

# TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ

## DİJİTAL MECRALAR KOMİSYONU

### TUTANAK DERGİSİ

#### 4'üncü Toplantı

22 Mayıs 2024 Çarşamba

(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.)

#### İÇİNDEKİLER

##### Sayfa

#### I.- GÖRÜŞÜLEN KONULAR

#### II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI

1.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Komisyon olarak dijital telif konusunda yasal altyapı hazırlamaya çalıştıklarına ve Komisyonun bugünkü gündemine ilişkin açıklaması

2.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Komisyonun 28 /5/2024 tarihinde yapacağı toplantıya Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu'nun geleceğine, haziran ayı içinde Google yetkililerinin Komisyonunda tekrar sunum yapacaklarına ve X platformunu Türkiye'ye tekrar davet ettiklerine ilişkin açıklaması

3.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Anadolu Ajansının dijital telifle ilgili çalışmasının üyelere dağıtıldığına ilişkin açıklaması

4.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, tüm katılımcılara teşekkür ettiğine ve Komisyonun gelecek haftaki gündemine ilişkin açıklaması

#### III.- SUNUMLAR

1.- Rekabet Kurumu I. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkan Yardımcısı Selçuk Yılmaz'ın, dijital platformların yapısı, bu pazarların işleyiş modelleri, dijital telif konusundaki bağlantı, çevrim içi reklamcılık alanı ve dijital telif yasası hakkında sunumu

2.- Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürü Erkin Yılmaz'ın, haberin dijitalleşmesi, basın yayıncıları ile dijital platformlar arasındaki ilişkiler, bu alandaki uluslararası gelişmeler, ülkemizdeki mevcut durum, telif hakları mevzuatı ve bu çerçevede geliştirilecek çalışmalar hakkında sunumu

#### **IV.- İHTİSAS KOMİSYONLARI**

##### **A) GÖRÜŐMELER**

1.- Rekabet Kurumu I. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkan Yardımcısı Selçuk Yılmaz ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürü Erkin Yılmaz tarafından yapılan sunumlara ilişkin görüşme



## DİJİTAL MECRALAR KOMİSYONU

4'üncü Toplantı

22 Mayıs 2024 Çarşamba

### I.- GÖRÜŞÜLEN KONULAR

TBMM Dijital Mecralar Komisyonu saat 10.47'de açıldı.

Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman, Komisyon olarak dijital telif konusunda yasal altyapı hazırlamaya çalıştıklarına ve Komisyonun bugünkü gündemine,

Komisyonun 28 /5/2024 tarihinde yapacağı toplantıya Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu'nun geleceğine, haziran ayı içinde Google yetkililerinin Komisyonunda tekrar sunum yapacaklarına ve X platformunu Türkiye'ye tekrar davet ettiklerine,

Anadolu Ajansının dijital telifle ilgili çalışmasının üyelere dağıtıldığına,

Tüm katılımcılara teşekkür ettiğine ve Komisyonun gelecek haftaki gündemine,

İlişkin açıklama yaptı.

Rekabet Kurumu I. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkan Yardımcısı Selçuk Yılmaz tarafından, dijital platformların yapısı, bu pazarların işleyiş modelleri, dijital telif konusundaki bağlantı, çevrim içi reklamcılık alanı ve dijital telif yasası,

Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürü Erkin Yılmaz tarafından, haberin dijitalleşmesi, basın yayıncıları ile dijital platformlar arasındaki ilişkiler, bu alandaki uluslararası gelişmeler, ülkemizdeki mevcut durum, telif hakları mevzuatı ve bu çerçevede geliştirilecek çalışmalar,

Hakkında sunum yapıldı.

Rekabet Kurumu I. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkan Yardımcısı Selçuk Yılmaz ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürü Erkin Yılmaz tarafından yapılan sunumlara ilişkin görüşme yapıldı.

Komisyon gündeminde görüşülecek başka konu bulunmadığından, toplantıya saat 12.52'de son verildi.



22 Mayıs 2024 Çarşamba

## BİRİNCİ OTURUM

Açılma Saati: 10.47

BAŞKAN: Hüseyin YAYMAN (Hatay)

BAŞKAN VEKİLİ: Nazım ELMAS (Giresun)

SÖZCÜ: Zeynep YILDIZ (Ankara)

KÂTİP: Levent UYSAL (Mersin)

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Çok değerli milletvekillerim, toplantı yeter sayımız vardır, toplantımızı açıyorum.

Çok değerli Komisyonumuzun üyeleri, çok değerli gazeteci arkadaşlar, çok değerli misafirlerimiz, çok değerli Rekabet Kurumu Başkanlığının personeli, çok değerli Telif Hakları Genel Müdürümüz, çok değerli Türkiye Büyük Millet Meclisinin emekçileri, çok değerli misafirler; hepinizi saygıyla sevgiyle selamlıyorum.

## II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI

*1.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Komisyon olarak dijital telif konusunda yasal altyapı hazırlamaya çalıştıklarına ve Komisyonun bugünkü gündemine ilişkin açıklaması*

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Bugün Türkiye Büyük Millet Meclisi için küçük, Türkiye'deki fikir ve sanat eserleri ve tüm bileşenler için, basın emekçileri için büyük bir adım için buluşmaktayız; tarihî bir gündeyiz.

“Dijital telif” konusu çok tartışılan konulardan bir tanesi. Biz de Türkiye Büyük Millet Meclisi Dijital Mecralar Komisyonu olarak Komisyonumuz kurulduğundan beri sürekli bu konuyu gündemde tutmaya ve bu konuda bir yasal altyapı hazırlamaya çalışıyoruz. Aslında tüm söyleyeceklerimi bir cümleyle özetlemem gerekirse, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun tarihinin 1951 olduğunu düşündüğümüzde, bugünkü tarihin 2024 olduğunu düşündüğümüzde, aslında nasıl bir olguyla karşı karşıya olduğumuzu görmemiz gerekir.

Türkiye'de “kamu yönetimi reformu” bitmeyen senfoniye dönüşmüş bir konu şeklinde ifade edilir. Evet, Türkiye'de kamu yönetiminin süreçleriyle, personel yapısıyla ve genel anlamda yönetim biçimiyle sürekli, yeniden yapılandırılması gerekiyorsa kanunların da bu bağlamda yeniden ele alınması gerekiyor. İşte, İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra ve Türkiye'de çok partili döneme geçildiğinde çıkan Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'muz günümüzün ihtiyaçlarına, günümüzün şartlarına cevap veremez niteliktedir. Toplantımızın amacı, kanunun yeniden yapılandırılması ve özellikle medya sektöründen çok ciddi bir talep olarak karşımızda bulunan emek hırsızlığının önüne geçilmesidir çünkü günümüz dünyasında artık çeşitlenmenin arttığı, farklılığın arttığı, teknolojik değişimin had safhaya vardığı ve iletişim dünyasında devrimin olduğu bir dönemde bulunmaktayız. Dolayısıyla, bir taraftan iletişim teknolojisindeki gelişmeler, diğer taraftan toplumsal talep ve ihtiyaçların çeşitlenmesi, öbür taraftan teknoloji dünyasındaki farklılıklar ve nüfus artışı, genelde kamu yönetiminde, özelde de pek çok alanda bir yeniden yapılanmayı, bir reformu zorunlu kılmaktadır. Bugün de biz 28'inci Yasama Döneminin 6'ncı Toplantısında bu konuyu ele alacağız. Ben değerli vekillerime zaman ayırıp katıldıkları için çok teşekkür ediyorum.

Dijital telif meselesinde önce, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcımızın bir sunumu var, kendilerinden dinleyeceğiz, sonra Kültür ve Turizm Bakanlığında da beraber çalıştığımız Erkin Genel Müdürümüz bu konuyu ele alacak. On beşer dakika süre veriyoruz Komisyonumuzun üyelerinin talebi doğrultusunda ve değerli arkadaşlar, sonra milletvekillerimizin sorularını, cevaplarını alacağız.

Değerli arkadaşlar, dijital telif konusunun ana fikri şu: Haberin bir fikir ve sanat eseri sayılması noktasında bir talep var. Bu talebi Komisyonumuz değerlendirecek ve bu konuda bir müzakere yapacağız. Ben de doğrusu, haberin ve içeriğin bir telif sayılması gerektiğini düşünüyorum çünkü Avrupa örneklerine bakıldığında, Kıta Avrupası örneklerine bakıldığında, Anglosakson örneklerine bakıldığında, burada haberin bir telif konusu edildiğini görüyoruz. Neden bu konu önemli? Çünkü bir taraftan içerik üreten ve bu içeriği üretmek için -somutlaştırarak ve kişiselleştirerek söylemem gerekirse, bunu çok söyledim ama bir kez daha tutanaklara girmesi bağlamında ifade ediyorum- personel istihdam eden ve o konuyla ilgili bir kurumsal yapılanmaya giden yapıların eserlerinin ya da haberlerinin hiçbir telif ödemedi, hiçbir referans verilmeden alınması, kullanılması son tahlilde bu kurumların kan kaybetmesine ve bir ekonomik zarara uğramasına yol açmaktadır. Temel mesele reklam gelirleri meselesidir ve reklam gelirlerinin azalması, bu artık kurumsallaşmış yapıların zaman içerisinde güç kaybetmelerine ve o habere ulaşmak için harcadıkları emeğin ortadan kalkmasına yol açmaktadır.

Biliyorsunuz, çağdaş dünyada haber beş şekilde tanımlanıyor; ne, nerede, niçin, nasıl, ne zaman ve kim yani 5N1K. Dolayısıyla, burada tecrübeli, kurumsallaşmış yapıların kamusal haberciliği önceleyen ve toplum yararını gözeten habercilik anlayışı yerine, temel meselesi etkileşim almak ve temel meselesi nasıl olursa olsun bir farkındalık oluşturarak reklam geliri elde etmek, bir gelir elde etmek olan isimsiz “fake” ya da isimli yapılara karşı bizim muhakkak tedbir almamız lazım.

Biraz önce ifade ettiğim gibi, yani haberciliğin evrensel kuralını; ne, nerede, niçin, nasıl, ne zaman ve kim tarafından yani 5N1K kuralını işlettiğimizde bizim gerçekten... 5N1K kuralı önemli bir kural. Biz dolayısıyla, habercilikte bu evrensel normların işletilmesini ve Avrupa’da olan örneklerinin Türkiye’de de olmasını istiyoruz. Çok söyledim, kesinlikle dijital mecralarda çifte standarda karşıyız; bu, X için de geçerli, Instagram için de geçerli, TikTok için de geçerli, dijital telif konusunda da geçerli, trolleşme meselesinde de geçerli. Bizim bu konularda muhakkak tedbirler almamız lazım.

Uzattım biraz, lütfen kusura bakmayın, dert insanı söyletiyor. Zaten uzun uzun müzakere edeceğiz. Ben tekrar katılımlarınızdan dolayı hepinize teşekkür ediyorum.

Şimdi, bu gelen ekipleri size çok kısa tanıtmak istiyorum. Toplantımıza Erkin Yılmaz, Telif Hakları Genel Müdürümüz katılıyor ve Fatoş Hanım Genel Müdür Yardımcımız; Rekabet Kurumundan ise Başkan Yardımcımız Ferhat Topkaya, Selvi Hanım, Selçuk Bey ve Başak Tekçam arkadaşlarımız katılımcı olarak buradalar. Ayrıca, dinleyiciler arasında Anadolu Ajansı Turkuvaz Medya, Demirören Medya ve şu anda ismini saymadığım diğer kurumlardan temsilciler var.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Özür dileriz Başkanım, kusura bakmayın.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Estağfurullah.

Şimdi, ben tekrar konuşmamı sizin için tekrarlama...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Tekrarlayın, mutlulukla dinleriz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Aynen, aynen.

Evet, çok teşekkür ediyoruz.

Şimdi, sözü Selçuk Bey’e vereceğim.

Buyurun Selçuk Bey.

### III.- SUNUMLAR

*1.- Rekabet Kurumu I. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkan Yardımcısı Selçuk Yılmaz'ın, dijital platformların yapısı, bu pazarların işleyiş modelleri, dijital telif konusundaki bağlantı, çevrim içi reklamcılık alanı ve dijital telif yasası hakkında sunumu*

REKABET KURUMU I. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – Sayın Başkanım, sayın vekillerim; bugün Rekabet Kurumu adına dijital pazarlar ve çevrim içi reklamcılık alanındaki tecrübeyi yansıtmak için bir sunum yapacağım burada.

Aslında dijital telif konusu 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’u doğrudan ilgilendiren ya da Rekabet Kurumunun şu ana kadar soruşturmalarına konu ettiği bir husus değil fakat Rekabet Kurumu özellikle 2016 ve devam eden süreçte Google, Meta, Twitter ve benzeri dijital platformlara yönelik yürütmüş olduğu soruşturmalar ve rekabet hukuku kapsamındaki incelemeleriyle dijital platformlar ve çevrim içi reklamcılık alanında bir tecrübeye sahip. Rekabet Kurumu adına yapacağım sunumda da aslında dijital platformların yapısı, bu pazarların işleyiş modelleri ve dijital telif konusundaki bağlantıyı, ilişkiyi size aktarmaya çalışacağım.

Burada Rekabet Kurumunun, bildiğiniz üzere, kanundan kaynaklanan yetkileri daha çok rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve hâkim durumun kötüye kullanılması davranışları kapsamında. Biz baktığımız zaman, dijital platformların özellikle monopole, tekele yakın bir pazar gücüne sahip olduğunu görüyoruz ve bu hâkim durumun kötüye kullanılması kapsamında rekabet hukukunun radarına hem ulusalda hem de uluslararası alanda birden fazla defa konu edilmiş durumda. Rekabet Kurumunun incelemeleri de hep bu kapsamda oldu. Özellikle ekranda sırasıyla bazı soruşturmalara yer verdim. Soruşturmaların detayına, kararların detayına girmemekle birlikte, bu kararlarda dijital platformların ve haber yayıncılığının ne şekilde ele alındığı bizim öznemiz. Bu kapsamda da bakıldığı zaman Rekabet Kurumunun Google Shopping ve Google Yerel Arama kararları olduğunu görüyoruz. Bunun bağlantısını açıklamak gerekirse Google Haberler de aynen Google Shopping ve Google Yerel Arama gibi bir dikey hizmet ve bu dikey hizmet bağlantısının rekabet hukuku kapsamındaki incelemesi benzer şekilde yapılacaktır. Rekabet Kurumu bu soruşturmalar kapsamında özellikle “genel arama motoru sonuç sayfası” dediğimiz kullanıcının herhangi bir sorgu girdiği durumda bu sorgunun niteliğine göre özelleşmiş sonuç kümelerinin gösterildiği alanlara odaklanmış vaziyette. Google Shopping ve Google Yerel Arama bu eksende yapılmış soruşturmalardı ve ihlal tespit edildi her ikisinde de. Google Shopping ve Google Yerel Arama’nın şöyle bir özelliği var: Aslında haber yayıncılığına ilişkin bizim yine bir sorgu girdiğimizde, haber birimlerini gördüğümüz o ekranda benzer bir yapı var. Google en baştan itibaren organik sonuçları sunmaya yönelik bir platformken baktığımız zaman, yıllar içerisinde dikey ve özelleşmiş hizmetleri kendi bünyesinde farklı şekilde sekmelerde ya da birimlerde sunmaya başlıyor. Bağlantının da bu anlamda mevcut olduğunu düşünüyoruz ancak bunlar ekonomik değeri ifade eden ve reklamcılık alanına temas eden hususlar olduğu için Rekabet Kurumunun incelemelerine konu edildi.

Yine benzer şekilde Google Arama özellikleri soruşturması verilmiş bir karar olmasa da hâlihazırda devam eden bir soruşturma ve bu soruşturmaya baktığımız zaman da yine Google Haberler’in bu kapsamda incelenmesinin mümkün olduğu ve Google Haberler ünitesinin de aslında “Google Görseller”, “Doğrudan cevaplar”, “Kullanıcılar bunu da sordu” gibi ücretsiz organik arama motoru sonuç sayfasında gösterilen diğer sonuçlardan bir farkının olmadığı görüşündeyiz.

Burada ikinci husus olarak, Rekabet Kurumunun çevrim içi reklamcılık sektöründe de bazı incelemeleri ve tecrübesi olduğunu ifade etmek istiyorum. Bunlardan ilki Google Adwords soruşturmasıydı. Devam eden süreçte de çevrim içi reklamcılık sektör incelemesi ve akabinde çevrim içi reklamcılık sektör incelemesinden doğan bir Google reklam teknolojisi soruşturması ortaya çıktı. Bu alanlarda çevrim içi reklamcılığın son yıllarda oldukça gelişen bir yapıda olduğu, çevrim içi metin reklamcılığı ile çevrim içi görüntülü reklamcılığın ayrıldığı, farklı pazar tanımlarına gittiği modelleri gözlemliyoruz. Haber yayıncılarının da gelir elde etme yöntemine bakıldığı zaman dijital mecralarda en önemli kanalın görüntülü reklamcılık olduğunu dikkate alırsak aslında Google'ın buradaki faaliyetleri ya da diğer teşebbüslerin, aracı konumundaki teşebbüslerin, birazdan anlatacağım teşebbüslerin faaliyetleri bu anlamda haber yayıncıları bakımından bir gelir sağlama kapısı olarak ifade ediliyor.

Yine Facebook, WhatsApp soruşturmasında da verilerin kullanımı Threads soruşturması da aynı şekilde- ve bu verilerin birleştirilerek hedefli reklamcılıkta kullanılması, bunların temel hizmetlerden ayrılmadan tüm temel hizmetlerin bir arada elde edildiği bir kümeden, her temel hizmet için ayrı, ayrışmadan, farklılaştırmadan hedefli reklamcılığa konu edilmesi Rekabet Kurumunun incelemesine takılan diğer bir husustu. Çevrim içi reklamcılık kapsamındaki tüm bu anlattıklarım aslında bir ekosistemi gösteriyor bize. Özellikle Google tarafında haber yayıncılarının bir reklam yayınından gelir elde etmesi, onların sunduğu reklam teknolojisi tedarik zincirindeki -ekranın sağ üst köşesinde gördüğünüz- ilişkinin adil olmayan, rekabete aykırı ya da şeffaf olmayan durumlarda haber yayıncılarının haklarının zedelenebileceği bir ortam yaratıyor. Bizim bu konudaki tecrübemiz de bu soruşturma kapsamındaydı. Reklam veren reklam sunucusundan yayıncı reklam sunucusuna kadar Google'ın tüm alanlarda faaliyet gösterdiğini görüyoruz ve bu hizmeti, haber yayıncıları, diğer dijital platformlarla birlikte Google'dan alıyor. Bu iddialar henüz inceleniyor ve Kurul nihai soruşturma kararını vermedi. Şu an hâlihazırda devam etmekte olan bir soruşturma.

Efendim, aslında konuya biraz daha yaklaştığımız zaman -dijital telif yasasına- Rekabet Kurumu dijital telif konusuna nerede temas etti, burada onu görüyoruz. Çevrim içi reklamcılık sektör incelemesi kapsamında sektörün geneline bakan bir inceleme yürütüldü ve bu sektör incelemesi kapsamında yürütülen çevrim içi görüntülü reklamcılık, çevrim içi metin reklamcılığı gibi hususları inceledikten sonra, biraz önce ifade ettiğim reklam teknolojisi tedarik zincirindeki tüm aşamalar ayrı ayrı değerlendirildi.

Bu sektör incelemesi kapsamında "rekabet sorunları alanında" başlığı altında olmamak üzere, bir zarar teorisi olmamak üzere... Çünkü en başta ifade ettiğim gibi, telif konusu doğrudan rekabet hukuku kapsamında incelenmesi söz konusu olmayacak bir konuydu. Bununla birlikte bu sektör incelemesi kapsamının bir bölümünde dijital telif konusunun ele alınarak Rekabet Kurumunun gündemine geldiğini ifade etmek istiyorum. Diğer bir inceleme de mobil ekosistemlerde. Birazdan dijital telif konusunda çevrim içi reklamcılık kapsamındaki o Rekabet Kurumunun tespitlerini aktaracağım. Hemen ondan önce de yine konuyla bağlantılı olduğu için şu an hâlihazırda yürütülen ve Avrupa Birliği Dijital Pazarlar Yasası'na uyum kapsamında rekabet hukuku ile dijital platformlar arasındaki dengeyi sağlamayı amaçlayan yasa tasarısından kısaca bahsetmek istiyorum.

Tüm bu anlattıklarımın aslında sadece reklamcılık ya da dijital platformlar bağlamında değil, e-ticaret, diğer alanlarda geçerli olmak üzere dijital ekosistemde işleyiş modellerinin değiştiğini görüyoruz. Artık ekonominin dinamiklerinin dijitalle kaydığı her durumda, veri temelli işleyiş, yüksek ağ dışsallıkları, sınırlı çoklu erişim, ölçek ve kapsam ekonomilerinin varlığı, çift taraflı işleyiş gibi yapı bu ekosistemlerin hem anlaşılmasını hem de bu ekosistemin ticari kullanıcı ya da son kullanıcı tarafındaki platformlar için, taraflar için şeffaflık sağlanmasını engelleyen konumda. Bunun için de aslında bir yasa

alışması hem ulusal anlamda hem de uluslararasında yürütüldü ve epey bir aşama katedildi burada. Dijital Pazarlar Yasası, hâlihazırda Avrupa Birliğinde yürürlükte ve dijital telif konusundan bağımsız olarak rekabet hukukuyla sorunlarını çözen bir yasa. Ancak lkemizde de rekabet hukukuyla dijital platformlar arasındaki o dinamik işleyişin, gelişen uyumun sağlanması için bu çalışma da yürütülerek devam etti. Burada on farklı temel platform hizmeti görüyoruz. Bunlardan dijital telif konusuyula ilgili olanlar, en sağda görmüş olduğunuz çevrim içi reklamcılık hizmetleri, çevrim içi aracılık hizmetleri, çevrim içi arama motorları ve sosyal ağ hizmetleri olarak sınıflandırılıyor. Artık burada bir literatür oluşuyor, burada bir terminoloji oluşuyor ve bu terminolojiyi de aslında biz aktarmak istedik, kanun çalışmasına değinerek.

Şimdi dijital telif yasasına kısaca değineceğim. Çevrim içi reklamcılık sektör incelemesi kapsamında Rekabet Kurumunun tespitleri ne oldu, sizlere onu aktarmak istiyorum. Burada dijital telif yasası geneli itibarıyla içerik üreten kişi ile kurum ve kuruluşların ürettikleri içeriğe ilişkin telif haklarını koruma altına almayı amaçlıyor. Diğer bir ifadeyle, aslında dijitalleşen medya dünyasında, yerelden dijitale oldukça fazla geçişin olduğu bu dünyada ve ekonominin de gerçek değerinin orada mevcut olduğu durumda içeriklerin hak sahiplerinin izni alınmaksızın telifsiz şekilde kullanılmasının önüne geçmek ve içerik sahiplerinin emeğini nemalandırmak amacıyla bu yönde bir yasa çalışmasına ihtiyaç duyulduğu tespit edilmiş durumda çevrim içi reklamcılık sektör incelemesi kapsamında. Burada haber içeriklerinin dijitale kayması ve dijital platformların habere erişimde uğrak mecralar olması, dijital platformlar ve haber yayıncıları arasında pazar gücü dengesizliği oluşturuyor. Sektör incelemesi kapsamındaki ilk tespit buydu. Pazarlık gücü olan bir grupla karşı karşıya değiliz. Aslında bu, dijital platformların monopole yakın tekel gücü nedeniyle tüm alanlarda da geçerli. Hem son kullanıcı tarafında hem de ticari kullanıcı tarafında pazarlığa açık, pazarlık gücünün olabildiğini söylemek mümkün değil. Bu durum, haber yayıncılarının çevrim içi içeriklerden gelir elde etmesini engelleyebilmekte, sınırlayabilmekte ya da sonuç olarak haber yayıncılarının varlığına tehdit oluşturabilmekte. Bunun doğal sonucu olarak inceleme kapsamında bu tespit edildi ve dijital platformlar, haber yayıncılarının içeriklerini kullanarak doğrudan veya dolaylı olarak gelir elde ederken gazetelerin içerikleri daha çok okunmakta ancak haber yayıncılarının reklam gelirleri düşmektedir. Burada hizmeti sunma anlamında farklı modeller olsa da haberlerin toplulaştırılarak sunulması, Google News-Schowcase gibi ya da Google Haberler gibi farklı modeller olsa da aslında haber içeriğinin temelde yayıncılara ait olduğunu görüyoruz ve bu tespitlerin temelinde de bu anlayış var.

Dijital Telif Yasası hakkında gelişmelere baktığımız zaman, uluslararası alanda 2019-2018 yıllarından itibaren önemli gelişmeler mevcut. Burada daha eski bir kanun, Amerika Birleşik Devletleri'nde 1998 yılında Dijital Binyıl Telif Hakkı Yasası var ancak bu, aslında daha çok dijital korsanlıkla mücadele etmeyi amaçlayan bir kanun. Daha sonraki yıllarda 2019/790 sayılı Dijital Tek Pazarda Telif Haklarına ve Bağlantılı Haklara İlişkin Direktifin Avrupa Birliğinde yürürlüğe girmesi itibarıyla üye ülkelerin de aslında dijital telif konusunda adım atması, mevzuat düzenlemesi yapması için Avrupa Birliği nezdinde bir adım atılmış oldu. Burada 2019 yılından itibaren 7 Haziran 2021 tarihine kadar Avrupa Birliği üye devletlerinin iç hukuklarını uyumlaştırması bekleniyordu ve büyük oranda uyumlaştırıldığını görüyoruz. Yürürlüğe girdiği an itibarıyla 1500'e yakın yayıncıyla anlaşma yapıldığı tespit edilmiş durumda çevrim içi reklamcılık sektör incelemesi kapsamında.

Diğer bir husus, burada Almanya'da yine iç hukukta aktarılan düzenlemeler kapsamında yayıncılara ücret ödenmesi yönünde bir mevzuat düzenlemesi yapıldığını görüyoruz. Fransız Fikrî Mülkiyet Kanunu'nda benzer şekilde basın yayınlarının dijital ortamda çoğaltılması ve iletilmesi kapsamında ödenmesi gereken ücretlerin düzenlendiği, burada ücretin belirlenmesi bakımından pazarlık gücü dengesizliğinin ortadan kaldırılabilmesi için bazı idari otoritelere yetkiler verildiği

görülyor. İlk uygulananlardan biri Avustralya ve Avustralya’da Avustralya İletişim ve Medya Otoritesinin bu konuda yetkilendirildiğı, telif ücreti ödemesi ve pazarlık usulünün bu Otorite üzerinden gerçekleştirildiğı tespitlerimiz arasında yani yasanın yürütölmesi görevi Avustralya İletişim ve Medya Otoritesine verilmiş ve yasaya tabi olmak isteyen haber kuruluşlarının uygunluğunu değerlendirmek, pazarlık taraflarına yardımcı ara bulucuları atamak, pazarlık yapan tarafların tahkim panelinin oluşumu konusunda anlaşılamaması durumunda hakemleri atamak üzere belirli görevler biçildiğini görüyoruz.

Diğer bir uygulama örneğı Kanada’da. 2023 yılında Kanada Radyo ve Televizyon Komisyonuna verilen bir görev söz konusu. Burada da ticari pazarlık usulüyle dijital telif hakkının neticelendirilmeye çalışıldığını tespit ettik. Anlaşılmazlık durumunda zorunlu tahkim yolu olduğunu görüyoruz. Belirli sürelerle bağlanmış durumda ve bu süreler sonunda eğer taraflar anlaşamazsa yine bu otoritelerin bir hakem, bir tahkim görevi üstlenerek neticelendirmesi söz konusu. Müzakere süreci, adil gelir paylaşımı, zorunlu tahkim çerçevesi ve toplu pazarlık bu yasada mevcut olan düzenlemeler arasında. Pazarlığın bireysel ya da toplu olması yine müzakere sürecine ilişkin otoritenin yetkilendirilmesi de hakeme ve tahkim sürecine ilişkin olarak belirlenmiş durumda.

Tespitlerimiz bu şekilde efendim. Her ne kadar rekabet hukuku bağlamında dijital telif konusunun doğrudan müdahale edilmesi imkânı olmasa da Rekabet Kurumunun dijital pazarlar alanındaki tecrübesi ve çevrim içi reklamcılık sektör incelemesi kapsamındaki tespitleri ışığında biz bunları aktarmak istedik ve devam eden süreçte de sorularınıza göre ya da yardım edebileceğimiz başka bir husus olursa sizlere aktarmak isteriz.

Teşekkür ediyorum, iyi çalışmalar dilerim.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Uygulamaların sonuçlarıyla ilgili bilgi verecektiniz ama vermediniz. Rekabet Kurumunda hangi aşamada?

REKABET KURUMU İ. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – Efendim, dijital telif yasası aslında Rekabet Kurumunun...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – “Soruşturma yürütüyoruz.” dediniz ya.

REKABET KURUMU İ. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – Google soruşturmalarının tamamı aslında dijital telif konusunun dışındaki konulardı ama benzer hizmetler olduğu için Google Shopping, Google Yerel Arama olmak üzere dikey hizmetler bağlamında soruşturmalar yürütüldü. Burada eğer Google’da bir sorgu girdiyseniz ve -bu bir özel sorgu olabilir, restoran sorgusu olabilir ya da alışveriş sorgusu olabilir- Google’ın bir birimini tetikliyorsan...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Haber aklınıza gelmedi yani restoran ya da başka bir şey... Velev ki haberi aradı...

REKABET KURUMU İ. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – Efendim, aslında ekonomik değere dönüştüğü alan, özellikle reklamda shopping ve yerel arama olduğu için bizim incelemelerimiz de dışlanan bir tarafı arıyor yani rakip konumunda bir teşebbüs mevcutsa rekabet hukuku devreye giriyor. Shopping’te alışveriş karşılaştırma hizmetleri rakip konumundaydı ancak haberde bir toplulaştırma hizmeti olduğu için, aslında haber yayıncılarının içeriğinin kullanılması söz konusu. Rekabet hukuku anlamında bir rakiplik ilişkisi tespit edilemediğinden, bu soruşturmalar sadece bu çerçevede yapılmış soruşturmalar. Haberler kapsamında da rekabet hukuku araçlarıyla müdahale etmek zaten hâlihazırda ücretsiz ve rakiplik ilişkisi mevcut olmadığı için mümkün değildir.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Sorumu netleştireyim. Rekabet Kurumu Google’la ilgili bir soruşturma açtı mı ya da birkaç soruşturma açtı mı? Bu soruşturmaların sonucu ne oldu?

REKABET KURUMU I. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – Rekabet Kurumu şu ana kadar Google’la ilgili dört tane soruşturma açtı ve bunlar nihai karara bağlandı. beşinci soruşturma şu an hâlihazırda devam ediyor ve karara bağlanması bekleniyor kısa sürede. İlk olarak Google Android soruşturması, 2016 yılında başlayıp 2018 yılında tamamlandı. İkinci soruşturma Google Shopping soruşturmasıydı, 2019 yılında başlayıp 2020 yılında tamamlandı. Google Yerel Arama ve Google AdWords soruşturmaları 2021 yılında tamamlanan diğer iki soruşturmaydı. Hâlihazırda da aslında Google Reklam Teknolojisi soruşturması ve Google Arama Özellikleri soruşturması devam ediyor. Google Arama Özellikleri soruşturması ve Google Reklam Teknolojisi soruşturması bağımsız soruşturmalar olsa da dikey hizmetler bağlamında ele alınan hususları ifade ediyordu. Özür diliyorum, reklam teknolojisi için farklı bir konuyu ele alıyor. Burada, nihai olarak karar verilen soruşturmaların tamamında Rekabet Kurulu tarafından ihlal tespit edildi efendim ve idari para cezası uygulandı. Devam eden süreçte Shopping, Yerel Arama ve Google AdWords tarafında da bazı yükümlülükler getirildi Google’a. Bu yükümlülüklerin de hâlihazırda Google AdWords dosyası için uygulamaya alındığını, Google Yerel Arama dosyası için hâlihazırda bir izleme sürecine tabi olduğunu, Google Shopping dosyası içinde yükümlülükler getirildikten sonra Google tarafından aksiyonlar alındığını ifade edebiliriz. İdari para cezalarının miktarları slaytta yazıyordu ama burada asıl önemli olan pazarı düzenlemeye yönelik getirilen yükümlülüklerdi ve burada yine müzakere süreci ile sayfa dizaynına, ürün tasarımına, reklam sayısının 4’ten 3’e düşürülmesine kadar bazı hususlarda yükümlülüklerini yerine getirdi Google. Yine, Avrupa Birliğinde Dijital Pazarlar Yasası yürürlüğe girdikten sonra Google’ın Yerel Arama kapsamında uygulamaya aldığı bazı yerel arama hizmetlerine yönelik sayfa tasarımları vardı; bunlar yer siteleri, zengin içerikli sonuçlar gibi aslında şu an arama yaparsak gözlemleyebileceğimiz o sonuçlar. O sonuçlar kapsamında da Rekabet Kurumu yerel arama soruşturmasının akabinde aynı tedbirlerin Türkiye’de de uygulanmasını ve izleme sürecinin alınmasını sağladı.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Başta kaçırış olabilirim, ne kadar para cezası kestiniz?

REKABET KURUMU I. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – 2018 yılında 196 milyon, 296 milyon olmak üzere soruşturmalarda farklı cezalar uygulandı. Her soruşturmayı...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – TL cinsinden konuşuyoruz değil mi?

REKABET KURUMU I. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – TL cinsinden. Hemen ben size soruşturma...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Siz bunu Google’ın Türkiye kazançları üzerinden kestiniz değil mi?

REKABET KURUMU I. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – Efendim, burada Google’ın Türkiye’de elde etmiş olduğu reklam ve diğer gelirlerinin tamamından.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Bu sizde ne kadar bekliyor?

REKABET KURUMU I. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – Bunlar soruşturma bağlamında talep edilip soruşturma neticesinde sadece ceza hesaplamak üzere kullanılan veriler...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Google’a soruyoruz, Google söylemiyor; sana soruyoruz, sen söylemiyorsun.

REKABET KURUMU İ. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKAN YARDIMCISI SELÇUK YILMAZ – Efendim, ticari sır niteliğinde olması sebebiyle aktaramıyoruz.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Kazandığı para niye ticari sır olsun? Şimdi bir ceza geliyor...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Vekilim, şimdi şöyle: Soru-cevap faslına geçmedik. Ayrıca sizin çok haklı sorularınız var, o sorular kayda girmediği için kimse de duyamıyor. Dolayısıyla, soru-cevapta bunlara Selçuk Bey cevap verecek zaten.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Çok teşekkür ederim, bilgilendirdiğiniz için de ayrıca samimiyetiniz için de sağ olun, var olun.

## II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI (Devam)

2.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Komisyonun 28 /5/2024 tarihinde yapacağı toplantıya Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu'nun geleceğine, haziran ayı içinde Google yetkililerinin Komisyonunda tekrar sunum yapacaklarına ve X platformunu Türkiye'ye tekrar davet ettiklerine ilişkin açıklaması

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Şimdi sözü Erkin Bey'e vermeden önce iki hatırlatmada bulunmak istiyorum: Birincisi, gelecek hafta 28 Mayıs Salı günü Ulaştırma ve Altyapı Bakanımız Abdulkadir Uraloğlu gelecek. Bu dijital mecralar meselesi başta olmak üzere, Türkiye'deki dijitalleşme konusunda Komisyonumuza bilgi verecek. Ben Bakanımızın buraya gelmesini çok değerli buluyorum. Bütün bu konuları enine boyuna, en azından yürütmenin bu konulara yaklaşımını hep beraberce öğreneceğiz; bunu ifade edeyim.

İkinci duyurum ve anonsum, bu toplantıya gelmeden önce Google'la görüştük, dedik ki: Türkiye'de bu dijital telif konusu çok gündemde, bir emek hırsızlığından bahsediliyor, bu konuda çok önemli bir talep var. Onlarla konuşmamız üzerine haziran ayının içerisinde Google yetkilileri de gelecekler, Komisyonumuzda tekrar bu konularla ilgili bir sunum yapacaklar, bilgilendirme yapacaklar.

Üçüncüsü de bu X Platformuyla ilgili, Türkiye'ye onları da tekrar davet ettik, çağırdık ve onların da Meclis kapanmadan önce Türkiye Büyük Millet Meclisinde Komisyonumuza gelip Türkiye'deki faaliyetleriyle ilgili bilgi vermelerini istiyoruz, bunu da belirtmek isterim.

Şimdi sözü Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürü Erkin Bey'e vereceğim.

Buyurun.

## III.- SUNUMLAR (Devam)

2.- Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürü Erkin Yılmaz'ın, haberin dijitalleşmesi, basın yayıncıları ile dijital platformlar arasındaki ilişkiler, bu alandaki uluslararası gelişmeler, ülkemizdeki mevcut durum, telif hakları mevzuatı ve bu çerçevede geliştirilecek çalışmalar hakkında sunumu

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ – Teşekkür ederim Sayın Başkanım.

Sayın Başkanım, çok kıymetli milletvekillerim, basınımızın değerli temsilcileri, hanımefendiler, beyefendiler; hepinize en derin sevgilerimi, saygılarımı sunuyorum.

Müsaadenizle, ben de haberin dijitalleşmesi, basın yayıncıları ile dijital platformlar arasındaki ilişkiler, bu alandaki uluslararası gelişmeler, ülkemizdeki mevcut durum, telif hakları mevzuatımız ve telif hakları mevzuatımız çerçevesinde gerçekleştirilecek çalışmalar konusunda bir sunum yapmak istiyorum.

Malum, 1950’lerde televizyonlar hayatımıza girmişti ve basın yayıncılığında önemli bir paradigma değişikliği söz konusu oldu. Benzer bir değişimi ise 2000’li yılların başında yaşadık, internet yayıncılığıyla beraber. Dijitalleşmenin sonucunda majör değişiklikler ortaya çıktı. Slaytta görebiliyorsunuz, sol tarafta, bireylerin, hane halklarının haber alma alışkanlıkları ile habere ulaşmadaki mecraları kullanmalarında potansiyel değişiklikler söz konusu oldu. Geldiğimiz noktada toplumun sadece yüzde 28’i klasik mecralar üzerinden habere ulaşırken yüzde 80’inin üzeri dijital platformları, dijital yayınları tercih ediyorlar. Basın yayıncılarının internet trafiğine baktığımız zaman, bireylerin neredeyse yüzde 80’i bu dijital platformları kullanarak habere ulaşıyorlar hatta büyük yayın kuruluşlarının yüzde 90 oranında Google’ı kullanarak haberlere ulaştığını görüyoruz. Reuters Enstitüsünün 2022 tarihli bir raporu var, o da şunu söylüyor: “Kullanıcıların sadece yüzde 25’i doğrudan basın yayıncılara ulaşırken geri kalan yüzde 75’i ise arama motorlarını ya da sosyal medyayı kullanarak haberlere ulaşıyor.”

Tabii, bu durumun, bu mecraların yarattığı bazı sonuçlar var -Sayın Başkanımız da dile getirdiler- en başta bu işin mali sonuçları ortaya çıktı. Yine, rakamlarla ifade etmek gerekirse Avrupa Birliği ülkelerinde 2010-2014 yılları arasında 13 milyar avrodan 3,9 milyar avroya düşen yüzde 70 nispetindeki bir gelir kaybı var; basın sektörünün gelir kaybindan bahsediyorum. Reklam gelirlerindeki düşüş ise çok daha dramatik, Avustralya örneğinde karşımıza çıkıyor; 2001’de Avustralya’da basın 2 milyar dolar gelir elde ederken 2016’ya gelindiğinde 200 milyon dolara düşüyor yani yüzde 90 gibi reklam gelirlerinde muazzam bir kayıp var. ABD’de de paralel bir durum söz konusu; 49 milyar dolarlık bir toplam gelir 18 milyar dolara düşmüş, yüzde 63’lük bir kayıp var.

Diğer taraftan, ülkemizde bunun yansımaları nasıl diye kendimize sorduğumuzda, ülkemizde hâlihazırdaki basın yayıncı sayısında da dramatik bir şekilde düşüşle, azalışla karşı karşıyayız. 2010’lu yıllarda 4.058 olan basın yayıncı sayısı 2022 yılına gelindiğinde 2.182’ye kadar gerilemiş durumda yani basın yayıncı sayısında yüzde 50’lik bir azalma var; bunlar TÜİK istatistikleri.

Tirajlara baktığımızda yine benzer senaryo karşımıza çıkıyor. Ülkemizde 2011 yılındaki gazete tirajı 2,1 milyar seviyesinde ama 2020’ye geldiğimizde 945 milyona kadar düşmüş; burada da yüzde 60’lık bir kayıp var. Dolayısıyla, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de basın yayıncıları potansiyel gelir kayıplarını ikame edecek enstrümanlar, yollar, hukuksal yöntemler arayışı içerisine girdiler haklı gerekçelerle.

Dünyada bu süreç nasıl işlemiş? Öncelikle bir lisanslama modeli pazarlık masasına oturmaya çalışılmış, dava süreçleri yürütülmüş; çok muvaffak olunamamış ve yasal düzenlemeler peşi sıra geliyor. Bu işte Avrupa Birliğinde ilk inisiyatif alan ülke Almanya. 2013 yılında telif yasasında film yapımcılarında, müzik yapımcılarında olduğu gibi basın yayıncılarına da münhasır bir hak veriyor yani yayınlar üzerinde izin verme ve yasaklama hakkını veriyor. Meslek kuruluşları üzerinden tarifeler açıklıyor bu yayınların kullanılması karşılığında ve dijital platformlarla da masaya oturuyor nihayetinde fakat dijital platformlar bekledikleri refleksi göstermiyorlar yani bir noktada haberleri kullanmayacakları konusunda ya da bedel talep eden kuruluşların internette görünürlüğünün azaltılması noktasında refleksler sergileyebiliyorlar. Bunun üzerine konu Almanya Rekabet Otoritesine intikal ediyor fakat günün şartlarında orada da sonuçsuz kalıyor.

İspanya, Almanya örneğinden kendi adına bir ders çıkarmaya çalışıyor, mevzuatında değişiklik yapıyor, diyor ki: “Münhasır yasaklama hakkı yerine dijital platformlar bu eserleri kullanabilsin, yasaklama hakkı bende olmasın ama ben bu kullanım karşısında bedel talep edebileyim.” Fakat bu sistem de İspanya’da çalışmıyor. Çalışmamasının sebebi, Google’ın masadan kalkması “Ben İspanya’daki haberleri yayınlamayacağım.” demesiyle sonuçlanıyor. Bunda potansiyel riskler var tabii, nihayetinde mevzuat düzenlemesi çerçevesinde.

Bunun akabinde Avrupa Birliği bu konuyu çok daha derinlemesine tartışma gerekliliğinden yola çıkarak -az evvel üstadım da değerli üyelerle paylaştılar- Dijital Tek Pazarda Telif Hakları Direktifi’ni 2019 yılında yürürlüğe koyuyor. Tüm AB ülkeleri açısından direktifler bağlayıcı nitelikte, AB ülkelerinin de neredeyse tamamı kendi ulusal mevzuatlarına bu direktifin lafzını “wording”ini aktarmış durumdalar. Buradaki düzenleme gerekçeleri hepimizin üzerinde antant kalacağı gerekçeler esasında. Basın içeriklerinin dijital platformlar tarafından sistematik şekilde kullanılması, büyük potansiyel gelir elde edilmesi, basın yayıncılarının değer zinciri kurma ve oluşan ekonomiden pay alma talepleri, basın sektöründe etkin işleyecek telif hakları sisteminin kurulması bu gerekçelerle.

Fakat tabii ki bu çok tartışılıyor; Avrupa Birliğinde de karşıt görüşler var, habere atfedilen kutsiyet, haber alma özgürlüğü, bilimsel gelişme gibi gerekçelerle özellikle akademisyenler bu direktife, basın yayıncılarının telif haklarıyla korunmasına muhalefet şerhi koyuyorlar. İzin alma lisanslama sisteminin uygulamada işlemeyeceği, işletilemeyeceği konusunda görüşler var hatta dijital platformların ücret ödemesi çerçevesinde ödeyecekleri ücretleri kullanıcıya yansıtma risklerinden kaynaklı muhalefet şerhleri var ama bütün bunların sonunda, günün sonunda 2019 yılında Tek Pazarda Telif Hakları Direktifi Avrupa Birliği nezdinde yürürlüğe giriyor.

Bundan sonraki gelişmeler önemli, direktife üye ülkeler, iç hukuklarına farklı yöntemlerle aktarmayı tercih ediyorlar. Almanya, Fransa, İspanya; meslek birlikleri üzerinden lisanslama sistemini benimsiyor. Belki konuyu anlaşılması için biraz açmak gerekiyor, meslek birliklerinin karşılığı nedir? Telif haklarını toplamak üzere kurulmuş, telif hakkına konu hak sahiplerini temsil eden yapılar. Nereden hatırlayacaksınız ülkemizde? İsimleri sıklıkla kamuoyuna yansıdığı için söylüyorum; MESAM, MSG, MÜ-YAP, MÜYORBİR gibi kuruluşlar bunlar. Nihayetinde bu kuruluşlar, üyelerinden lisanslama konusunda yetki alırlar, telifle konu ürünlerin kullanıldığı mecralar, umuma açık mahaller, oteller, restoranlar, buralarla pazarlık yaparlar; açıkladıkları tarifeler üzerinden kontratları imzalarlar, paraları toplayıp üyelerine dağıtırlar. Dediğim gibi, bu model Almanya, Fransa ve İspanya’da hâlihazırda yürütülen, belki bizim ülke açısından da örnek olabilecek bir model çünkü bizim telif sistemimiz de AB müktesebatıyla büyük ölçüde uyumlu olan bir mevzuat, aynı ekosistemi ve hukuk sistemini kullanıyoruz.

Bu gelişmelerden sonra Google News şirketi, Avrupa Birliği nezdindeki 16 ülkede yaklaşık 2.600 basın yayıncısıyla anlaşmaya varıldığını 2023’te duyuruyor. Rakamı bilmiyorum ama anlaşma konusunda Google News’in kamuoyuna duyurduğu bir açıklama söz konusu. Birçok Fransız basın yayıncısının da yine Google’la anlaşmaya vardığını biliyoruz fakat diğer taraftan, tabii ki her ne kadar anlaşma olsa da bütün sürecin işletilmesinde potansiyel sorunlar ortaya çıkıyor. Şubat 2024 tarihli bir habere rastladım ben, Fransa Rekabet Kurumunun Google hakkında 250 milyon avroluk bir ceza düzenlediği konusunda da haberler var. Dolayısıyla, bizim de Rekabet Kurumumuzla bu konuda çok yakın iş birliğiyle çalışıyor olmamız gerekcek çünkü temel konu tabii ki mevzuat düzenlemesi, tabii ki Meclisimizin, sizlerin takdiri; basın yayıncılarına belli konularda münhasır hakların verilmesi ama konu uygulama noktasına “enforcement” tarafına geldiği zaman bunun nasıl yönetileceği, yürütüleceği konusunda da önemli kararlar almak gerekeceği kanaatindeyim.

Diğer ülke uygulamalarına baktığımızda -ki bu ülkeler genellikle Anglosakson hukuk sistemini benimsemiş ülkeler- Kanada, Avustralya, ABD, Birleşik Krallık, oralarda telif hakkı düzenlemesinden ziyade, münhasır yasalarla bu iş kotarılmaya çalışılmış hatta ABD Telif Hakları Ofisinin 2022 yılında yayınladığı bir rapor var. O konu bizi de tabii doğrudan, belki ilgilendiriyor demek doğru olmaz ama en azından yaklaşımı anlamak önemli. AB direktifinde öngörüldüğü şekilde basın yayıncılarına telif hakkı tanınmasına ihtiyaç olmadığı, bunun rekabet hukuku temelinde bir sistem öngören Basın Rekabeti ve Korunması Yasa Taslağı çerçevesinde çözülmesi gerekliliği konusunda görüş beyan ediyor. Birleşik Krallık da konuyu rekabet hukuku temelinde ele almakta ve Rekabet Kurumu altında oluşturulan Dijital Piyasalar Birimi tarafından yürütülen çalışmalar sonucunda 2023 yılında Dijital Piyasalar Rekabet ve Tüketiciler Yasa Taslağı hazırlanmış durumda. Şimdi, gördüğümüz üzere farklı rejimler var. Avrupa Birliği bir telif hakları sistemi üzerinden basın yayıncılarına ürettikleri yayınlar üzerinde izin verme, yasaklama hakkı tanırken Anglosakson hukuk sistemi biraz daha müstakil yasalar ve rekabet hukuku çerçevesinde bu işi çözmeye yolunu tercih etmiş.

Ülkemizde telif haklarına, mevzuatına baktığımızda durum nedir, basın yayıncılarının hâlihazırda hakları var mı, basın ya da makaleler üzerindeki haklar ne, onlar konusunda birkaç hususu sizlerle paylaşmak isterim. Sayın Bakanımız dile getirdiler, 1951 tarihli bir yasamız var hâlihazırda, 1952 tarihinde de yürürlüğe giriyor. 5846 sayılı Yasa'mız günün şartlarında Ordinaryüs Profesör Ernst Hirsch tarafından hazırlanıyor. Alman Yahudisi kendisi, 1930'larda ülkemize gelmiş, kırk sene İstanbul ve Ankara Hukukta dersler veriyor. Bunu niçin söylüyorum? Günün şartlarında yani dünyada kaleme alınmış en iyi yasalardan bir tanesi Türk telif hakları mevzuatı. Şu anda da Alman Telif Hakları Yasası'yla neredeyse bire bir aynı, aradaki değişiklikleri bunun dışında tutar isek. Daha sonra telif hakları mevzuatımızda 1995, 2001, 2004 yıllarında köklü değişiklikler yaptık. Temel gerekçe, yine, teknolojik gelişmelerdi, uluslararası düzenlemeler, ülke ihtiyaçlarıydı.

Şu anda da teknolojik gelişmeler ve dijital tarafı göz önünde bulundurduğumuz için şunu rahatlıkla söyleyebiliyorum: Telif hakları yasasında eserlere internet üzerinden ulaşılması konusunda hak sahiplerinin münhasır hakkı bulunmakta yani kimse bir eser sahibinden izin almaksızın eserlere internet üzerinde ulaşamaz. Dolayısıyla telif hakları mevzuatı bu manada dijital hakları koruyan bir mevzuat. Diğer taraftan, yine veri tabanlarının korunması, bilgisayar programlarının eser olarak kabul edilmesi, teknolojik koruma yöntemleri, bunları etkisiz hâle getirecek yöntemlerin önüne geçilmesine ilişkin ceza maddeleri, dijital korsanla mücadele kapsamında "Notice and takedown" dediğimiz uyar, kaldır sistemi... Ki bugüne kadar on binlerce yasal olmayan internet sitesine savcılık kararıyla çok hızlı bir şekilde erişim engelleme kararı verildi. Dolayısıyla, bunlar hâlihazırda etkin işleyen sistemler ama tabii ki günün şartları, yeni teknolojiler, değişiklikler, Avrupa Birliği Direktifi telif hakları mevzuatımızda da bazı değişiklikleri yapmayı zorunlu kılıyor.

Şimdi "Fikir ve Sanat Eserleri Yasası haberlere ne şekilde bakıyor?" dersek günlük havadis ve haberlerin kullanımını açıkçası serbest bırakmış telif hakları yasamız. Fakat oluşan ulusal hukuk ve yargı kararlarında bu haber istisnası çok geniş kapsamlı olarak mütalaa ediliyor ki basın yayıncılarımızdan da gelen en büyük şikâyet bu. Bazı mahkeme kararlarını biliyoruz, haberin tamamının başka bir yayın kuruluşu tarafından kullanılmasını haber istisnası kapsamında değerlendiren yargı kararları var. Oysaki telif mevzuatı tam öyle demiyor esasında, haberin tamamını kullanabileceğini de söylemiyor fakat geldiğimiz noktada oluşan yargı kararları bu noktada olduğu için bu noktada da telif mevzuatında yeni bir düzenlemeye ihtiyaç var gibi gözüküyor.

Gazete ve dergilerdeki makalelerin durumuna baktığımızda ise kaynak göstermek kaydıyla basın özeti olarak kullanılması bütün makalelere serbest; başka bir kuruluş bunu yapabilir, kaynak göstermesi gerekiyor, basın özeti şeklinde fakat işte -biz buna “iktibas” diyoruz- burada da amacını aşan büyük iktibasların yapıldığını görüyoruz hâlihazırda basın yayıncılığında, sektörde. Burada da hukuk, yine, haber alma özgürlüğünden kaynaklı olarak büyük iktibaslara izin verir şekilde kanunu değerlendiriyor, mütalaa ediyor. Bu da geldiğimiz noktada büyük ekonomik kayıplara yol açtığından dolayı yine üzerinde tartışmamız gereken, belki de değişiklik öngörüyorsak buradaki istisnalar konusunda da belli değişiklikler yapmamızı gerektiren bir sonuçla bizi karşı karşıya bırakıyor.

“Basın yayıncılarının şu anda telif hakları mevzuatımız çerçevesinde ortaya koydukları sermaye, emek, işletme modelleri neticesinde ortaya çıkan haberler üzerinde bir hakkı var mı?” sorusuna ise cevabımız hayır yani telif hakkıyla korunan bir hakkı söz konusu değil hâlihazırda basın yayıncısının. Yine, takdir Meclisimizin; bu arzu edilirse film yapımcısında olduğu gibi, müzik yapımcısında olduğu gibi, bir eseri icra eden, söyleyen, çalan, oynayan aktör, aktriste olduğu gibi basın yayıncılarına da -biz hukuk dilinde “bağlantılı hak” diyoruz- “related right” bağlantılı hak verilebilir. Bu noktada basın yayıncısı, o üretilen eser ya da yayın üzerinde izin verme ve yasaklama münhasır hakkına sahip olabilir.

Bu noktada telif hakları mevzuatında neler yapılabilir ya da ne yapmamız gerekiyor? Bu konuda birkaç hususun altını çizmek istiyorum, sizlerle paylaşmak istiyorum. Tabii, dediğim gibi AB bu konuda uzun tartışmaların neticesinde 2019 yılında bir direktif hayata geçirdi ve ulusal mevzuatlara da bu aktarıldı. Orada başat rolde olan birkaç tane husus var. Temel konu -demin söylediğim gibi- basın yayıncılarına münhasır izin verme ve yasaklama hakkının tanınması yani “Kimse bir basın yayıncısına sormadan, onun oradaki yayını kullanamaz.” demek oluyor bu. Kimler bunlar? Anadolu Ajansı da bunun içerisinde, Hürriyet, Takvim de mizah dergileri de ELLE gibi magazin dergileri de. Dolayısıyla dijital ortamda siz bunu kullanacaksanız ve biz böyle bir yasa değişikliği yaparsak bunların tamamından basın yayıncılarına sorma gerekliliği ortaya çıkacak fakat tabii ki, habere erişim ve belli konularda istisnalar tanımak gerekiyor. Bunlardan bir tanesi kişilerin bireysel kullanımları. Sosyal medya üzerinden bir habere atıfta bulunarak yaptığınız paylaşımlar -“fair use” bu zaten, dolayısıyla adil kullanım- konusunda AB müktesebatı bir istisna getirmiş. Yine, başka bir yayın kuruluşuna çok kısa alıntılar yapılabileceği konusunda bir izin müessesesi işletilmiş, “hiper link” dediğimiz link verme suretiyle habere erişim sağlanması konusunda bir istisna söz konusu yani biz ulusal mevzuata aktardığımızda da kuvvetle muhtemel bu istisnaları da göz önünde bulundurmanız gerekecek.

Temel konulardan bir tanesi, basın yayıncısına bu hakkı verdiğimiz zaman bu hakkın kaç yıl süreyle korunacağı konusu. Şimdi, ulusal telif mevzuatları ve uluslararası sözleşmelerde telif koruması genellikle yetmiş yıl, bağlantılı haklar konusunda ise elli yıl süreyle sınırlandırılmıştır yani bir eseri yarattınız, yetmiş yıl geçtikten sonra “public domain” olur; artık herkes özgürce, istediği şekilde o eseri kullanabilir, onu işleyebilir, çalabilir, söyleyebilir. Fakat haberin niteliğinden ve habere ulaşma, basın özgürlüğünden kaynaklı olarak bu süreler çok uzunca tartışılıyor, direktif hazırlıkları kapsamında yirmi sene olması konusunda bir yaklaşım benimsenirken en son, nihai olarak iki yıl olarak belirleniyor yani iki yılın sonunda basın yayıncısı yayınladığı haberler üzerindeki -tabiri caizse- kontrolünü kaybedecek yani bugün olduğu gibi yine herkes özgürce iki yıl geçtikten sonra bu haberleri, yayınları, makaleleri kullanabilecek.

Kritik bir diğer konu; bunu da paylaşmak istiyorum çünkü biz bunu bir yasa hükmü çerçevesinde hayata geçirme refleksini gösterirsek karşımıza çıkacak, basın yayıncılarımız da kuvvetle muhtemel buna muhalefet şerhi koyacaklar fakat direktifin bağlayıcı hükümlerinden bir tanesi. Aynen şunu söylüyor: “Basın-yayıncıları elde ettikleri gelirin uygun bir kısmını içeriği oluşturan eser sahipleriyle

paylaşır.” Şu demek oluyor: Siz dijital platformla masaya oturdunuz, bir hasıla, gelir elde ettiniz, bunun tamamı sizin değil, belli bir kısmını haberi kim gerçekleştirdiyse, makaleyi kim yazdıysa onunla paylaşmanız gerekir. Dediğim gibi bu, kuvvetle muhtemel tartışma çıkaracak maddelerden bir tanesi olacak.

Bununla beraber bizim hâlihazırdaki -az evvel bahsettim- telif mevzuatımızdaki haberlerin iktibas, serbestçe kullanılması, bu istisnaların telif mevzuatı değişikliği çerçevesinde gözden geçirilmesinin faydalı olduğunu mütalaa ediyoruz.

Tabii, bir taraftan münhasır hak verdiniz basın yayıncısına, velev ki bu hak ihlal edildi, uyulmadı; bunun karşılığında ne olacak? Bu sefer de cezalar konusunda belli hükümlerin telif mevzuatına eklenmesi gerekecek. Bunları da ayrıntılı olarak tartışmak gerekiyor.

Şimdi, özetle şunu söyleyebilirim: Nihayetinde, evet, basın yayıncılarının potansiyel gelir kayıpları var, bunların telafi edilmesi noktasında dijital platformlarla masaya oturtulması gerekiyor. Ülkeler farklı rejimler benimsemişler, Avrupa Birliği genellikle basın yayıncılarına telif hakkı mevzuatı çerçevesinde münhasır hak vererek meslek kuruluşları üzerinden bir pazarlık masasının kurulması yöntemini belirlemiş ama o konuda muvaffak olamayan ülkeler var. Bu noktada rekabet hukuku, haksız rekabet devreye girmiş ya da -üstadın paylaştığı- zorunlu tahkim gibi müesseseler, ara bulucu kuruluşlar yaratmışlar. Anglosakson hukuk sistemi biraz telif mevzuatından ayrılmış, kendileri daha niş, daha münhasır kanunlarla bu işi kotarmaya çalışmışlar ve çoğu zaman da rekabet hukuku ve o kurallar çerçevesinde sonuç cümlesini bulmaya çalışmışlar.

Dolayısıyla, ben keyifle dinledim sizin sunumunuzu da. Bizim Rekabet Kurumuyla, Cumhurbaşkanlığımız Dijital Dönüşüm Ofisiyle de yakın bir çalışma gerçekleştirmemiz gerekliliği var gibi gözüküyor.

Ben çok teşekkür ediyorum, saygılar sunuyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Sayın Genel Müdürümüze teşekkür ederiz. Sinema Genel Müdürlüğünden sonra Telif Hakları Genel Müdürlüğünde de gerçekten böyle başarılı işlere imza atıyor. İnşallah, bu tarihî metnin üstünde de hep beraber bu ekibin imzası olur.

## II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI (Devam)

3.- *Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Anadolu Ajansının dijital telifle ilgili çalışmasının üyelere dağıtıldığına ilişkin açıklaması*

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Değerli vekillerim, şimdi, sözü sizlere vereceğim ama burada çok açık, net biçimde bu teknolojinin değişmesiyle beraber habere ve içeriğe ulaşmanın yöntemi değişti. Eskiden biz gazeteyi elimize alırdık -burada gazete genel yayın yönetmenliği yapmış büyüklerimiz var- ve böyle gazeteyi okurduk, göstereyim. Bu Anadolu Ajansının da dijital telifle ilgili çok güzel bir eseri var.

Anadolu Ajansı, getirdiniz mi arkadaşlar? Nerede Anadolu Ajansından arkadaşlar? Hemen bir rica edelim de bu toplantı bitmeden önce tüm milletvekillerimize getirin, rica ederim. Bu çok güzel bir...

MAHMUT ARIKAN (Kayseri) – Dağıtılmış galiba.

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – O dağıtıldı odalarımıza.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Tamam, dağıtıldıysa sorun yok. Olmayanlar için bir daha verilebilir, çok iyi bir çalışma. Biz gazeteyi elimize alıp okuyorduk ama şimdi gazeteye elimizle değil başka yani dijital üzerinden ulaşıyoruz. Yani içeriği üretenin, içerik üzerindeki kontrolü azalıyor. Bu,

dijitalleşmenin en önemli sonuçlarından bir tanesi. Tekrar ediyorum: Haberi, içeriği üretenin içeriği kontrolü azalıyor, içerik üzerindeki kontrolü azalıyor ve bu, beraberinde başka sorunları getiriyor. Meclisimiz, Komisyonumuz bu konuları ele alacak.

Evet, teşekkür ediyorum.

#### IV.- İHTİSAS KOMİSYONLARI

##### A) GÖRÜŞMELELER

*1.- Rekabet Kurumu I. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkan Yardımcısı Selçuk Yılmaz ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürü Erkin Yılmaz tarafından yapılan sunumlara ilişkin görüşme*

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Sorular... Evet, Sevilay Hanım’a...

Buyurun.

SEVİLAY ÇELENK (Diyarbakır) – Sayın Başkan, değerli konuklar; öncelikle gerçekten önemli konudaki bu toplantı için teşekkürler.

Başlamadan Sayın Başkana sormak isterim: İllaki soru olması mı gerekiyor? Tartışmaya açacak yorumlar da yapabiliriz değil mi?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Tabii ki.

SEVİLAY ÇELENK (Diyarbakır) – Uzatmadan, yapabildiğim kadarıyla.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Estağfurullah, ben vekillerimizin şeyine karışmam, onlara süre...

SEVİLAY ÇELENK (Diyarbakır) – “Soru” deyince bir an acaba kısa sorular faslından sonra mı böyle bir şey yapacağız diye sordum.

Gerçekten önemli bir konu ve birçok noktada da dünyanın gündeminde olan mevzuları tartışarak başladık. Sahiden de içerik üretiminin doğası değişti, böyle bir dönemde yaşıyoruz. Tüketicinin de doğası değişti, belki bu kısma da biraz vurgu yapmak gerekiyor. Artık tüketici sadece tüketici değil, aynı zamanda tüketirken üretiyor da hatta buna uygun kavramlar giriyor hayatımıza “prosumer” gibi “tüketici üretici” ve bu aslında kaçınılmaz yani birçok alanda bu kontrol, haber yayıncısının haberi üzerindeki kontrolü meselesi önemli elbette, birçok bakımdan önemli. Burada sanki mali boyutuyla biraz fazla tartıştık ama etik olarak ya da başka bakımlardan da felsefi bakımlardan da belirli önemi var. Üretilen içeriğin bir entelektüel emeğin karşılığı olduğunu biliyoruz, bir kültürel emeğin karşılığı olduğunu biliyoruz ve buna uygun da bir mülkiyet meselesini gündeme getiriyor. Dolayısıyla korunması elbette ki önemli. Bu korunmanın aynı zamanda içeriklerin böyle mecralarda çoğaltılarak içinin boşaltılmasını da engelleyen bir boyutu var. Bunun dışında, aslında, telif meselesi her zaman yaratıcılık ve keşifçilikle ilişkili olarak da düşünülmeli, biraz buna da teşvik eden bir boyutu var. Dolayısıyla telif mevzuu önemli bir mevzu fakat günümüzde özellikle dijital içerikler söz konusu olduğunda çok sıkı bir denetim bazen arzu edilmeyen sonuçlara da yol açabiliyor. Nitekim, Sayın Genel Müdür de değindi bu konulara. Örneğin, bir dijital uçurum meselesi var gelişkin ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasında. Sıkı denetimin gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkeler bakımından dezavantaj oluşturacağı da bu dijital içeriklerin katı denetimiyle ilişkili olarak gündeme gelen konular arasında. Kısacası, birçok çift yönlü düşünülmesi gereken konu var önümüzde. İşte, Avrupa direktifi doğrultusunda mevzuatımızın uyumlu hâle gelmesi ya da bugün habercilerin “Dijital telif yasası geliyor.” diye heyecanla ilan ettikleri konulara, hep bu çift yönlü şeyi de dengeleyen bir gözetimle adım atmamız gerekiyor bu alana. Yani bir dijital telif yasası hazırlanırken bu kamu yararı ve yaratıcının hakları konusundaki dengenin çok iyi

gözetilmesi gerekiyor. Aksi takdirde, zaten, aslında korsan kullanıcıların bu yasakları aşması çok kolay. Bu, sıradan kullanıcıyı bilgidен, bilginin üretimine katılmaktan ya da bu bilgidен yararlanmaktan alıkoyan bir boyut kazanabilir. Yoksa kimse elbette ki Google vesaire gibi dev arama motorlarının yararlandıkları bu içerikler üzerinden ödemeleri gerekeni ödemesine karşı olamaz. Ancak bu denge mevzusuna çok önem verilmesi gerekir.

Teşekkür ederim, şimdilik bunları söylemek istedim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, Sevilay Vekilimize teşekkür ediyoruz.

Başka soru yok.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Ben, söz istiyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Buyurun.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Başkanım diyor ki: “Gene ortalık karışacak, karıştırmadan halledelim.”

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Estağfurullah.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Siz benim dostumsunuz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Biz normalleşmeden... Normalleşme önemli.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Tabii, anormal bir durum yoktu zaten bizim açımızdan.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Ben de latife olsun diye söylüyorum. Demokrasilerde fikirlerimizi konuşuruz. Tabii, sizin tecrübeli bir gazeteci olarak, televizyoncu olarak yani bu içerik üretimi ve dijitalleşme konusunda ve gazetelerin tirajları meselesinde muhakkak söyleyecekleriniz vardır. Biz de çok merakla dinlemek istiyoruz sizi.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Sağ olun.

Bir küçük anımla başlayayım. İnsanlar yaşlandıkça hatıraları başkaları için deneyim olabiliyor.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Siz yaşlanmadınız.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Öyle, öyle; var olun.

Sayın Kamran İnan’la birlikte bir röportaj yaptık, 1987 yılıydı. Röportaj sırasında Kamran İnan Bey çok ilginç bir şey söyledi, çok büyük bir şey söyledi, dedi ki: “Suriye’nin S-100’leri varsa bizim de Fırat ve Dicle sularımız var.” Ben bunun üzerine teybe bastım. “Ne diyorsunuz?” dedim “Aynen böyle söylüyorum.” dedi. Haberi aldım ama haberin büyüklüğünden kendim de korktum. “Evet, böyle söylüyorum.” dedi. Getirdim, yazdım, Cumhuriyet gazetesinde çalışıyorum. Cumhuriyet gazetesinde sendika var, Cumhuriyet gazetesinde Cumhuriyet’in içeriğini ve yönetimini belirleyen bir kurul var, falan filan, varlar. Bir istihbarat şefimiz var, bunu çok sevmiş, gazetede manşet olacak, onu değiştiriyor “Suriye’nin tepesine demir yumruğumuzla ineriz.” diyor. Şimdi, bu bir yorum ama bu yorum Kamran Bey’in söylediği bir şey değil. Ben muhabirim, o istihbarat şefi, Ankara Haber Müdürü Vecdi Bey. Biz, birbirimize girdik yani böyle yumruklaşma düzeyinde. “Ben böyle geçiyorum, ne yapıyorsan yap.” dedi. Ben karşıdaki notere gittim, noterden bir ihtarname... Çünkü bizim iç düzenlememizi denetleyen kurulun ilkelerinden bir tanesi, eseri üreten kişinin eser hakkında durdurabilme, yayından çekebilme hakkını bize vermiş olmasıydı. Ben karşı notere gittim, bir ihtarname çektim. İlhan Selçuk’a gönderdim, Oktay Kurtböke’ydi -yanlış hatırlamıyorsam- o zaman Genel Yayın Yönetmenimiz, 1 tane de ona gönderdim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Efendim, biz o dönemi nereden hatırlayalım, Hitlerlerden sonra o(!)

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Hatırlayasınız diye söylemiyor zaten.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Ve yayını durdurdum, haberi durdurdum. Beni bir hafta süreyle işten el çektirdiler, haber müdürüne de el çektirdiler. İnceleme sonunda haber müdürü gitti, ben geldim, haber öyle çıktı.

Şimdi, sizin söylediğiniz her şeyi yapabilmek için önce fikri üreten emekçinin örgütlü olması gerekiyor, patronun örgütlü olması gerekiyor, tekellerin kırılmış olması gerekiyor; fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür bir ortamın olması gerekiyor. Şimdi, biz, bu yasal düzenlemeyi yapacağız ama yapay zekâyla ilgili herhangi bir yasal düzenlememiz yok. Şimdi, Rekabet Kurumuna soruyorum: Rekabet Kurumu, Google buraya geliyor, “bla bla bla” diyor, Başkan soruyor, biz soruyoruz: “Ya, ne kazanıyorsun arkadaş?” diyoruz. “Bla bla bla” “Esnafa şöyle yaptım, böyle yaptım.” diyor. Rekabet Kurumu ceza kesiyor “Kaçta kaç oranında ceza kesiyorsunuz?” diyorum, yanıt vermiyorsunuz. “Onun, ticari hakkı.” Peki, Türkiye’nin ticari haklarını kim... Burası şey mi, bu hakların zayi olduğu yer mi?

İki, sinema konusunda 2019’da bir düzenleme yaptınız, felaket. Yapımcıların eline düştünüz, korkunç sonuçlar doğdu. Bir sürü gelir getirici uygulama için sonunda gidip beş yıl sonra, altı yıl sonra yönetmelikte düzenleme yapmak zorunda kaldınız. SMS’le bilet alacak “Alamazsınız.” dedi yapımcı. Çok ağladılar, Türkiye tekel hâlinde yönetildiği için gittiler, ağlamaları gereken kişiye ağladılar, o da yasayı öyle çıkardı. Ne oldu sinema yasası, hiç. Ondan sonra pandemi geldi, sektör krize girdi, falan filan falan.

Şimdi, biz, burada aklı arıyorsak, tekelleri yok edeceksek, yeni tekeller yaratmayacaksak... “Bazı arkadaşların paraya ihtiyacı var, bizim gruplar paraya doysun, Google’dan da biraz para gelsin. Bir kurul oluşturalım, kurul da onlara yemlik olarak göndersin.” Karşıyım. “Yapımcılar üstün gelsin.” Karşıyım. Bir sürü uygulamanın dengesini sağlamak gerekir. Çalışanın örgütlü olduğu, patronun örgütlü olduğu, sendikanın geçerli olduğu -fikrî ve sınai, sadece bizim taraf değil, diğer taraflarda da- adaletin ve vicdanın geçerli olacağı bir düzenin nasıl yaratabiliriz? Bu, işte, MÜ-YAP, MÜSAP falan filan, oralarda da sorunlar var ama bunlar demokratik düzen içinde, demokrasi içinde çaresi bulunacak sorunlar. Eğer biz -orada da bize şey düşüyor- Avrupa Birliği’nin yapay zekâyla ilgili getirdiği kuralları yasalaştırmadan ya da bu yasa metinlerinin içine yedirmeden; eğer biz çalışanların örgütlü hakkını savunabilecek, bu sektörde üretenin, fikrî eser sahibinin hakkını koruyabilecek düzenlemeleri getirmeden bu düzenlemeleri yaparsak bir şey yapmış sayılmayız arkadaşlar yani 1987’nin de gerisine düşeriz. Onun için diyorum ki: Bir, bu düzenlemelerle ilgili olarak -önce görüşlerim, sonra soru- Türkiye modelini siz söylediniz Kültür Bakanlığı olarak yani MÜ-YAP’ı, MESAM’ı, diğerlerini örnek gösterdiniz; ne düşünüyorsunuz yani Türkiye modelini oluştururken ne yapacaksınız? Birinci sorum bu. Bakanlığa kapanıp yine bazı sektör temsilcileriyle bir şey hazırlayıp gelecek misiniz, yoksa bu komisyonlarda birlikte mi çalışacağız? Nasıl bir çalışma modeliyle devam edeceğiz? “Bazı baskı gruplarını dinleyip diğerlerini dinlemeyeceğim, onların sesi çok çıkıyor.” ya da “Bana yakın, ona uzak.” mı diyeceksiniz, herkesi dinleyecek misiniz? Bu telif hakları konusu sadece parayla ilgili bir şey değil. Telif hakları konusu özgürlük alanlarımızı daraltan, iş ilişkilerini değiştiren... Yarın medya patronu “Sana maaş vermiyorum, sana Google’dan gelecek olan paranın da dörtte 1’ini alacağım.” derse ne yapacağız? İş Kanunu’nda buna ilişkin bir düzenlememiz olacak mı? Yarın medya patronu “Ben hiçbirinizi çalıştırmıyorum arkadaş; hepiniz gidip dışarıda dolaşacaksınız, yaptığımız her şey üzerinden, Google’dan aldığınızdan bana para göndereceksiniz yoksa size bu kimliği vermem.” derse ne yapacaksınız? Yarın medya patronu “Muhasebeye git, aldığın kazancın yarısını bırak.” derse ne yapacaksınız? Biz özel haber dedikimiz...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Zaten şu anda böyle bir tartışma var biliyorsunuz.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Var, var, olan şeyleri söylüyoruz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Gazeteci kendi YouTube kanalından yayın yapıyor, çok iyi takip ediyorsunuz bu tartışmayı. Kurum diyor ki: “Sen YouTube yayını yapamazsın.” Gazeteci diyor ki: “Öyleyse ben bu gazetede ya da televizyonda çalışmayacağım.”

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Tabii, bu tartışma güncel, bir de eski tartışmadan örnek vereyim: Kitap yazıyorum, 1 milyonun üstünde sattı. Patron çağırdı, “Hem bende çalışıyorsun hem benim yayınevimde kitap bastırdın, çıkarttın hem de şimdi buradan, benden dünyanın parasını kazanıyorsun. Olur mu öyle şey kardeşim? Madem çalışıyorsun, yazdığın kitap benimdir. Eğer yapmak istemiyorsan ayrıl, bu parayı sana ödemeyeceğim.” dedi. 40 milyonun üzerinde satan kitapların sahibiyim, geçen gün çok merak ettim, ben bu kitaplardan ne kazandım diye baktım, 1 milyon lira değil arkadaşlar.

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – İyi para.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Çok iyi para.

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Türkiye ortalamasının üstünde.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Tabii, çok üstünde.

1 milyon lira değil. O nedenle, bir şeyi yaparken -bir tecrübe olarak söylüyorum yani- çok çok başarılı bir içerik üretebilirsiniz, arkanızda bir güç yoksa ya da sizi koruyan bir yasal düzenleme yoksa bunun sonuçları felaket oluyor.

Şimdi, sorularına geleyim. Diyorum ki: Bir: Bunun tartışma düzlemini nasıl oluşturacaksınız? İki: Dışarıdan elbette ki etki etmek isteyecekler. Patron etki etmek isteyecek, yapımcı etki etmek isteyecek, sendikalar etki etmek isteyecek, lobiler etki etmek isteyecek, Google’ın kendi başlı başına bir felaket; o etki etmek isteyecek, diğerleri etki etmek isteyecek. Bizimle nasıl bir ilişki içinde olacaksınız? Biz birlikte bunu Türkiye’nin çıkarına, hayrına bir yapıya nasıl dönüştüreceğiz? Üç: Arkadaşlar, afaki konuşuyoruz. Şimdi, biz burada hepimiz bu ülkenin sizin gibi çocuklarıyız, yarın biz gideriz, siz gelirsiniz. Yani millet bize yetki veriyor, biz oturuyoruz, yarın siz gelirsiniz. Şimdi, arkadaşlar, biz rakamları bilmeden burada yasayı nasıl çıkartalım? Google ne kazanıyor, diğerleri ne kazanıyor, Türkiye ne kaybediyor yani bilmiyoruz, rakamlara hâkim değiliz. Bize lütfen 2 yetkili olarak bu rakamlarla ilgili bilgi verin.

Sayın Başkanım, bu konuda siz çok çaba sarf ediyorsunuz, Maliye Bakanlığını da bu konuda çok uyardınız ama biz burada bir kör uçuşu yapıyoruz, körlerin fili tarifi. Sonuçta Google 8 milyar dolar kazanıyor -faraza söylüyorum yani uydurduğum bir rakam- biz bundan Google’ın kötü uygulamaları nedeniyle 200 milyon lira ceza kestik, ne kadar güzel. Kim kazandı? Ondan sonra burada çok büyük bir şey yapmışız gibi... Öyle değil, öyle olmamalı. Bize bu yasaların ticari sonuçlarını, rakamlarını getirin ki biz de... Sizin sunumunuzda güzel örnekler vardı, sizde de vardı ama biz bunları görmeliyiz ki bu büyüklükler üzerinden hem cezaları hem oranları, bunları belirleyebilmeliyiz. Hakkaniyet Türk vatandaşının adil bir şekilde burada temsiliyle gerçekleşir. Biz eğer bu adaleti kazançta ve cezada, sorumlulukta sağlamıyorsa işimizi eksik yapmış oluruz. Bize rakamlarla gelin lütfen.

Google’ın bir tekel olduğunu anlattınız Rekabet Kurumu olarak, 4 tanesi sonuçlanmış, 1 tane de yürümekte olan davanız var. Bu davalarda kestiğiniz cezalar Google’ın kazancının kaçta kaçını oluşturuyor? Google Türkiye’de ne kazanıyor, siz ona ne ceza kestiniz? Yani Google buradan size, devlete “Al şunu da sus.” mu dedi fıkra olduğu gibi, yoksa “Bu cezayı bana elli yıl daha kessinler, sorun yok.” diye yoluna devam mı ediyor, yoksa bir caydırıcılık yaratabiliyor musunuz?

İki: Rekabet Kurumu, Avrupa Birliği ve Amerika'daki uygulamalardan yani Anglosakson hukukundan ve Kıta Avrupası hukukundan yararlanarak bize bu denetim noktasında ne söylüyor? Yani MÜ-YAP gibi, MESAM gibi sivil otoritenin de katılacağı, üreten birliklerin de katılacağı bir yapı mı getireceksiniz, yoksa Amerika'daki gibi tekelin devam etmesini sağlayan, bu düzenlemeler sonucu onların daha çok kazanmasına yol açacak uygulamalarla mı karşımıza geleceksiniz, öğrenmek istiyorum.

Bir başka sorum: Hiçbir denetimi olmayan bir ülkedeyiz, hiçbir denetim yok. Yani korsanla mücadelede yetersiziz, orada yetersiziz, burada yetersiziz. Bir televizyon programından örnek vermek istiyorum: Versace'nin patronu bir hanımefendi Larry King'in programında röportaj yapıyorlar. Larry King bir tişört çıkarttı, hanımefendiye -ismini hatırlamıyorum şimdi, sahibiymiş Versace'nin- gösterdi, "Bu tişört size mi ait?" dedi. Hanımefendi eline aldı, baktı, "Evet, bu tişört bizim tişörtümüz." dedi. Larry King "Korsan bir ürün olabilir mi?" dedi. Hanımefendi tekrar aldı, baktı, baktı "Bunu nereden aldınız?" dedi, adam dedi ki: "İstanbul'dan aldık." Hanımefendi de "Ha, onlar yapıyorlar." dedi. Yani sahibine orijinali hissini verecek bir şey. Böyle bir toplumsal düzeni ya da bir sosyal hayatı biz telif yasalarıyla veya diğer yasalarla düzenlemeye çalışıyoruz. Ben rekabetle ilgili, bu telifle ilgili ilk yasalar çıktığı zaman, 90'lı yıllarda gazeteciydim. Dünyada bizi bu işe çok zorladılar çünkü biz pazar ülkeydik, bütün buralarda hakkımızı, hukukumuzu masada bırakarak, o zamanki iktidarlara baskı yaparak bu yasaları çıkarttık; şu an elimizde ne var ne yoksa karşı tarafta, dünyayı öyle bir yere getirdiler. Şimdi, yasal bir düzenleme yaparken bu ülkenin hakkını, hukukunu, özgürlüğünü... Motor yapamayan bir ülkeden bahsediyoruz; uçağı yapıyor, motoru yapamıyor; motor yoksa uçak yok. O nedenle bizim motor yapma hakkımızı elimizden alacak bir telif düzenlemesine karşı olduğumu ifade etmek isterim. Bu tür konularda neler düşündüğünüzü öğrenmek istiyorum.

Süremi çok fazla aştım; çok teşekkür ediyorum, sağ olun.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Teşekkür ederiz.

Önemli konulara temas ettiniz ama bu dijitalleşme karşısındaki tecrübelerinizi başka bir zaman bir dinlemek isteriz yani burada tabii ki sahiplik yapısı, diğer düzenlemeler önemli ama Marx'ın söylediği güzel bir söz var, diyor ki: "Pratik teoriyi aşılıyor." Şimdi, burada içerik üreticisi içeriğini kontrol edemiyor. Bununla ilgili ne yapmak lazım? Bu sadece basın yayın sektörünün sorunu değil hepimizin meselesi.

Şimdi de yine bir gazeteci Vekilimiz Okan Bey'e söz veriyorum.

OKAN KONURALP (Ankara) – Yani ben Tuncay ağabey kadar uzun konuşmayayım, anı da anlatmayayım, güzel oldu; çünkü söylediklerine tamamen katılıyorum fakat ben yalnız şunu söyleyeyim: Tuncay ağabeyin nezaketle kullandığı, yaptığı bir uyarıyı ben de aynı nezaketi sürdürerek...

Şimdi, Erkin Bey Telif Hakları Genel Müdürü, değil mi? Şimdi, bakın, burada son derece öz güvenli bir şekilde, iyisiyle kötüsüyle telif hakları konusunda bir değişiklik önermesinde bulundu fakat Rekabet Kurumundan gelen arkadaşımız -Selçuk Bey galiba- peki, siz ne diyorsunuz, sizin öneriniz ne? Yani burada olmanıza neden olan duruma, buraya davetli olarak gelmenize ve bir sunuş yapmanıza neden olan duruma yönelik bir tahayyülünüz yok mu? Başkan Yardımcımız da burada anladığım kadarıyla...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Sonra, soruları not alalım, sonra cevap verecek size.

OKAN KONURALP (Ankara) – Dolayısıyla, ben sizin de önerilerinizi dinledikten sonra belki gerekirse bir değerlendirme yapabiliriz.

İkincisi: Ya, şimdi, iyi kötü kişisel veriler ya da ticari sır ama iyi kötü sizin Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'inize baktığımızda, az önce Google'a verdiğiniz ceza üzerinden de baktığımızda alt ve üst marjları zaten biz iyi kötü tespit edebiliyoruz burada. Hafifletici sebepler, 5'inci maddenin (b) bendi, 6'ncı maddenin (2)'nci bendi; aşağı yukarı çıkıyor. Peki, mesela siz neden... Tuncay Bey'in haklı olarak sorduğu "Google'ın geliri aşağı yukarı ne kadar ya da ne kadar ki onun üzerinden bu cezayı kestiniz?" sorusuna da bence net bir yanıt vermek zorundasınız. Her şeyi ticari sırrın arkasına tahkim ederek... Gerekirse daha kapalı bir oturum yaparız, bizimle paylaşırsınız ama bilmek istiyoruz çünkü bir veri üzerinden, bir veri seti üzerinden bizim de iyi kötü bazı yorumlarımız ya da katkılarımız olacak.

Üçüncüsü: Son bir şey, uzatmıyorum. İyisiyle kötüsüyle, doğrusuyla yanlışıyla Sayın Tuncay Özkan'ın da ifade ettiği gerekçeler ya da başka gerekçeler nedeniyle de ya da değil, bu yasanın ısrarlı bir şekilde anladığım kadarıyla çıkması konusunda kararlılık sergilemeye çalışan bazı kuruluşların temsilcileri de geçtiğimiz hafta buradaydı ve bu hafta da burada. Belki de onları da dinledikten sonra, diğer bileşenleri de dinledikten sonra, diğer kurumları da dinledikten sonra, diğer basın-yayın kuruluşlarını da dinledikten sonra ya da onların adına bazı meslek örgütlerini de dinledikten sonra da yeniden onların önerileri üzerinden de Rekabet Kurumu temsilcilerimizi ve Telif Hakları Genel Müdürlüğü temsilcilerimizi yeniden dinlemenin de faydalı olacağına inanıyorum.

Teşekkür ederim, sağ olun.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Teşekkür ederim Okan Bey.

Şimdi, Telif Hakları Genel Müdürlüğü bir hazırlık yapmış, Rekabet Kurumu da. Bu konuyla ilgili Vekilimizin söylediği önemli. Somut olarak siz ne diyorsunuz? Biz onu bekliyoruz; bir sonraki toplantı olur ya da şu anda. Yani bu dijital telif meselesinde siz nerede duruyorsunuz? Bunu en azından... Sonra size söz vereceğim, vekillerimizin görüşlerini alalım. Sizler sunumlarınızı yaptınız, şimdi vekillerimizi dinleyeceğiz.

Şimdi, sıra Levent Bey'de.

Buyurun.

LEVENT UYSAL (Mersin) – Öncelikle çok teşekkür ediyorum.

Zamanımızı iyi değerlendirmek adına biz küçük bir özet çalışma yapmıştık, sizlerin de masalarınıza bıraktık, orayı da boş zamanınızda incellerseniz, bir sonraki toplantımızla ilgili de hep birlikte daha hızlı karar almamıza neden olabilecek. Ama burada şöyle bir gerçek var: Siz olun, sayın duayenlerimiz, üstatlarımız, vekillerimiz; ortak bir yerdeyiz. Herkes burada emekçinin, herkes burada legal olmayan insanların dijitalde olmamasını istiyor; bu bir gerçek. Bunun için de biz gerek Rekabet Kurumu gerek devletimizin diğer organlarıyla iyi bir platformda hızlı bir şekilde... Çünkü her geçen gün bir şeyler kaybediyoruz, bazen manen, bazen de maddeten. Onun için de belli konulara odaklanıp, misal veriyorum 3 madde, 5 madde, buraya odaklanıp, önce orayı çözüp ondan sonra daha da geliştirebiliriz. Onun için de daha dar kapsamlı, belki de daha çok toplantılar yaparak, ihtiyaç duyacağımız, devletimizin başka bir organı varsa onu da çağırarak ama geçen toplantıda almış olduğumuz kararları da hızlı ve sık sık toplantılar yaparak sonuca ulaşacak yapılar kurmamız gerektiğine inanıyorum. Biz her zaman ortak platformda yer almak istiyoruz hem kişisel olarak hem de destek alabileceğimiz, bu işi bilen insanlar olarak. Onun için de hazırız bir an önce yol haritasını belirlemeye.

Teşekkür ederim efendim.

LÜTFİYE SELVA ÇAM (Ankara) – Başkanım, ben de bir söz alabilir miyim?

BURCUGÜL ÇUBUK (İzmir) – Başkanım, düğmeye basmak yeterli oluyordu Komisyon için ama...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Tamam, düğmeye basmanız yeterli.

BURCUGÜL ÇUBUK (İzmir) – Fark edilmediği için uyarmak istedim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Arkadaşlar, buradayız yani konuşmada hiyerarşi olmaz, sırayla konuşacağız “Müsademeyiefkârdan barıkayihakikat doğar.” dedi büyüklerimiz. Bu konu önemli, ne kadar söz istiyorsanız buyurun, bizim Komisyonumuz böyle bir komisyon.

BURCUGÜL ÇUBUK (İzmir) – Teşekkür ederim.

Ben sadece fark etmediyseniz bir arada beni de görün diye.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Latife olsun diye, estağfurullah.

Buyurun.

BURCUGÜL ÇUBUK (İzmir) – Levent Bey’den önce basmıştım ama ondan sonra söz almak, söyleyeceğim birkaç sorum vardı, onları bence destekliyor.

Öncelikle şunu söylemek istiyorum: Sunumlar için teşekkür ediyoruz. Özellikle bu Telif Hakları Genel Müdürlüğünün sunumunun önümüzde olması, sadece ekrandan görmemek oldukça iyi oldu.

Benim anladığım, bu sunum aslında dijital telif yasasına yönelik, onu güçlendirecek, onu destekleyen bir sunum olmuş ama bence biraz tek boyutlu; şuradan örneklendireyim: Şimdi, basında dijitalleşme meselesinde gazete ve dergilerin tirajlarına dair kimi örnekler verilmiş; bunlara ilişkin, bu azalmalara dair bazı sorularım var. Yani burada örneğin bunların azalmasında, basılı yayınlarının azalmasında sansür, yasaklama, toplatma, basına yönelik cezalar, reklam yasakları, enflasyon, maliyetler gibi etmenler de araştırıldı mı? Çünkü bu rakamlar sadece dijitalleşme gibi sunulmuş oluyor, buraya bakmak gerektiğini düşünüyorum. Basılı gazete okunuşunda bir düşüş olduğundan, tirajında bir düşüş olduğundan bahsettiniz. Burada da bazı günler aynı manşetlerin atıldığını gördük, bu bir güven kaybıdır. Bir tek seslilik meselesi var, ayrıca gazete fiyatlarının maliyetleri artık karşılanabilir boyutta değil. Bunlara dair de bir araştırmanız var mı? Bunu sormak istiyorum ve buna bağlı olarak da -Levent Bey’e atfı yaptım, yine bir korsan yayınıımız oldu- şunu söylemek istiyorum: Legal olmayan insanların dijitalde olmaması meselesi aslında basın özgürlüğüyle ilgili bir tartışmayı da beraberinde getiriyor. Şimdi, Sayın Başkan az önce YouTubeda yayın yapmayı tercih eden gazetecilerden bahsetti. Bunun önemli bir boyutu da yani gelirlerinin yanında, söylemek istediğini rahatça söyleyebilmesini, yapmak istediğini rahatça yapmasını, istediği haberi yapabilmesini ortaya çıkarıyor. Yani şöyle bir haber düşmüştü hatırlarsanız: Bir kuryeye çarpan ehliyetsiz ve yaşı nedeniyle ehliyet alamayacak bir sürücünün ailesi tarafından kaçırılmasını, Demirören medyanın aslında haberi yapacak gazeteye baskı uyguladığı. Ve gazetecinin kendi beyanları vardı bunlarla ilgili, sonra oradan ayrıldı. Mesela, burada, basın özgürlüğünün, haber yapma özgürlüğünün de bu meselede önemli olduğunu düşünüyorum kendi adıma. Basın özgürlüğü meselesi de tartışılmadan bir telif meselesinde legal olmayan insanlar... “Legal olmayan insanlar. benim kafamda oturmuyor. Örneğin benim açımdan “doğru haber yapma” meselesi vardır ve onun ışığında “düşünce, ifade özgürlüğü” vardır. Bunların dijitalde olması gerektiğini düşünüyorum. Yoksa geçen oturumda da söylemiştim, toplantıda, gayet kendi adı sanıyla, yalan yanlış, hiçbir temeli olmayan bilgileri yayanlar var. Tekrar onların adını zikretmeyeceğim; onun üzerine, o bilgiyle haber yapan, haberini sürekli değiştiren gazeteden de bahsetmeyeceğim ama bizim meselemiz, özgürlükleri koruyarak haberciliğe dair güvenceli bir alan oluşturmak ve hâliyle yalan haberin kendisinin, dezenformasyonun kendisinin buradan engellenmesini sağlamak çünkü güvenli bir ortam yok basın için. Daha dün 3 arkadaşımız tahliye oldular, “Basın açıklamasına neden gittin?” sorusunun

sorulduğu bir dosyadan tutuklanmışlardı bir ay önce. Bu nedenle, basılı yayınlarda düşüşün bütün etmenlerinin göz önüne alınması gerektiğini ve basın özgürlüğünün hiçbir şekilde gözden kaçmaması gerektiğini düşünüyorum.

Teşekkür ederim.

LEVENT UYSAL (Mersin) – Şimdi, belki yanlış anlaştım ama...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Buyurun.

LEVENT UYSAL (Mersin) – Sayın Vekilim, burada “legal olmayan” derken ismini ya da kim olduğunu saklayan yani “trol” demek istemiştin, belki yanlış algılandı.

BURCUGÜL ÇUBUK (İzmir) – Tamam, öyle ifade etseydiniz...

LEVENT UYSAL (Mersin) – Evet, çok özür dilerim.

BURCUGÜL ÇUBUK (İzmir) – Tamam, ben de yanlış anladım.

LEVENT UYSAL (Mersin) – Burada şöyle bir olay var -sizin de başınıza geliyordur, geçen beyefendinin de başına geldi, kendi söylemleriyle- benimle ilgili, sizinle, onunla, bununla ilgili, biz kim olduğunu biliyorsak, ismini de orada göğsünü gere gere yazıyorsa, söylüyorsa, doğru kişiye ve tabii ki söylemede de karşılıklı negatif bir durum yoksa -yani aşağılayıcı ya da başka başka nedenlerle- biz basın özgürlüğü tarafındayız. Herkes kendi düşüncesini doğru bir platformda söylemek zorundadır ama -“x” “b” “c” “k” ya da adı saklı bir şekilde- birilerine orada anlamsız girişler yapıyorsa, küfrediyorsa -affedersiniz- buna karşıyız, onu demek istedim, çok özür dilerim yanlış anlaşıldıysa.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Levent Vekilim, bunun adına “trolleşme” diyoruz. Okan Konuralp bu konuyla ilgili sürekli bir gündem yapmak istiyor fakat Komisyonumuzun değerli vekilleri bu konuyu biraz yok sayma eğilimi içerisinde. Bunu tekrar gündeme alalım diyorum.

Şimdi, sözü çok Değerli Vekilimize bırakıyorum.

Buyurun efendim.

LÜTFİYE SELVA ÇAM (Ankara) – Teşekkür ediyorum Sayın Başkanım.

Ben de Selçuk Bey’e ve Erkin Bey’e teşekkür ediyorum sunumlarından dolayı.

Tabii, tekrara düşmemek adına diğer bahsedilenleri geçiyorum ama bizim dünyamıza ışık hızıyla giren bir yapay zekâ var. Bu yapay zekâ konusunu da bu bağlamda ele almamız gerektiğini düşünüyorum. İşte, sosyal medyada da görmüştür pek çok kullanıcı -Filistin’de bu yapay zekânın gündeme gelmesi- WhatsApp’tan, Instagram’dan ve Facebook kullanıcılarından alınan veriler sonucunda kimin öldürüleceğine dahi karar verildiğine, Google ve Meta’nın soykırımı destek olduğuna dair bir bilgi var. Dolayısıyla, yapay zekâ bizim bu yasamızın neresinde olacak? Bunun üzerine de çalışmamız gerektiğini düşünüyorum.

Diğer bir konu: Gerçeğe ulaşma konusu bugünkü dünyamızın en büyük problemi, gerçek bilgi de telif haklarıyla doğrudan bağlantılı. Dolayısıyla, telif hassasiyeti olmadan, doğru ve gerçek bilgiye bizi yönlendirecek filtreler hazırlanmadan, bu hileli içerik sorununu çözmeden gerçek bilgiye erişim nasıl olacak; bunu sormamız gerektiğini düşünüyorum.

Diğer bir konu: Telif yasası çok katmanlı düşünmemiz gereken bir konu Sayın Başkanım. Haber içerikleri, sosyal medya içerikleri -bugün de konuştuğumuz- yasanın sektörel boyutu önemli ama bunun yanı sıra dijital hukukçuları da burada dinlememiz gerektiğini düşünüyorum Sayın Başkanım çünkü haber şirketlerinin yanı sıra dijital hukuk bu işi nasıl yorumlayacak, hukukçular bunu nasıl yorumlayacak, bu konuda belki birkaç hukukçuyu da burada dinlememiz faydalı olur kanaatindeyim.

“Dijital eser” kavramının tüm alt başlıklarını çıkarmamız gerekiyor, bunun için ayrı bir yasa mı yapacağız yoksa mevcut yasanın içerisinde mi değerlendireceğiz? Bu konuda sizin görüşünüz nedir kanun yapımcılar olarak yani bu kanunun uygulayıcılarına sizin teklifiniz ne olacak, teklifinizi merak ediyorum.

Teşekkür ediyorum Sayın Başkanım.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Sayın Başkanım, çok özür dileyerek hanımefendiye bir katkı olsun diye, bir şeyin büyüklüğü konusunda bilgi vermek için bir dakikalık bir şey rica edeceğim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Buyurun.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Teşekkür ederim Başkanım.

Neyi konuştuğumuzun akıllarımızda canlanabilmesi için... İki yıl önce sosyal medyayı yöneten arkadaş bana geldi dedi ki: “Amerikalı üç ajanstan bizim sayfalarımıza reklam geldi.” “Ne demek o?” dedim. Nike, Puma, Volvo gibi bir sürü ürün yelpazesi olan üç ajans, benim sayfam üzerinden totalde 1,2 milyon dolarlık ve bir yıl süreli bir reklam kampanyası yapmak istiyorlar, dedim ki: “Milletvekili yapamaz yani milletvekilinin böyle bir şeyi yok, gelir elde edici herhangi bir işlem yapamaz; biz o yüzden bunu kabul etmiyoruz.”

Şimdi, biraz önce Google hazretlerine sordum “Ne kadar yapıyor?” diye; 36 milyon 616 bin 360 Türk Lirası yapıyor. Bireyin hayatını bu kadar değiştirebilecek ve bazı çılgınlıkları, anomalileri normal hâle getirecek bir şeyden bahsediyoruz yani bana reklam vermek isteyen, sayfama reklam... Karım dedi ki: “Derhâl emekli mi oluyorsun, ayrılıyor musun, ne yapıyorsan yap.” Şaka olarak söylüyor tabii. Bu parayı reddediyorsunuz. Şimdi, bir kişi böyle bir etkileşim aldığında bu 1,2’yi 2 yapmak için ne yapmaz ya da buraya ulaşmak için ne yapmaz? Onları serbest bırakırsak buna “Evet.” dedirtiriz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Tam da sorun bu galiba zaten efendim.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Evet yani hangi büyüklüğü konuştuğumuzu hafızamızda canlandırabilelim diye söyledim.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Bence en önemli meselelerden bir tanesi bu. Reklam almak için etkileşim yapmak durumundasınız, etkileşim yapmak için takipçi artırmak durumundasınız, içerik üretmek için en olmaz, en absürt işi yapmak durumundasınız; böyle bir neden-sonuç ilişkisiyle bir sarmalın içindesiniz ve bu, maalesef ama maalesef inanılmaz bir ekosistem yaratıyor. Ben çok şey söyleyebilirim ama söylemeyeyim.

Şimdi, sözü Şebnem Vekilime veriyorum.

ŞEBNEM BURSALI (İzmir) – Teşekkür ediyorum Sayın Başkanım.

Öncelikle, bu kadar önemli bir konuyu Komisyonumuzun gündemine aldığımızı ve çok kıymetli fikirlerle ilerlediğimiz için teşekkür ediyorum, ben kendi adıma da teşekkür ediyorum ve bugün bizlere sunum yapan değerli bürokrat arkadaşlarımıza da teşekkür ediyorum; diğer vekil arkadaşlarımızın hepsinin bütün sözleri de gerçekten çok kıymetli.

Ben de bu konuda birkaç kelam etmek isterim ve bir önerim olacak, onu da sizin takdirlerinize sunmak isterim. Bilginin ana dağıtım mecrası artık internet günümüzde ve böyle bir ortamda korumamız gereken değerler olduğu da çok açık; bunlar tabii ki millî, dinî, örfî değerler olduğu kadar hak temelli değerler de var ve bunlardan bir tanesi de tabii ki işte bu “dijital telif” dediğimiz şey. Bu anlamda, bu konuda da düzenlemeler yapmamız gerektiği ve bu değerlere de sahip çıkmamız gerektiği de çok açık. Bugün anladığım kadarıyla burada hepimizin ortak söylemeye çalıştığı şey de zaten temelde bu.

Eski bir gazeteci olarak yani otuz yılını sadece gazetecilik yaparak ve genel yayın yönetmenliği de dâhil, muhabirlikten genel yayın yönetmenliğine kadar bu mesleğin bütün katmanlarında çalışmış bir gazeteci olarak dijital telif konusu benim de tabii biraz daha bildiğim -daha iyi bildiğim dediğim çünkü geçmiş meslek tecrübem de olarak- artı, daha duyarlı olmaya çalıştığım da bir alan. Bu anlamda, artık dijital telifin önemi... Bu basın kuruluşlarının reklam gelirlerinin -ki hayatlarını devam ettirme noktasında en önemli gelir kaynakları- çok önemli bir bölümünün -bir kısma göre yüzde 60'a, bir kısma göre, bir görüşe göre de yüzde 90'a yakınının- artık dijital platformlara kaydığı -reklam pastasının- bir ortamda Türkiye Büyük Millet Meclisi olarak bu konuda bir düzenleme yapmamız gerektiği konusunda açıkçası hepimiz hemfikiriz diye düşünüyorum.

Sayın Başkanım, siz de ifade ettiniz, haberin artık fikir ve sanat eseri sayılmasıyla ilgili bir beklenti var; çok da doğru, buna katılıyorum çünkü hem içerik üreten hem de personel istihdamı sağlayan bir sektörde bunun da bir fikir ve sanat eseri sayılması gerçekten çok önemli. “Bu konuda yasal bir düzenleme mi yapılır, mevcut olan yasaya bir ekleme mi yapılır?”la ilgili bu konu tartışılır, hem platform olarak burası hem de daha özelinde de konuşulur.

Bu konuda ben bir teşekkürümü de iletmek istiyorum: Hem Turkuvaz Medya hem de Demirören medya grupları bu alanda gerçekten çok kıymetli bir çalışma yaptılar ve bildiğim kadarıyla Komisyon üyesi bütün milletvekili arkadaşlarımla da bu anlamda, bu raporların hazırlıklarını da bilgi olarak, rapor olarak paylaştılar. Sayın Başkanım, bildiğim kadarıyla sizinle de paylaştılar. Çok kıymetli ve çok önemli buluyorum bu çalışmalarını ve bu anlamda, ben, hem Komisyonumuzun değerli üyelerine hem de Sayın Başkanım, sizlere, sizin aracılığıyla -burada Sevgili Okan Komunalp Vekilim de söyledi- neticede konunun bir tarafı olarak bu arkadaşlarımızın da, sektörün de, daha doğrusu temsilcilerinin dinlenmesini ben öneriyorum efendim, uygun bulunursa. Sayın Lütfiye Selva Çam Vekilim de ayrıca bir başka öneride bulundu, ben de katılıyorum; dijital içerik üretenlerin de aslında, burada, Komisyonunda bu anlamda fikirleri kıymetli olacaktır, onların da dinlenmesiyle ilgili bir önerim olacak.

Teşekkür ediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Ben teşekkür ederim.

Şimdi, bunun bir adını koyalım arkadaşlar, “dijital içerik üreticisi” derken kimi kastediyorsunuz Sayın Vekilim, Lütfiye Hanım, Sayın Şebnem Hanım?

LÜTFİYE SELVA ÇAM (Ankara) – Ben hukukçuları dedim Sayın Başkanım yani dijital...

ŞEBNEM BURSALI (İzmir) – Hepsi değil tabii ki.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Mesela kimi? Sizin çocuğunuz kimi takip ediyor efendim?

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Valla, benimki 9 yaşında, annesi despotluk yapıyor takip etmesin diye ama insanların yaşı, artık bağımlılık açısından, ekran bağımlılığı ve bilgi edinme açısından fark etmiyor. “Influencer”lar, bu işi layığıyla yapanlar, Türkiye’de çok sayıda arkadaşımız var; Cüneyt Özdemir var, pek çok arkadaşımız var, şimdi aklıma gelenleri söyleyeceğim hemen. Bu arkadaşlarımızın listesini sunarız, burada konuşuruz ama o arkadaşlarımızdan önce bizim bir araya gelip, sadece bu Komisyonu oluşturan üyeler bir araya gelip, bazı konularda uzlaşıp yola çıkmamız lazım. Yoksa burada kan gövdeyi götürecek, Genel Kurula gideceğiz, bağıracağız, çağıracağız, çıkan da bir işe yaramayacak diye kaygılarımı dile getirmiştım geçen oturumda. Hep beraber yapalım, birlikte yapalım ama yaparken bir vicdan ve adalet ölçüsü belirleyelim; o da bize göre de olmasın, başkasına göre de olmasın. Biz kendi içimizde gerekirse bir gün, iki gün, üç gün ilkelerimiz konusunda, ortaklaştığımız konularda birleşelim, ondan sonra gereken ne varsa gece gündüz çalışarak birlikte yapalım derim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Teşekkür ederim.

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – Bizim içerikten kastımız burada sadece haber yani gazeteci olmayan biri olarak hani...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Buyurun Büşra Hanım.

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – Naçizane tek bir soru olarak gelmiş olayım yani bizim Komisyonun bence...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Onun dışında soruyorum, sanayici nasıl korunacak, fabrika sahibi nasıl korunacak?

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – Burada tartıştığımız konu, tamamen haber ve haber içeriği üreticileri üzerinden gidiyoruz değil mi şimdi?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Orayı geçtik artık yani bu dijital telif meselesinde herkes fikirlerini ifade etti, başka konularda da fikirlerini söylüyorlar; herkes fikrini söyleyebilir.

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – Yok, fikir söylemek anlamında söylemiyorum, kendimizi fokuslayıp üzerinde düşünmemiz gereken nokta belirlememiz lazım çünkü dijital platformlar sonuçta sınırsız yani normal, bütün gündelik hayatımızda olan her şey artık dijital platformların da içinde bulunuyor. “İçerik üreticisi” dediğimizde bütün... O zaman reklamdanda belki başlamamız gerekir.

HASAN ÖZTÜRK (Bursa) – “İçerik üreticisi”ni tanımlamamız gerekiyor.

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – Tabii, burada konu dönüyor dolaşıyor...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Bu önemli soru için...

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – Sadece haber içerikli olanlara değineceksek o zaman ona odaklanalım biz çünkü fokus grubu dağıttığımız zaman işin içinden çıkamıyoruz, az önce dediğiniz noktaya geliyor; “İçerik üreticileri kimdir, kim ne yapıyor?” diye bir tanımlamadan başlamamız lazım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – En önemli konu bu.

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – Başka bir çalışmayı gerektiriyor bu uzman arkadaşlarımızca...

Teşekkür ederim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, teşekkür ederim Büşra Vekilim, bu önemli bir usul hatırlatması.

Sevilay Vekilime sözü veriyorum, sonra toparlayacağız.

HASAN ÖZTÜRK (Bursa) – Bana söz vermeyeceksiniz galiba.

SEVİLAY ÇELENK (Diyarbakır) – Sanırım ilk söz olacak, önce orası konuşsun, ben sonra konuşurum.

HASAN ÖZTÜRK (Bursa) – Başkanımıza ben en son söz sırası alabilirim anlamında dedim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Hasan Vekilim, ben sizin centilmen bir insan olduğunuzu bildiğim için kadınlara öncelik vereceğim.

HASAN ÖZTÜRK (Bursa) – Siz de öylesiniz Başkanım, öncelikle, ben sunum için ilgili arkadaşlara teşekkür ediyorum.

Şimdi, şu da çok doğru; aslında, eğer biz çok genel konuları, birçok iç içe geçmiş konuyu konuşursak bir şeye odaklanıp çözüm üretmekte zorlanacağız; bu bir gerçek. Bu odaklanacağımız, ayıracağımız konularda da geçen toplantıda Tuncay Vekilimizin söylediği gibi tüm paydaşlarıyla çalışma grupları oluşturmamız, aslında, daha somut cümleler ve daha somut şeyler üzerinde konuşmamıza yardımcı olacak kanaatindeyim.

Şimdi, bu tablolara bakıldığında yani basın yayıncılarına ilişkin telif hakkı düzenlemesi sunumu içerisinde, aslında basılı yayın üreticilerinin, içerik üreticilerinin ve basılı yayının reklam gelirlerinin ne kadar düştüğünü ama bunun yanına dijital içerik üreticilerinin sayısının ne kadar arttığını ve dijital içerik üreticilerinin reklam gelirlerinin de ne olduğunu koysaydık, aslında, dijital dünyayla birlikte, işte, habere ulaşım, dijital dünyanın bize kattığı artıları da görerek bu kaymanın nereden nereye olduğunu da daha iyi anlar ve dolayısıyla da Google’ın neden bu kadar çok para kazandığını ve nereden para kazandığı üzerinden de aslında bu kazandığı paranın önemli bir kısmının içerik üreticilerine ait olduğunu, o içerik üreticilerinin de yanında, bir taraftan da aslında, işte, basın özelinde konuştuğumuzda basın emekçilerinin hakkı olduğunu görebilirdik.

Burada bazı rakamlarla ilgili yani diğer ülkelerin başlattığı çalışmalarda rakamların nelere göre belirlendiği konusunda da bu sunumda önemli bir eksik var. Yani işte, burada Kanada mıydı, 72,5 milyon dolar ödeme; bunu neye göre hesapladılar ve bu değer neye göre oluştu?

Şimdi, “Bu telif hakkı ve telif hakkı bedeli olan içeriğin değerinin ne olduğunu nasıl ölçeceğiz?” konusu, aslında, onun yarattığı değer üzerinden hesaplanması gereken de bir konu. Dolayısıyla, şunu demek istiyorum: Burada konuşulan en önemli konu, aslında, basılı yayının gelirlerinin ve etkinliğinin ne kadar düştüğünü, dijital yayının ve dijital içerik üreticilerinin de ne kadar fazla gelir kazandığını da görmemiz lazım. Yani bir yandan burada basın çok zayıflıyormuş gibi gözükse de diğer tarafta da insanların çok daha fazla içerik üretmeye başladığını, basın-yayının sadece belli kuruluşlar değil, işte, az önce belirttiğimiz gibi, çok değerli insanların “influencer” dediğimiz kişilerin de bir içerik üreticisi noktasına geldiğini, dolayısıyla bizim içerik üreticilerini de sınıflandırarak ve onların ürettiği içeriklerin de bir telif hakkı içerdiğini içeriklerin içine katarak bu sorumluluğu da platform üreticilerine katmamız gerekiyor.

Şu bir gerçek: Dijital ortamlarda Google’ın, Meta’nın, X’in bir tekel olduğu ve tekelleşme yolunda gittiği ve bunu tüm dünyanın engelleyemediğini görmemiz gerekiyor. Dolayısıyla, biz onların kazanımlarını ve kullanım şartlarını iyi bilerek, bunu teknik insanlar bize anlatarak, biz bunların üzerinden nasıl ölçme ve gerçek manada da onların kazançlarından bu içerik üreticilerinin haklarını nasıl alabiliriz konusunda da dijital bilgi teknolojilerinin gerekliliklerini yaparak, işte, izlenme oranları, paylaşım oranları -bunları tabii teknik arkadaşlar bizden daha iyi konuşabilirler- çıkartmakta fayda var. Ama her şeyden önce, en önemlisi, ben de kanununa dönüşecek yolda konunun taraflarının tamamının olduğu bir çalışma grubu oluşturulmasının, bizim bu konuyla ilgili doğru bilgilendirilmemiz ve doğru işler yapmamız anlamında çok anlamlı olacağını ifade etmek istiyorum.

Teşekkür ediyorum arkadaşlara ama hepsini birden konuşursak somut cümleler kurmaya geçmemiz zor olacak kanaatindeyim Başkanım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Hasan Vekilime teşekkür ediyorum.

Levent Bey, buyurun.

LEVENT UYSAL (Mersin) – Burada Basın İlan Kurumunu nerede yer aldıracağız? Şimdi, yazılı basında -Sayın Vekilimin de söylediği gibi- bir yerde duruyor, ona göre bir yapısı var. Burada nasıl olacak?

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – O sübvansiyon, dünyada yok böyle bir şey.

LEVENT UYSAL (Mersin) – Ya, hani gündemlerden biri...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Bizim “Sübvansiyon edebilecek miyiz?”i konuşmamız gerekiyor.

LEVENT UYSAL (Mersin) – Tam detayı bilmediğimiz için.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – İroni yaptı Tuncay Özkan. Paydaşlar konusunda konuşacağız onu, içerik, çerçeve, usul konusunda.

Teşekkür ederiz Levent Vekilim.

Evet, Sevilay Vekilime sözü veriyorum.

Buyurun.

SEVİLAY ÇELENK (Diyarbakır) – Ben de tekrar teşekkür ederim.

Gerçekten çok yararlandım. Birçok fikir gündeme geldi. Asıl bir temenniyle bitirmek istiyordum, onun için söz istedim ama tabii ki şu çok açık: Devasa bir ekonominin döndüğü bir mecradan söz ediyoruz dijital mecralarda teliften söz ettiğimizde ve burada da yaratıcıyı bilhassa haberci söz konusu olduğunda korumak hiçbirimizin itiraz edeceği bir şey değil ve herkes de burada hemfikir, belli ki böyle bir duyarlılığımız hepimizin var. Ama -belki Sayın Başkana da yöneltebilirim- buradan böyle bir dijital telif yasası gibi, bir yere gitme gibi bir hedef varsa -ki bu da çok gerekli, öyle anlaşıyor, AB müktesebatıyla uyumlu bir telif çalışması dijital mecralar için dijital telif yasası- o zaman zaten haberin dışına çıkmış oluyoruz çünkü bütün içerikleri eğlenceden habere birçok dijital içeriği kapsayan bir şeyden söz ediyor olacağız.

Sayın Başkan, belki burada sık sık Meclisimizde dile getirilen bir eleştiriyi aşma fırsatı da olabilir. Çok yetkin vekil arkadaşlarımız var; bu konuda gazetecilik yapan, akademisyenlik yapan ve donanımlı isimlerin olduğu bir Komisyon burası. Belki böyle bir telif yasası, yasama faaliyetini böyle muhalefeti dışlayan bir şekilde sürdürüp, getirip Genel Kuruldan geçirmeyi de aşmak için bir fırsat olabilir, siz buna öncülük edebilirsiniz. Böyle bir yasa çalışmasını burada hep birlikte yapabiliriz, bütün ilgili -“paydaşlar” diye ifade edilenler, içerik üreticileri ya da işte Telif Hakları Genel Müdürlüğü gibi- kurum ve kuruluşları da kapsayarak buna biraz zaman ayırabiliriz, böyle bir şey yapabiliriz. Bunu bir temenni olarak söylemek istiyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Teşekkür ederiz.

Buyurun.

REKABET KURUMU BAŞKAN YARDIMCISI FERHAT TOPKAYA – Teşekkür ediyorum Sayın Başkan.

Şimdi, burada bulunuş sebebimizle ilgili vekillerimizin sanırım bazı soruları var akıllarında. Aslında Selçuk Bey sunumunun bir iki yerinde bahsetti yani rekabet hukukunun telifle doğrudan hiçbir ilişkisi yok. Dolayısıyla burada bulunuş amacımız doğrudan telif yasasını hazırlamak değil, daha çok, elimizden geldiği ölçüde katkı sağlamak.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Bir dakika, bir araya gireyim mi?

Arkadaşlar, yani bu konuşma hayatın olağan akışının dışına çıkıyor. Telif yasası yok, ondan sonra, telifle ilgili sadece tarafları çağırdık, dinledik; zaten yaptığımız bu, ortada. Keşke böyle bir yasa olsa, bu işleri bir çerçeveye alabilsek ama öyle bir durum da yok zaten ortada. Bir el yordamıyla -burada akademisyen arkadaşlar var- bir içtihat oluşturmaya çalışıyoruz çünkü nereden tutacağımızı, nasıl çerçeveye alacağımızı bilemiyoruz. Mesele telif yasasının dışına bir çıksın, burada bir serbest tartışma yapıyoruz, sektörün bir talebi var fakat bu talep uzun zamandır var zaten.

Buyurun.

REKABET KURUMU BAŞKAN YARDIMCISI FERHAT TOPKAYA – Bizim buradaki rolümüz, aslında özellikle çevrim içi reklamcılık sektörü kapsamında ki bizim sektör incelemelerimiz, açıkçası rekabet hukukuyla sınırlı incelemeler değildir. Biz bir sektörü ele aldığımızda kılcal damarlarına

kadar girer ve mümkün olduğu kadar detaylı bir inceleme yaparız ki basına yansıyan farklı sektör incelemelerinden belki haberdar olmuşsunuzdur. Bu kapsamda, telif noktası da bizim sektör incelememizde kısa da olsa ele alınan konulardan biri oldu. Bizim katkımızın olacağını düşündüğümüz asıl önemli nokta, biz bu dijital platformlar noktasında sekiz yıldan fazla tecrübeye sahip çok köklü bir kuruluşuz, ciddi incelemelerimiz var, sektör incelemelerimizin yanı sıra yürütülen soruşturamalarımız -ki Selçuk Bey Google dosyalarından da bahsetti- ve ciddi dokunuşlarımız var yani sektörü biz çok çok iyi biliyoruz, Google'ı da çok çok iyi tanıyoruz. Dikey olarak orta ve uzun vadede ne tür planlarının olabileceğinin, dikey rakiplerini dışlayıcı faaliyetlerinin olabileceğinin -ki buna yayıncı kuruluşlarımız da dâhil- kendi hizmetlerini ön plana çıkarıp tamamen pazarı ele geçirmeye yönelik bir eğilim içerisinde olabileceğinin de farkındayız ve biz bu kapsamda, bu tecrübemizin bu tür bir çalışmada faydalı olabileceğini düşünüyoruz.

Sayın Vekilimizin bir sorusu vardı cezalar noktasında. Sayın Başkan uygun görürse ona da kısaca bir cevap vereyim cezalarımızın caydırıcılığı noktasında. Biz her zaman söyleriz tabii ki para cezaları caydırıcı cezalar değildir. Parayı verir, sonrasında başka şekilde devam eder, hatta aynı ihlali tekrar yaptığında ağırlaştırıcı sebep olarak mükerrerlikten tekrar bir ceza veririz, yine devam edebilir yani parayı kazandığı süreci devam edebilir ama asıl olan şey, bizim davranışsal ve yapısal tedbirlerimizdir cezalarla birlikte getirdiğimiz. Mesela “Shopping” dosyasıyla alakalı Selçuk Bey bir açıklama yaptı. Hatırlarsanız, Google genel arama hizmetleriyle ilgili olarak eskiden, bir arama yapıldığında sayfanın en üst kısmında bir bar çıkardı, orada fotoğraflar olurdu, fiyat olurdu, kullanıcı yorumları vesair bir alanı vardı. Bu aslında bir alışveriş karşılaştırma hizmeti idi. Siz bir ayakkabı aradığınızda orada çeşitli markalarda ayakkabılar çıkardı ve buradan elde ettiği gelir vardı Google'ın ama tabii ki bu hizmeti veren yerli firmalar, yabancı firmalar da vardı, mesela Cimri ve Akakçe gibi. Onlar da organik sonuçlarda tabiri caizse debelenirlerdi çıkmak için ama Google zaten en tepeye onu yerleştirdiği için erişimi zorlaştırdı. Biz bunun soruşturmasını yaptık, yükümlülük getirdik ve dedik ki Google'a: “Sen madem kendine böyle bir alan yaratıyorsun, rakiplerine de bu alanda yer ver.” Uzun süre müzakereler devam etti. Bizi ikna edecek, kurulumuzu ikna edecek bir çözüm getiremediği için Google süreli para cezasını vermektense o “Shopping” denen kısmı kaldırmayı tercih etti yani aslında soruna kökten bir çözüm bulunmuş oldu. Bu tür tedbirler diğer dosyalarımızda da geçerli. Yakın zamanda yerel aramayla ilgili olarak müzakere sonuçlarında bir neticeye vardık. Google şu anda günlük süreli para cezasına tabi yani bizi, kurulu ikna edemediği noktada. Bizi ikna edene kadar bu süreç devam edecek ve bir noktada bizim getirdiğimiz bu davranışsal tedbir neticesinde biz aslında rekabeti ihlal eden noktaya ilişkin bir çözüm getirmiş olacağız sektöre yönelik olarak da. Yani buna benzer birçok dosyamız var ama dediğiniz kesinlikle doğru; hani para cezaları her ne kadar cironun yüzde 10'una kadar verilebiliyor olsa da kanunen, verilecek olan bu cezalar bir noktadan sonra etkisiz kalabiliyor ama bizim tek yaptırımımız ceza değil, yükümlülükler bizim asıl yaptırımlarımız arasında ve çok daha büyük etkileri oluyor bu kapsamda.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) – Teşekkür ederim. Böylece Google'ın ne kazandığını öğrenmiş olduk.

REKABET KURUMU BAŞKAN YARDIMCISI FERHAT TOPKAYA – Yani kabaca bir hesaplama yapılabilir tabii.

Diğer taraftan, ticari sırlar maalesef bizim uhdemizde, yetkimizde, açıklama yetkimizde olan bir husus değil. Gelirlerini açıklayamıyoruz ticari sır olduğu için, o konuda yapabileceğimiz şu aşamada bir şey yok ama tabii ki Meclisimiz yasa kapsamında, çalışmalar kapsamında böyle bir talepte bulunur ve alır diye tahmin ediyorum.

Bir noktaya çok ufak bir parantez de açayım; bizim cezalarımız genel gelirler üzerinden veriliyor. Hani, burada telif hakkı konusunda tartışılan şey aslında, yayıncı kuruluşların, belki de Google’ın bu alandan elde ettiği gelir üzerinden bir paylaşıma gitmesi olabilir ki biz zaten öyle bir bilgiye sahip değiliz, biz o detaya sahip değiliz, biz -yayıncı kuruluşlar olsun- diğer her alandan elde ettiği, tüm Türkiye’den elde ettiği gelir üzerinden bir ceza veriyoruz. Dolayısıyla bizdeki ciro, genel ciro. O anlamda hani telif hakkı kapsamında eğer yayıncı kuruluşlara yönelik bir şey yapılacak ise o bilgi bizde de yok. Şu aşamada onu söyleyebilirim. Onun dışında arkadaşlarımın, meslektaşlarımın eklemek istediği hususlar varsa sözleri ona bırakabilirim. Başka sorunuz var ise bu kapsamda açmamı istediğiniz...

OKAN KONURALP (Ankara) – Tam da aslında...

Sayın Başkanım, kusura bakmayınız.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Şu düğmeye basayım.

Evet, yavaş yavaş toparlayalım. Genel Kurulu açacağız.

Karşılıklı soruları soralım, yorumları sonra.

OKAN KONURALP (Ankara) – Çok kısaca.

Belki tam da az önce siz konuşmanıza başladığınızda Google’ın neler yapabileceğine dair birtakım örneklem ya da tahminlerde bulundunuz ya, işte, tam da bu tecrübenizden kaynaklı olarak Google’ın bunları yapmasını nasıl engelleyebileceğinize yönelik birtakım önermeler seti hazırlarsanız iyi olur.

REKABET KURUMU BAŞKAN YARDIMCISI FERHAT TOPKAYA – Çok teşekkür ediyorum. Müsaade ederseniz, onunla alakalı hemen bir katkıda bulunayım.

Aslında biz bu tür tedbirleri kanunumuz kapsamında “ardıl” dediğimiz soruşturmalarla yapıyoruz ve soruşturma süreleri uzun yani iki yılı bulabiliyor. Dolayısıyla, iş işten geçtikten sonra müdahale ediyoruz. Tam da bu noktada dijital platformlara yönelik bir yasa çalışması var. Bilmiyorum, hani biz gerekli görüşlerimizi ilettik, bu konuda Meclisimiz...

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Bu nerede yapılıyor, siz nereye görüş ilettiniz?

REKABET KURUMU BAŞKAN YARDIMCISI FERHAT TOPKAYA – Biz Ticaret Bakanlığına ilettik. Bakanlığımız... Cumhurbaşkanlığında toplantılar yapılmıştı ama sonrakindeki süreç tabii ki bizim uhdemizde değil. Onun dışında tam da bu noktada dijital platformlara yönelik yasa çıktığı takdirde öncül olarak yani mesela, örneğin telif yasası çıktı, yayıncı kuruluşlara bir gelir atfedildi, Google da dedi ki “Ben o zaman buradan çıkıyorum.” ya da bu hizmeti yayıncı kuruluşlar arasında ayırmıcılığa gitti yani parayı verdiklerini, vermediklerini öne çıkardı vesaire, birçok şey olabilir. Yani bu yasa öncül olarak zaten bunun önüne geçebilecek nitelikte bir yasa. Dolayısıyla çok elzem bir yasa. Eğer bu yasa Meclisimize gelir ve bir an evvel çıkarsa biz tam da rekabet, hukuku anlamında telif yasasının, muhtemel dolanılacak yollarının önünü de kesme gücüne sahip olacağız. Ama hani çıkmadığı takdirde ne olacak? İki yıl sonra müdahale edeceğiz, iş işten geçecek. Dolayısıyla, bu fırsatı da verdiğiniz için ayrıca çok teşekkür ediyorum. Bu yasa da gerçekten kıymetli bir yasamız. Şu anda AB’de de yürürlükte olan bir yasa.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, teşekkür ediyoruz.

Erkin Genel Müdürüm, buyurun.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ – Sayın Bakanım, teşekkür ederim.

Kıymetli vekillerimin önerileri, tespitleri, katkıları, yapıcı eleştirileri bizim için son derece önemli. Tabii, öncelikle bir durum tespiti yapmaya çalıştık Telif Hakları Genel Müdürlüğü olarak. Uluslararası uygulamalar, AB müktesebatı, bunun ulusal mevzuata nasıl aktarılacağı yönündeki esasa fotoğraf çektik biz Telif Hakları Genel Müdürlüğü olarak. Dolayısıyla, bu noktada Meclisimiz, kıymetli vekillerimiz bize nasıl bir rota belirliyorlarsa, hangi mecrada, hangi alanda, hangi kapsamda bir düzenleme ihtiyacı olduğu noktasında yönlendirme yapıyorlarsa -samimiyetle söylüyorum- biz elimizden gelenin en iyisini yapmak için canla başla çalışırız, en iyisini de ortaya koymak için uğraşırız.

Selva Vekilim de dile getirdiler. Nihayetinde, bizim münhasıran bu konuyu basın-yayıncların hakları çerçevesinde mi ele almamız gerekiyor, yoksa nihayetinde kavramlar içerisinde biraz daha alanı genişleterek... Yapay zekâdan bahsedildi, aklıma hemen veri madenciliği geliyor, son dönemde önemli konulardan bir tanesi; yine dijital eserlerin uzaktan eğitimde kullanılması konusu var, son derece kıymetli bir konu. Bunların sayısını artırabiliriz. Bu perspektifte bunu genişleterek mi düzenlememiz gerekiyor? Ama dediğim gibi, sizin çok kıymetli görüşlerinize, yönlendirmenize, hatta talimatlarınıza ihtiyaç duyuyoruz biz bizim tarafta. O minvalde çalışmalarımızı gerçekleştiririz.

Tuncay Vekilim değerli tespitler yaptılar. Şu konuda hak vermemek elde değil kendilerine: Özellikle lobi grupları, onların bu yasa yapma sürecindeki etkileri... Ben yaklaşık dokuz yıl Sinema Genel Müdürlüğü yaptım ama önceki müktesebatım telif hakları, Bakanlıkta telif hakları uzman yardımcısı olarak göreve başlamıştım, daire başkanlığı yaptım, genel müdür yardımcılığı yaptım, kısa bir dönem Telif Hakları Genel Müdürlüğü yaptım. Bir dönem -Sayın Bakanımız bilir- Kütüphaneler Yayınlar Genel Müdürlüğünü vekâleten yürüttüm. Uzun yıllar, Dünya Fikrî Mülkiyet Örgütü nezdinde uluslararası toplantılara da iştirak ettim ülkemizi temsilen. Uluslararası sözleşmelerin yapım sürecine katıldım, direktiflerin nasıl hazırlandığını gördüm. Ne yazık ki durum bu. Yani, bütün dünyada lobi grupları bir şekilde bu süreçlerin içerisinde. Bakın, unutmuyorum, Fatoş'a da şimdi soracağım, Genel Müdür Yardımcıma. Ben bıraktığımda televizyon kuruluşlarının haklarının korunması konusunda uluslararası bir anlaşma vardı, yaklaşık on beş yıldır tartışılıyordu.

**KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI FATOŞ ALTUNÇ – Yirmi beş yıl oldu.**

**KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ – Yirmi beş yıl mı oldu? On yıl ara verdim ben.**

Yirmi beş yıldır yani bizim öyle bir vaktimiz yok ama... Telif, yine bir vekilimin söylediği, çok katmanlı bir konu. Yine, sayın vekilimin yaptığı tespite katılmamak elde değil. Telif konusu hak sahibi ile kullanıcı arasındaki adil dengenin kurulması üzerinden büyüyen bir kavram. Dolayısıyla, kullanıcı sonuna kadar telif konusunu kullanmak isteyecek, hak sahibi de eser üzerindeki hakkının korunmasını talep edecek. Dolayısıyla, her zaman işimiz zor oldu Telif Hakları Genel Müdürlüğü olarak. Yine bu konuyu tartışırken de işimiz zor olacak ama bizim beklentimiz, isteğimiz, bize rota, yön çizilmesi noktasında. Hangi kavramlar konusunda nasıl bir inisiyatif alınması talep ediliyorsa yüce Meclisimiz tarafından, o noktada biz elimizden gelenin en iyisini yapmaya çalışırız.

Türkiye örneği minvalinde birkaç hususun altını çizmeye çalıştım ben. Şu andaki telif rejimi, meslek kuruluşları üzerinden lisanslama modelinin belli noktalarda işliyor olması, müzik meslek birliklerinin yaklaşık... Fatoş, kaç liraya ulaştı rakam?

**KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI FATOŞ ALTUNÇ – Şu an için yaklaşık 450 milyon.**

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ

– Yani yeterli mi? Bence esasında...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Kayıtlara girmesini istiyorum efendim. Orhan Gencebay, Orhan Baba arıyor sürekli, ondan sonra, biz dijital telifi konuşuyoruz, “Bizim daha müzik eserlerimize telif ödenmiyor.” diyor. Bunu söyleyeyim Genel Müdürüm. Siz Orhan Bey’le tanışırsınız.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ – Sayın Bakanım, şimdi 450 milyonluk bir telif pastası var, artık müzik konusunda o kadar kötü durumda değiliz zaten nihayetinde. Umuma açık mahallerden müzik meslek birlikleri, Orhan ağabeyler, 450 milyon TL gibi bir rakamı toplamayı başardılar geçen sene itibarıyla. Ama tabii ki biz bu konuyu açtığımız noktada, emin olun, çok farklı sektörden...

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – O paranın ne kadarının yurt dışına gittiği, ne kadarının Türkiye’de eser sahiplerine ulaştığı da başka bir tartışma konusudur.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ

– Şöyle, o önemli ölçekte ülke içerisinde kalıyor.

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Yani biz yurt dışından ne kadar telif alıyoruz Türkiye’de eser üreticileri için?

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ

– Sayın Vekilim, şöyle...

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Teliften topladığımız toplam değer ne kadarı yurt dışına gidiyor? En önemli konu bu.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ

– Bizim lehimize işliyor o konu. Sebep de şu...

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Ne zamandan beri?

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ

– Çok uzun süreden beri bizim lehimize işliyor. Sebep şu: Bizim eserlerimiz yurt dışında kendi diasporamızdan kaynaklı sıklıkla kullanıldığı için...

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Televizyon dizilerinden bahsediyorsunuz siz.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ

– Müzikten bahsediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Vekilim, biliyorsunuz, televizyonda zaten telif ödeniyor. Başka bir bahis açıldı -kapatıyoruz ama-Türk dizileriyle ilgili Arjantin’de işte...

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Yabancı müzik eserleri nedeniyle müzik meslek birliklerinin üzerinden Türkiye’nin ödediği telifin çok büyük bir değeri yabancı müzik eserlerine, yabancı yapımci kuruluşlara gider.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ

– Sayın Vekilim, ben paylaşırım özelde de. Alırız rakamları seve seve ama belki...

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Bildiğiniz gibi ben de o çalışmaların içindeydim yönetici olarak. 2016 yılından sonraki süreci bilmiyorum yani yapılan çalışmaları, ondan sonra böyle bir daha...

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ

– Şöyle: Bütün rakamlar bize geliyor Sayın Vekilim.

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Şimdi ben de güzel güzel hani buraları dinliyorum, arkasından ne olacak, nelere dikkat edeceğiz, dinleyerek tabii...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Mikrofonunuzu açamadım.

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) – Tamam, bu kadar.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Tamam.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRÜ ERKİN YILMAZ – Yani özetle, son durumda yönlendirme ihtiyacımız var. Tabii ki bütün tarafları dinleyerek, sizlerin riyasetinde zaten karar alınacak. Bu Komisyondan geçmeyecek hiçbir metnin yasalaşması zaten söz konusu olmayacaktır diye düşünüyorum ben. Temelde bu adil dengeyi sağlamak, uluslararası uygulamalar, Türkiye gerçeği, bütün bunları gözetererek elimizden geleni yapacağız. Ama esas konu -ki defaatle biz bunu yaşadık- mevzuatta bizim haklar tanımamız belli gruplara bu hakkın etkin işletileceği anlamına gelmiyor. Benim de esasında vurgu yapmaya çalıştığım, Rekabet Kurumunu biraz daha yanımızda görme refleksinin altında yatan şey buydu ya da başka bir kurum ya da bir tahkim, o tarafı düşünmez isek belli noktada çünkü bir hâkim durum konusunda bir eşitsizlik söz konusu. O masaya oturduğumuz zaman arzu ettiğimiz sonuçları alamamamız kuvvetle muhtemelmiş gibi gözüküyor.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Erkin Bey, çok teşekkür ederim.

BÜŞRA PAKER (İstanbul) – Rekabet Kurumunun sunumunu bize ulaştırır mısınız Sayın Başkanım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Rekabet Kurumu sunumunu dağıtacaklardır ya da dağıtmışlardır.

## II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI (Devam)

4.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, tüm katılımcılara teşekkür ettiğine ve Komisyonun gelecek haftaki gündemine ilişkin açıklaması

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN – Evet, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcımıza, sunumu yapan Selçuk Bey'e, Telif Eserleri Genel Müdürümüz Erkin Bey'e -beraber çalıştığım çok değerli arkadaşım ve kardeşim- çok teşekkür ediyorum. Buraya gelen, dinleyici olarak toplantımıza katılan çok değerli misafirler vardı, onlara da teşekkür ediyoruz. Çok değerli vekillerimin, biliyorum odalarında misafirleri var. Bir taraftan muhtarlar, diğer taraftan vatandaşlarımızın talepleri, diğer taraftan dijitalleşme, biraz da bir oksimoron durum oluşturuyor ama hayatın gerçeği de bu, Türkiye böyle.

Ben çok teşekkür ediyorum; bütün katkılar için, yorumlar, sorular ve zaman ayırdığınız için. Toplantımızı kapatacağım müsaadenizle. Görüşülecek başka bir konumuz olmadığından toplantımızı, Komisyonumuzun çalışmalarını tamamlıyoruz. Hepinize teşekkür ediyorum.

Önümüzdeki hafta Ulaştırma ve Altyapı Bakanımızı, Abdulkadir Uraloğlu Bey'i, tüm bu konularla ilgili, Türkiye'nin bu dijitalleşme hikâyesi, BTK'nin çalışmaları, bant daraltma, reklam yasağı ve lisans iptali, temsilcilik açılması konusunda tam yetkili olarak kendilerini dinleyeceğiz.

Ben tekrar hepinize teşekkür ederim.

**Kapanma Saati: 12.52**