeceği; dünyada bunlar ciddi anlamda tartışma başlıkları arasında, biz de bunu takip ediyoruz ve gerçekten bu tartışmanın daha fazla gecikmeden ülkemize geliyor olması çok önemli. Yani dünyada bunlar ne zaman tartışılmaya başlanıyorsa eş zamanlı olarak Türkiye'de de tartışılıyor olması bence çok önemli ve burada Anadolu Ajansının katılımıyla bu tartışmayı aslında Gazi Meclisimize taşıyor olmak da bence çok önemli ve değerli çünkü gerçekten burada ne kadar büyük bir emek harcadığını görüyorum. Az evvel Twitter'a bakarken savaş muhabirliği formuna denk geldim mesela. Dolayısıyla, her birinin aslında ne kadar büyük bir emekle bugüne geldiğini bizler de çeşitli vesilelerle takip ediyoruz, görüyoruz. Bu noktada, açıkçası bir yasal ihtiyaç olduğunun bizler de farkındayız. Dolayısıyla, bu yasal ihtiyacı mukabele edecek adımları nasıl atacağımıza dair daha derinlikli tartışmalar bundan sonra süreçte olacaktır diye düşünüyorum. Dünyadaki uygulamalardan örnek verdiniz, ben soru sormayacağım ama gerçekten bunu ne kadar...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Öneriniz ne Zeynep Hanım, kimi davet edelim bu telif konusunu konuşmak üzere?

ZEYNEP YILDIZ (Ankara) – Telif konusunu konuşmak üzere bence pek çok boyutuyla birlikte...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Bütün milletvekillerimizden ricamızdır bunu en azından...

ÖZGÜR KARABAT (İstanbul) – Diğer ajanslarla da çalışalım bence.

ZEYNEP YILDIZ (Ankara) – Bence, hem diğer ajanslarla hem de uluslararası boyutuyla bunu tartışıyor olmamız çok önemli. Biz, burada, daha önceki süreçte Google'ı da dinledik. Tabii ki Google kendi perspektifinde neler yaptığını anlattı ama açıkçası AFP'yle yapılan anlaşma vesaire bunlar çok

yoğun bir şekilde gündem teşkil etmedi o toplantıda; keşke etseydi dedim kendi adıma çünkü gerçekten artık tekel hüviyetine, bir tekel görünümüne sahip olan şirketlerin, bu noktada aslında onları düzene sokan, belirli regülasyonlar konusunda öncülük eder bir pozisyonu edinmesini belirli noktalarda bekliyoruz. Bunu yapmadıkları takdirde elbette ki bizler kendi hukuk sistemimizi işleterek gerekli düzenlemeleri yapmak mecburiyetindeyiz. Hem vatandaşımızdan bu tip taleplerle karşılıyoruz hem de gerçekten burada bulunmamızın bir gereği olarak bunların her birini hayata geçirmek konusunda biz de bir irade koyuyoruz ki Başkanımın da ifade ettiği gibi dezenformasyonla mücadele yasası da vatandaştan yoğun bir şekilde talep aldığımız ve bunun gereğini yerine getirdiğimiz hususlardı. Buna ilişkin olarak, ben açıkçası uluslararası boyutun çok belirgin bir şekilde anlatılmasının önemli olduğunu düşünüyorum. Google'ın AFP'yle yaptığı anlaşma önemli, bunun çeşitli örnekleri, dijital tek market yasası vesaire bunların her birinin ışığında bizlerin de bu noktada bir düzenleme yapma ihtiyacı gerçekten çok daha belirgin hâlde. Dolayısıyla, bu tartışmayı da aslında Anadolu Ajansının burada bulunuşuyla bizler de gündemimize almış olduk.

Sunumunuz çok değerliydi, bu tartışmayı gündeme getiriyor olmanız da çok önemliydi yani Anadolu Ajansının yaptıklarının sunumunun ötesinde hukuksal ihtiyaçlara odaklanan bir sunum olmasını çok değerli bulduğumu bir kere daha ifade etmek isterim.

Çok teşekkür ediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, Zeynep Vekilime çok teşekkür ediyorum.

Şimdi, Özgür Vekilim, İbrahim Ethem Bey ve Ravza Hanım'ın son söz talebi var. Bence soruları toplu alalım Serdar Bey.

Ravza Hanım Başkanımıza kadın olması dolayısıyla ilk sözü ona veriyorum, arkadaşlar zaten çok centilmendir.

Buyurun Başkanım.

RAVZA KAVAKCI KAN (İstanbul) – Çok teşekkür ederim.

Kıymetli Başkanım, kıymetli Komisyon üyelerimiz; nezaketiniz için ayrıca teşekkür ederim, biraz emrivaki oldu belki diğer üyelerimize ama.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Estağfurullah.

RAVZA KAVAKCI KAN (İstanbul) – Kıymetli Anadolu Ajansı Genel Müdürümüz ve kıymetli ekibine de hoş geldiniz diyoruz.

Biraz evvel, tabii, farklı mevzular ara ara karıştı, yalan haber meselesi ile dezenformasyon karıştı. Şunu söylemek istiyorum, bunu da “Marifet iltifata tabidir.” dedi Sayın Başkanımız, o çerçevede ifade etmek istiyorum, gerçekten bir haberin gerçek olup olmadığını anlamak için Anadolu Ajansını takip etmek bizim için çok kıymetli, bu güvenilirlik çok kıymetli. Yalan habere çok defaca maruz kalmış bir insan olarak bunun ne kadar önemli olduğunu daha net bir şekilde idrak ediyorum. Örneği vereceğim ama mesele unutulmuşken tekrar verirsem tekrar yalan haber olurum -üçüncü fasıl- endişesiyle vermiyorum.

Bu açıdan, gerçek haberi, doğru haberi, doğru bilgiyi hem Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarımıza ulaştırmak hem de global manada böyle bir hizmet vermek -siz bunun farkındasınızdır ama- ve özellikle günümüzde bilgi üretiminin farklı şekilde kullanıldığı zamanda dezenformasyonun çok önemli olduğunu düşünüyorum, bunu ifade etmek istedim.

Biraz evvel “Dünya GAFA’dan büyüktür.” dedi Sayın Başkanımız. Bu manada, dijital demokrasi ve demokratik unsurlar arasında basın, medyanın ve bilgi üreticilerinin gücünün ve yerinin de çok önemli olduğunu ifade etmek istiyorum. Hiçbirimiz belki Twitter’ın sahibine oy vermedik -dünya manasında- ya da Facebook’un sahibine oy vermedik ama bu farklı kuruluşlar, sosyal medya platformları, zaman zaman da işte, Google yetkilileri, arama motorları vesilesiyle bizim hangi bilgiye ne şekilde ulaşabileceğimize bizim adımıza karar verir durumda oluyorlar. O açıdan, bugünkü toplantının çok önemli olduğunu ve katkınızın da çok önemli olduğunu düşünüyorum.

Bir husus vardı, onu da ifade etmek istiyorum. Belki çok basit bir şey ama şimdi o da benim merak ettiğim bir husus. Sizinle, daha önce görsel telif hususunda akademik çalışmalar için Anadolu Ajansı ile irtibata geçmiştik, bununla alakalı belli bir prosedür var; içeriklerle alakalı, farklı içerik, video, görsel ya da haber içeriği, özel haber içeriğiyle alakalı prosedür nasıl? Kurumlar, üyeliğin haricinde özel bir şey kullanmak için sizinle nasıl bir prosedür takip ediyorlar? Bunu merak ediyordum.

Tekrar teşekkür ederim.

Kurumunuz Türkiye’imiz için gerçekten medarıftihar.

Teşekkürler, sağ olun, ellerinize sağlık.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Teşekkür ediyorum Ravza Başkanımıza.

Şimdi Özgür Vekilime sözü veriyorum.

ÖZGÜR KARABAT (İstanbul) – Sayın Başkan, Değerli Genel Müdür, kıymetli çalışanlar, kıymetli milletvekili arkadaşlarım; hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Öncelikle şuradan başlayalım: Dünya, sermaye başta olmak üzere çok hızlı bir küreselleşme süreci yaşıyor, daha sonra bu küreselleşme bir dijitalleşmeyle destekleniyor, bu noktada bilgi çok hızlı üretiliyor ve tüketiliyor, aynı konu haber için de geçerli, haber de çok hızlı üretiliyor ve tüketiliyor. Bir saat önce aslında çok kıymetli bulduğumuz bir haberin, bir saat sonra sıradan bir haber hâline geldiğine hepimiz tanıklık ediyoruz.

Bu noktada, milletvekili arkadaşlarımız arada sorduğu için söyleyeyim; dijitalleşmenin gereği olarak ülke ekonomimize, ülke demokrasimize katkı sunabilecek her türlü olgunun, düzenlemenin yanında olacağımızı peşinen belirtmek isterim.

Bunun yanı sıra buradaki hassasiyetlerimizden de bahsetmek isterim. Örneğin, e-ticaret noktasında elbette ki destekleriz ama bunun büyük bir tekelleşmeye yol açması, bu düzenlemelerin tekelleşmelerin önünü açması ve içerideki üreticilerimizin zayıflamasına yol açması konusundaki hassasiyetimizi her zaman belirtiriz.

Sayın Genel Müdür de az önce belirtti, haber konusunda da böyle; bizim ürettiğimiz içeriklerin ulusal kıymeti ve ulusal değeri olduğu, dolayısıyla bu ülkenin bir değeri olduğunu düşünüyoruz, bunun uluslararası anlamdaki yarattığı ekonomik değerden kendi kurumlarımızın faydalanması lehine olacak düzenlemelerin yanında taraf alırsak. Ama diğer taraftan, haberin Türkiye ölçeğinde bir kamu olgusu olduğunu düşünerek daha özgürce yayılması, bu konudaki ekonomik zorlukların aşılması konusunda da başka destekleri rica ederiz, talep ederiz; tavrımızın çerçevesinin bu olduğunun bilinmesini isterim.

Sayın Genel Müdürün konuşmasına başlarken belirttiği iki önemli hassasiyeti çok önemseydiğimi söylemek istiyorum. Birincisi, yüz iki yıl önce Mustafa Kemal Atatürk’ün kurduğu bir kuruluştan bahsediyoruz ve Sayın Genel Müdür bu hassasiyetle bu konuşmaya başladı. Bu hassasiyette

olmayanların, aslında Cumhuriyet ile geçmişin bağlantısını, bugün ile yarının bağlantısını kurmak üzere, birçok kuruluşun Anadolu Ajansı gibi, Türk Tarih Kurumu gibi, Türk Dil Kurumu gibi kurumların o dönemde kurulduğunu bilmeyenlere de buradan bir işaret olduğunu özellikle söylemek isterim.

İkinci nokta şu: Söylediği sözün ağırlığı olan bir kuruluş olmayı önemsediklerini söyledi Sayın Genel Müdür, ben de bunu son derece önemsiyorum ama buna ilişkin kaygılarımızın ve şüphelerimizin olduğunu, yaşanmış çeşitli olguların olduğunu da belirtmek isterim. Hemen şunu söyleyeyim: Siz öneri bazında sordunuz, elbette ki Anadolu Ajansı telifler konusunda dinlemek çok kıymetli ama Türkiye’de özel ajansların da olduğunu biliyoruz. Bu konuda Meclisin de çok kıymetli hukukçuları var, hem Adalet Komisyonu hem Anayasa Komisyonunda, oradaki hukukçuların dinlenmesi gerektiğini biliyoruz.

Diğer taraftan, bu sunumda eksik kalan önemli bir şey var sözün ağırlığı noktasında: Dünyadaki bu pastanın boyutu nedir mesela telif konusunda? Bahsediyoruz işte büyük kuruluşlardan, onların pastası ve bizim pastamız. Anadolu Ajansının olduğu noktanın bununla iyi bir kıyaslanmaya ihtiyacı olduğunu ben düşünüyorum. Ve şu bir gerçek: Sayın Genel Müdür söyledi, Anadolu Ajansının bu konudaki gelirleri artarsa tüm basın emekçilerine de umarım, buradaki gelir artışları da yansır çünkü biliyorum ki basın emekçilerinin, Türkiye gündemini belirleyen bu basın emekçilerinin birçoğu hak ettiği ücretleri almıyorlar. Ona da ben çok yakından tanıklık ediyorum, o konudaki sosyal güvencelerinin artırılmasını da önemsiyorum.

Şimdi, değerli arkadaşlar, Sayın Genel Müdürümüz 7 Nisan 2021 tarihinde atandı bildiğim kadarıyla ve bir seçim tecrübesi yok ama Anadolu Ajansının sözünün ağırlığı genellikle seçimlerde zayıflıyor, genellikle oralarda dezenformasyona uğruyor, zayıflıyor. Bu konuda geçmişte yaşadığımız tecrübeleri belki bu toplantının gündemi değil ama gelecek uyarıları aslında söylememize müsaade ederseniz şunu özellikle söylemek istiyorum: Herkesin dikkatini çeken şeyler var, vatandaşlar bunu konuşuyor. Anadolu Ajansı seçim gecesi yayınları yapıyor ve ağırlıkla herkes orayı takip ediyor, TRT de orayı takip ediyor ve hemen hemen her seçimde iktidar partisi belli bir yüksek oy oranında başlıyor, sonra aşağı doğru iniyor. Bunun her seçimde tesadüf mü olduğunu açıkçası merak ediyoruz yoksa Anadolu Ajansının buradaki haber alma algoritmasının ne olduğunu merak ediyoruz. Bu önemli bir algı.

MUSTAFA CANBEY (Balıkesir) – Ama hep öndeydi zaten yani.

ÖZGÜR KARABAT (İstanbul) – Arkadaşlar, nereden nereye geldiğini hepimiz biliyoruz, nereden, 70’lerden başlayıp aşağı...

Ve şunu merak ediyorum: İlk veriler her zaman en yüksek olan yerlerden mi geliyor? Mesela, bu ilk verilerin kentlerden gelmesi gerekirse kentlerde iktidar partisinin o 70’leri yakalayamadığını hepimiz biliyoruz. Bunu niye söylüyorum? Anadolu Ajansı uluslararası anlamda ve ulusal anlamda çok kıymet verdiğimiz bir kurumsa ki öyle, önemli olması gerektiğini, tarafsız olması gerektiğini düşünüyoruz hepimiz. Bu verilerin nasıl geldiğini, belli zamanlarda nasıl bu verilerin kesintiye uğradığını merak ediyoruz ve bu verileri sizin nereden aldığınızı da merak ediyoruz çünkü Yüksek Seçim Kurulu, okumayayım, “Bizim müşterimiz değildir.” diyor size. Siz bu verileri Yüksek Seçim Kurulundan almıyorsanız hangi bir örgütlenme şemasıyla, hangi organizasyon şemasıyla, hangi bedeller ödeyerek ya da hangi gönüllü ilişkilerle sağlıyorsunuz? Bunu merak ediyoruz ve bu soruların cevabı aslında kamu vicdanyla ilgili bir şey. Üstelik Sayın Genel Müdür, geçmişle ilgili sizi suçlayamayız çünkü bir seçim tecrübeniz yok ama geçmiş yaşananları size hatırlatmamızda fayda var diye düşünüyoruz. Bu anlamda, kaç personel, veriyi nereden alıyorsunuz, Yüksek Seçim Kuruluyla ilişkiniz nasıl, müşterisi değilseniz bu seçimde müşterisi olmayı planlıyor musunuz? Bunların hepsini gerçekten önemsiyoruz.

Anadolu Ajansının -bakın, çok kritik seçime gidiyoruz- bu tavrı önemlidir. Şunu da merak ediyorum ben mesela: Reuters, AFP gibi rakip olarak gördüğünüz kuruluşların bu konudaki tavırlarını gözden geçiriyor musunuz, incelediniz mi? Mesela, bu kuruma bununla ilgili bir sunum yapmayı planlıyor musunuz? Kamuoyunun, kamu vicdanı açısından bunun önemli olduğunu düşünüyorum ve size özellikle bunları hatırlatma gereği hissettim.

Ben şunu söylemek isterim: Bizim için kıymetli bir kurumsunuz. Kıymetli olmaya yaraşır bir şekilde herkesin davranması gerektiğini düşünüyorum. Buna yaraşmayan, bu tavrı göstermeyen zamanlar oldu ve buna sebep olan personeller de oldu muhakkak. Bu personellerle ilgili bir işlem yapıp yapmadığınızı merak ediyorum mesela. O günkü yetkililer bu yaşadığımız olayların olduğu zamanki, verilerin kesildiği zamanki yetkililer... Kasıt olabilir, ihmal olabilir, kabiliyetsizlik olabilir veri akışıyla ilgili. Bununla ilgili aldığınız tedbirler oldu mu, bu personellerle ilgili? Merak ediyorum.

Sayın Başkanım, size de sabrınız için çok teşekkür ediyorum.

Şunu söyleyeyim en son size: Gerçekten -az önce söylediniz- yalan haber niteliğindedir, fikir özgürlüğü vardır, biz bunları hepimiz önemsiyoruz ama şöyle bir ortamı hep beraber yaşıyoruz. Bakın, iktidar partisi söylediğinde “fikir özgürlüğü” dediniz. Fahrettin Altun söylemiş “Bu, yalan haber de olsa fikir özgürlüğüdür.” Peki, muhalefetten arkadaşlar söylediğinde, bu, bir milletvekili olabilir, milletvekili olmayan bir muhalefet partisi genel başkanı olabilir, üyesi olabilir ya da bir sivil toplum kuruluşu olabilir, tavrın aynı tavrı olmadığına hepimiz hep beraber tanıklık ediyoruz. Bizim de zaten şüphemiz, kaygımız buradadır. Bunu sizlerle paylaşmak isterim, bunu da iletmek isterim.

Teşekkür ederim, çok sağ olun.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, biz teşekkür ederiz.

Şimdi, sözü İbrahim Ethem Vekilime veriyorum.

Şöyle bir toparlayarak İbrahim Ethem Bey, buyurun.

İBRAHİM ETHEM SEDEF (Yozgat) – Başkanım, kısa...

Tabii, ben öncelikle milletvekillerimize ve Genel Müdürümüze ve heyetine hoş geldiniz diyorum. Güzel bir sunum yaptınız. Aslında Anadolu Ajansı biz sadece işte bir haber kaynağı olarak değerlendirirken uluslararası mecrada da koymuş olduğunuz vizyon için de ben sizlere ayrıca teşekkür ediyorum ülkemiz adına, milletimiz adına.

Buraya notlar aldım ama biraz tekrar gibi oluyor.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Fayda var Vekilim tekrarda.

İBRAHİM ETHEM SEDEF (Yozgat) – 102 yıl önce Mustafa Kemal Atatürk’ün kurduğu bir kurumu da önemsemenizden dolayı ayrıca mutluluk duyuyorum ve önemsiyorum.

Aslında çok uzatmadan, hemen sorulara geçeceğim çünkü müşterek oldu sorular. Yerel gazete ve internet haber sitelerine yani haberciliğin daha yayılması, yaptığınız, emek verdiğiniz ve içeriğini hazırladığınız haberlerin daha büyük kitlelere ulaşması için özellikle yerel gazetelere çünkü çok kâr marjı olmayan ve ayakta durmakta da zorlanan ama haberlerin de yayılımında destek olan gazetelerimize ve internet haber sitelerimize ayrıca bir destekleme düşünüyor musunuz onların ayakta kalması için? Aynı zamanda, sizin de ve yine gazeteciliğin ve milletin bilgi alması açısından genç nesillerin desteklenmesi için neler yapıyorsunuz yani okuyan öğrencilerimize meslekte burs gibi veya daha kırsal bölgelerdeki çocuklarımızı gazeteciliğe özendirerek, yönlendirecek birtakım seminerler gibi çalışmalarınız var mı diyorum.

Teşekkür ediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, çok teşekkür ederiz.

Şimdi sözü Serdar Bey’e veriyorum.

Serdar Bey böyle bir toparlayarak, böyle bir özetleyerek çünkü Genel Kurul da açılacak, milletvekillerim çok yoğun, seçmenler, muhtarlar, bekliyor, ondan sonra saat de 13.00.

ANADOLU AJANSI GENEL MÜDÜRÜ SERDAR KARAGÖZ – Sayın Başkanım, çok teşekkür ediyorum.

Sayın vekillerimize katkılarından dolayı ayrıca teşekkür ediyorum.

Anadolu Ajansı 102 yıl önce çok ciddi bir vizyonla kuruldu. Gerçekten de o günün şartlarında bu vizyonu ortaya koymak Türkiye Cumhuriyeti’nin temellerinin ne kadar ciddiyetle, özveriyle, stratejik olarak atıldığını gösteriyor. Biz de buna layık olmaya çalışıyoruz.

Öncelikle -Zeynep Hanım burada yok ama bir şey ifade etti- biz bir kamu şirketi değiliz, Türk Ticaret Kanunu’na tabi, bu kanun çerçevesinde faaliyet gösteren bir şirketz. Evet, şirketimizin hissedarları arasında kamu da var fakat gerçek kişiler de var. Faaliyetlerimizi bu çerçevede ilerletiyoruz yani “kamu şirketi” kavramı onu bir düzeltmek istedim.

Ravza Hanım’ın bir sorusu oldu. “Biz abone olmadan... Bu içeriklerin sadece bir tanesini istiyorum, işte bizim bir akademik çalışmamız var, onun için istiyoruz ya da bir dergi çıkartıyorum, onun için istiyoruz.” Abone olmanıza gerek yok, onun için “Anadolu Images” diye bir platformumuz var, tekil olarak orada görselleri, videoları satın alabiliyorsunuz. Onu da bu şekilde değerlendiriyoruz.

Şimdi, Sayın Özgür Bey’in buradan elde edilen... Öncelikle teşekkür ediyorum katkıları için. “Dünyada bunun payı nedir, bu pay çerçevesinde Türkiye’nin payı nedir?” Sunumumuza bunu da ekleyelim, zenginleştirelim ve ayrıca sizlere e-mail yoluyla iletelim. Burada biz tabii ki elde ettiğimiz gelirleri mümkün olduğunca basın emekçisi arkadaşlarımızla, foto muhabirlerimizle paylaşıyoruz. Anadolu Ajansımızın maaş politikasında da önce çalışan basın emekçileri önde geliyor, bir sendikasyon da var zaten onların haklarını savunan. Biz de sendikayla beraber basın emekçilerimizin haklarını sonuna kadar gözetken bir yönetim sergilemeye çalışıyoruz. Eğer Google’dan bu şekilde ekstra gelirimiz olursa biz de tabii ki onu hem personelimizin yaşam standartlarını yükseltmeye hem de ekipmanlarımızı daha da modernize etmeye bu kaynakları kullanacağız.

Seçimlerle alakalı olarak... Bizden önceki yönetim büyük oranda değişti, Genel Müdür Yardımcılarımız, Genel Yayın Yönetmenimiz. Peki, kamuoyunu bu konuda bilgilendirmek istiyor muyuz? Evet, seçime yakın Anadolu Ajansı yönetimi olarak bu seçimi nasıl takip edeceğimizi medya kuruluşlarımıza, abonelerimize karşı... Biz tekrar edelim, her şeyden önce abonelerimize karşı sorumluyuz, onlara doğru bilgiyi vermek, doğru veriyi vermek... Ve biz abonelerimizi ziyaret ederek yani Türkiye’de faaliyet gösteren televizyon ve gazeteleri ziyaret ederek bu seçimleri nasıl izleyeceğimizi, kendilerine nasıl veri akışı sağlayacağımızı... Ve bu bizim paralı yapmış olduğumuz bir hizmet yani seçim ekranı bizim ayrıca ücret aldığımız özel bir hizmet. Yani A kuruluşu “Ben sizden bu hizmeti satın almak istemiyorum.” dediğinde ona o hizmeti vermiyoruz. B kuruluşu “Ben bu hizmeti satın almak istiyorum.” dediğinde kendisine bizden neyi satın alacağını söylüyoruz yani diyoruz ki: Biz şu yazılımla, şu dakika aralığında güncelleyerek size bu hizmeti vereceğiz. Bu hizmetimizle alakalı olarak şu an özel yazılım ekibimiz ve bu süreci takip edecek olan, bu verileri derleyecek toplayacak olan ekiplerimiz şu an toplantılarını yapıyorlar. Şu an zannediyorum, üçüncü ya da dördüncü toplantılarını yapacaklar. Kusursuz, şeksiz şüphesiz, bütün kamuoyunu ikna edecek şekilde bu veri akışını sağlayacağız. Zaten Anadolu Ajansı’nın verileri hiçbir zaman yanlış çıkmamıştır, doğru çıkmıştır. Peki,

bunu nasıl vereceğiz, hangi infografikte vereceğiz, hangi yazılımla vereceğiz, ne zaman vereceğiz? Bu konuda abonelerimizi bilgilendireceğimiz bir abone ziyaretleri turumuz olacak. Kamuoyunu da ben bu noktada ikna edeceğimizi düşünüyorum çünkü her şey şeffaf bir şekilde ilerliyor.

Ben bugün burada çok önemli bir konuyu tartıştığımızı, sadece Anadolu Ajansına değil, basında emek harcayan, özveriyle içerik üreten her arkadaşımızın ciddi anlamda gelir elde edebileceği bir konuyu tartıştığımızı ve medyada nitelikli ürünler çıkması için bu gelirlere medyamızın ihtiyaç duyduğunu düşünüyorum. Eğer biz burada bunu başarabilirsek gerçekten de tarihe çok iyi bir not düşmüş oluruz. Anadolu Ajansı olarak -yine, burada bahsi geçti- teyit hattımız, bizim bir haber için “Doğru mu, yanlış mı?” şeklinde bir tartışma olduğunda ona ilişkin en doğru bilgiyi bulabileceğiniz bir hat. Burada hata olur mu? Bu, zaten hata olmaması için kurulmuştu, Anadolu Ajansının teyit hattı Anadolu Ajansı haberlerini de gözden geçiren alanında uzman editörlerden oluşuyor. Her konu, Anadolu Ajansının teyit hattına giren her konu büyük bir titizlik ve bir strateji çerçevesinde ele alınıyor. Ben Anadolu Ajansı teyit hattını yine bu çerçevede gündeme geldiği için ifade etmek istedim.

Tabii, bugün biz “Anadolu Ajansı neler yapıyor?”u anlatmadık. Anadolu Ajansının yaptığı pek çok şey var, onları bir başka toplantıda umarım, ele alma imkânımız olur. Sadece bu dijital telif hakları konusunda Anadolu Ajansı tıpkı Fransa’da AFP’nin başı çektiği gibi Türkiye’de de bu işin öncüsü olma misyonu içerisinde olacak.

Ben vakit ayırdığınız, katkı sağladığınız ve böyle bir yasanın çıkması için çalışma iradesi ortaya koyduğunuz için sizlere çok teşekkür ediyorum. Davetiniz için de ayrıca müteşekkirim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, çok teşekkür ederiz Değerli Genel Müdürümüze.

Çok değerli milletvekillerim, inanıyorum ki bugün çok önemli bir konuyu Türkiye Büyük Millet Meclisi çatısı altında ele aldık. Ben katkılarınız için, yorumlarınız, değerlendirmeleriniz için teşekkür ediyorum. Bu konu gerçekten dijital çağın en önemli meselelerinden bir tanesidir ve biz burada ağ sağlayıcıları, ağ sağlayıcı dijital şirketleri gerçekten dünyada nasıl bir uygulama yapıyorlarsa Türkiye’de de benzer pratikleri yapmaya davet ediyoruz. Yani ismini söylemeyeceğim, bazı arama motorlarının Berlin’de nasıl bir hukuk içerisinde davranıyorsa, Fransa’da veya Londra’da veya Washington’da Türkiye’de de aynı dijital telif hukukuna riayetini ve bu konuda bir müzakereci demokrasi, müzakereci siyaset bağlamında masaya davet ediyoruz onları ve bu konu zor bir konu biliyoruz ama çözülmüş örnekleri var. Bu, Başkanın bahsettiği, Genel Müdürümüzün bahsettiği 5 ulus aşırı ağın bir taraftan Paris’te uyduğu kanuna, hukuka, Berlin’de uyduğu hukuka Ankara’da uymaması doğrudan bir çifte standarttır. Bunu kabul etmemiz mümkün değildir.

Çok değerli görüşler oldu burada, ben hepsine çok çok teşekkür ediyorum. Sizlere çok çok teşekkür ediyorum. Biliyorum, çok yoğun bir trafik var Türkiye Büyük Millet Meclisinde.

Önerilere açığız, muhtemelen Komisyonumuzla önümüzdeki günlerde bir toplantı olmadan, yemekli bir toplantı yapıp yeni döneme ilişkin görüş ve önerilerini alacağız.

Herkese teşekkür ediyorum.

Komisyonumuzun görüşülecek başka bir konusu olmadığından Komisyonumuzun bugünkü toplantısını kapatıyorum, teşekkür ediyorum.

Kapanma Saati: 13.02