

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ
DİJİTAL MECRALAR KOMİSYONU
TUTANAK DERGİSİ

3'üncü Toplantı
8 Mayıs 2025 Perşembe

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

İÇİNDEKİLER

I.- GÖRÜŞÜLEN KONULAR

II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI

1.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Komisyonun bugünkü gündemine; TBMM olarak ailenin, bireyin, çocuğun, kadının, kamu düzeninin korunmasının kırmızı çizgileri olduğuna; dijital ağların Türkiye'deki temsilcilik açmasının önemine, algoritma değişikliğinin etkilerine, dijital telif meselesine ve bugün ele alınacak konulara ilişkin açıklaması

2.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, tüm danışmanları ve gazetecileri dışarı davet ettiğine, ara vermeden önceki oturumda usul tartışması açılmasını talep eden Ankara Milletvekili Murat Emir'in kısa bir değerlendirme yapacağına ve usul tartışması açılmadan meseleleri çözerek ilerleyeceklerine ilişkin açıklaması

3.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Voltaire'in sözüne ve milletvekillerinin görüşleri farklı olsa da söz hakkına saygı gösterdiklerine ilişkin açıklaması

III.- AÇIKLAMALAR

1.- Ankara Milletvekili Murat Emir'in, algoritma değişikliğinin dijital medyaya etkilerine, konunun önemine, Ekrem İmamoğlu'yla ilgili sürece ve Ekrem İmamoğlu'nun X hesabına erişimin engellenmesine ilişkin açıklaması

2.- Google Reklamcılık ve Pazarlama Limited Şirketi Kamu İlişkileri ve Politikaları Direktörü Tolga Sobacı'nın, şirkete, daha etraflıca bilgi vermek üzere yurt dışından çağırdıkları uzmanlara ve yapılacak sunumların konularına ilişkin açıklaması

IV.- SUNUMLAR

1.- Google İsviçre-Google Arama İlişkileri Lideri-Google Arama Sözcüsü Johannes Matthias Müller'in, arama ürününün nasıl çalıştığı ve onunla ilgili güncellemelerin nasıl yapıldığı hakkında sunumu

2.- Google Fransa-Fransa, Orta Doğu ve Afrika'dan Sorumlu Haber Ortaklıkları Direktörü Faten Dubarry Bouhaouala'nın, Türkiye'deki ve dünyadaki yayıncılarla ilişkileri ve onlarla yaptıkları ortaklık programları hakkında sunumu

V.- İHTİSAS KOMİSYONLARI

A) Görüşmeler

1.- Google temsilcileri tarafından yapılan sunumlar ile Google algoritma değişiklikleri ve sonuçlarına ilişkin görüşme

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ
DİJİTAL MECRALAR KOMİSYONU

-----0-----

3'üncü Toplantı
8 Mayıs 2025 Perşembe
-----0-----

I.- GÖRÜŞÜLEN KONULAR

TBMM Dijital Mecralar Komisyonu saat 13.10'da açılarak iki oturum yaptı.

Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman,

Komisyonun bugünkü gündemine; TBMM olarak ailenin, bireyin, çocuğun, kadının, kamu düzeninin korunmasının kırmızı çizgileri olduğuna; dijital ağların Türkiye'deki temsilcilik açmasının önemine, algoritma değişikliğinin etkilerine, dijital telif meselesine ve bugün ele alınacak konulara,

Tüm danışmanları ve gazetecileri dışarı davet ettiğine, ara vermeden önceki oturumda usul tartışması açılmasını talep eden Ankara Milletvekili Murat Emir'in kısa bir değerlendirme yapacağına ve usul tartışması açılmadan meseleleri çözerek ilerleyeceklerine,

Voltaire'in sözüne ve milletvekillerinin görüşleri farklı olsa da söz hakkına saygı gösterdiklerine, ilişkin açıklama yaptı.

Ankara Milletvekili Murat Emir, algoritma değişikliğinin dijital medyaya etkilerine, konunun önemine, Ekrem İmamoğlu'yla ilgili sürece ve Ekrem İmamoğlu'nun X hesabına erişimin engellenmesine,

Google Reklamcılık ve Pazarlama Limited Şirketi Kamu İlişkileri ve Politikaları Direktörü Tolga Sobacı, şirkete, daha etraflıca bilgi vermek üzere yurt dışından çağırdıkları uzmanlara ve yapılacak sunumların konularına, ilişkin açıklama yaptı.

Google İsviçre-Google Arama İlişkileri Lideri-Google Arama Sözcüsü Johannes Matthias Müller tarafından, arama ürününün nasıl çalıştığı ve onunla ilgili güncellemelerin nasıl yapıldığı,

Google Fransa-Fransa, Orta Doğu ve Afrika'dan Sorumlu Haber Ortaklıkları Direktörü Faten Dubarry Bouhaouala tarafından, Türkiye'deki ve dünyadaki yayıncılarla ilişkileri ve onlarla yaptıkları ortaklık programları, Hakkında sunum yapıldı.

Google temsilcileri tarafından yapılan sunumlar ile Google algoritma değişiklikleri ve sonuçlarına ilişkin görüşme yapıldı.

Komisyon gündeminde görüşülecek başka konu bulunmadığından, toplantıya saat 16.54'te son verildi.

8 Mayıs 2025 Perşembe
BİRİNCİ OTURUM
Açılma Saati: 13.10
BAŞKAN: Hüseyin YAYMAN (Hatay)
BAŞKAN VEKİLİ: Nazım ELMAS (Giresun)
SÖZCÜ: Zeynep YILDIZ (Ankara)
KÂTİP: Levent UYSAL (Mersin)

----- 0 -----

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Komisyonumuzun çok değerli üyeleri, Meclisimizin çok değerli bürokratları ve çalışanları, çok değerli basın mensupları, çok değerli misafirlerimiz; hepinizi saygıyla, sevgiyle selamlıyorum. Hepiniz toplantımıza hoş geldiniz.

Türkiye Büyük Millet Meclisi Dijital Mecralar Komisyonunun 28'inci Yasama Dönemindeki 12'nci Toplantısını yapıyoruz. Teşriflerinizden dolayı hepinize teşekkür ediyorum.

Toplantı yeter sayımız vardır, toplantıyı açıyorum.

II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI

1.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Komisyonun bugünkü gündemine; TBMM olarak ailenin, bireyin, çocuğun, kadının, kamu düzeninin korunmasının kırmızı çizgileri olduğuna; dijital ağların Türkiye'deki temsilcilik açmasının önemine, algoritma değişikliğinin etkilerine, dijital telif meselesine ve bugün ele alınacak konulara ilişkin açıklaması

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Çok değerli milletvekillerim, çok değerli misafirlerimiz, basın mensupları; bugün, Türk basınında ve Türkiye'de artık çok önemli bir problem hâline gelen Google'daki algoritma değişiklikleri konusunu ele alacağız. Ben Google'ın yetkililerine toplantının başında teşekkür ediyorum. Bu toplantıyı daha önce yapacaktık fakat birtakım meselelerden dolayı -hem Meclisin çalışma düzeni hem başka problemlerden dolayı- yapamadık ama bugün çok önemli bir toplantıya, tarihî bir toplantıya Türkiye Büyük Millet Meclisinin ev sahipliği yapacağını düşünüyoruz.

Değerli üyelerimiz, dijital dünya Türkiye de dâhil olmak üzere dünyada çok yoğun bir biçimde tartışılmaktadır. Biz bugün algoritma değişikliği meselesini, dijital telifi konuşacağız ama bu konuya geçmeden önce neredeyse her toplantıda dile getirdiğimiz bir hususu bir kez daha belirtmek istiyoruz. Bu söyleyeceğim konularda Türkiye Büyük Millet Meclisi olarak -iktidar muhalefet-hemfikiriz; ailenin korunması, bireyin korunması, çocuğun korunması, kadının korunması bizim kırmızı çizgilerimizdir iktidarıyla muhalefetiyle. Biz gerçekten düşünce hürriyetinin, fikir hürriyetinin sonuna kadar yanındayız fakat bu konularda aileyi korumak için de, çocuğu korumak için de, toplum düzenini, kamu düzenini korumak için de Türkiye Büyük Millet Meclisi olarak -Türkiye bir hukuk devletidir- üzerimize düşeni de yapacağız.

Dijital mecraların imkânlarından daha çok sosyal medya uygulamaları üzerinden olumsuzluklarının gündeme gelmesini biz doğru bulmuyoruz. Biz dijital mecranın yapay zekâ, yazılım ve başka olanaklarla insanların kendini ifade etmeleri bakımından bu bağlamda ele alınması gerektiğini düşünüyoruz ama geldiğimiz noktada, maalesef -isim de vereceğim- bazı sosyal medya ağlarının etkileşim almak için, daha fazla tık almak için ve daha fazla para kazanmak için toplumsal değerleri, aileyi, çocuğu, kadını, yerli değerleri, millî değerleri, ahlakımızı, ananemizi, örfümüzü yok sayarak davranmalarını asla kabul etmiyoruz. Eğer toplumu korumak, aileyi korumak yasaklıksa, evet, biz de yasakçımız, bunu belirtmek isteriz. Fakat şu hususu dile getirmek istiyoruz: Her şeyin dijitalleştiği, siyasetin, ekonominin, eğitimin, ticaretin, sanatın, kültürün, topyekûn hayatın dijitalleştiği bir dünyada, ekosistemde gerçekten biz de Türkiye'de komisyon olarak kurulduğumuz günden beri bir hukuksal, yönetsel çerçeve çıkarıp bunun üzerinden ilerlemek istiyoruz.

Dijital ağların Türkiye'de temsilcilik açmasını çok önemli buluyoruz. Dijital ağ temsilcilerinin gelip Türkiye Büyük Millet Meclisinde iktidarıyla muhalefetiyle tüm milletvekillerimizin sorularını açık bir biçimde cevaplandırmalarını önemli buluyoruz. Bazı cevaplar, ben de dâhil olmak üzere bazı vekillerimizi ikna etmese de bu diyalog zemininin, bu iletişim imkânının bizatihi önemli olduğunu düşünüyoruz. Hepimiz aynı fikirde olmak zorunda değiliz, farklı fikirlerde olabiliriz ama biz son tahlilde Türkiye'nin ve milletimizin menfaatleri, toplumsal yarar, kamu yararı bağlamında çalışmak istiyoruz.

Bu algoritma meselesi kamuoyunda şöyle anlaşılmaktadır ve bu doğrudan Google'la ilişkilendirilmektedir: İster iktidara yakın ister muhalefete yakın -bu tanımlar da tabii biraz farklı, tırnak içinde söylüyorum bu tanımları da- bazı gazetelerin internet sitelerinin etkileşim sayılarının düşmesiyle beraber reklam gelirlerinin bu etkileşime bağlı olması sonuçta bir probleme yol açmaktadır ve bazı internet siteleri kapatılma riskiyle karşı karşıyadır. Biz, bugün, burada, Google'ın ve Amerika'dan gelen misafirlerimizin bu konuda, evet, şeffaf, açık, anlaşılabilir ve ikna edici cevaplar vermesini beklemekteyiz.

Değerli milletvekilleri, şunu söylemek istiyorum: Meseleyi biz dijitalleşme bağlamında ele alsak da ulus aşırı dijital şirketlerin kendilerini yasamanın, yürütmenin, yargının üzerinde gördüklerinin ve kendilerine yeni dijital tebaalar oluşturduklarının da farkındayız; bunu bir realite olarak olumlu-olumsuz bağlamın dışında ele almak lazım. Özellikle gençlerimizin sosyal ağlarda günün yedi saatini geçirmeleri gerçekten üzerinde düşünmemiz, durmamız gereken bir husustur.

Zaman zaman bir dijital zorbalıkla, dijital faşizmle karşı karşıya kaldığımızı ve dijital mecraların insanların fikirlerini, düşüncelerini, kendi tezlerini dile getirmesi bakımından bir imkân sunması seçeneğine karşı bir kötülük yuvasına, bir dijital çöplüğe dönüştüğünü maalesef mütalaa etmekteyiz. Özellikle dezenformasyon, yalan haber ve konuyu bağlamından saptırmanın ve manipülasyonun yapılmasını asla doğru bulmuyoruz. Son tahlilde, hiçbir denetimin olmadığı sosyal medya mecralarının hem demokrasimizi hem toplumsal barışımızı hem de kamu düzenini tehdit eden bir konuma geldiğini mütalaa etmekteyiz. Hiçbir

kuralın, hiçbir değerin, hiçbir ahlaki normun olmadığı sosyal medya mecraları maalesef giderek büyük bir mühendislik aygıtına dönüşmektedirler. Biz hep şunu söyledik, bir kez daha ifade etmek istiyorum: Gerçek hayatta suç olan dijital dünyada da suçtur.

Bugün ele alacağımız bir diğer konu da yine Türkiye kamuoyunun merakla beklediği dijital telif meselesidir. Dijital telif meselesinde Google'ın, Google yetkililerinin en başından beri pozitif bir tavır içinde olduklarını belirtmem lazım, bugün de tekrar muhtemelen söyleyeceklerdir. İnşallah Türkiye Büyük Millet Meclisi kapanmadan biz bu konuda -büyük bir ortaklık içerisinde konuyu özgürce tartışıyoruz, konuşuyoruz, ele alıyoruz- muhakkak bir düzenleme yapılması gerektiğini talep ediyoruz. Türkiye Büyük Millet Meclisi olarak da bu göreve hazırız.

Meselenin ana fikri şudur: Türkiye'deki Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'na göre haber bir telif konusu değildir. Biz önce Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda haberin bir telif konusu hâline getirilmesine ve bu bağlamda, kullanılmaya bağlı olarak bir ücret ödenmesini talep etmekteyiz çünkü burada gerçek habercilikle, gerçek gazetecilikle, objektif habercilikle, kamu yararını gözeten habercilik ile etkileşim almak isteyen ve bunun içinde her türlü -tırnak içinde- "sakilliği" yapan bir anlayışın yarışmasının imkânının olmadığını düşünüyoruz ve zaten yazılı ve görsel medyanın dijitalleşme karşısında mevzi kaybetmesiyle beraber bu dijital telifte yaşanan irrasyonel gelişmeler süreci daha fazla zora sokmaktadır.

Google'ın algoritma değişiklikleri doğrudan organik trafik üzerinden büyük etkiler doğurabilmektedir. İyi bir sıralama "web" sitesinin daha fazla ziyaretçi çekmesini sağlarken düşük sıralama trafik kaybına yol açmaktadır, bugünkü toplantının da temel tartışma konusu budur. Güncellemeler, kullanıcı deneyimi ve site performansını giderek daha fazla öne çıkarmaktadır. Yavaş yükleme süreleri, mobile uyumsuzluk veya kullanıcı dostu olmayan tasarımlar sıralamaları olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla, algoritma değişiklikleri, yüksek kaliteli içeriklerin öne çıkmasına ve düşük kaliteli içeriklerin gerilemesine neden olabilmektedir. Güncellemeler, yerel işletmelerin arama sonuçlarında daha görünür hâle gelmelerini veya daha düşük sıralarda yer almalarını belirlemektedir.

Değerli milletvekillerim, bu tartışmaların temelinde Google'ın algoritmasının son derece karmaşık olması ve algoritmalarının nasıl çalıştığına dair ikna edici, şeffaf bir izahatın topluma, kamuoyuyla paylaşılması yatmaktadır. Algoritmaların nasıl çalıştığına dair kesin ayrıntıların kamuoyuyla paylaşılması kullanıcıların ve "web" sitelerinin şüphelerinin ortadan kaldırılması bakımından önemlidir. Son yapılan değişiklikler, özellikle gazeteler bakımından görünürlüklerde ciddi düşüşlerin yaşanmasına yol açmıştır; bu bağlamda, Türkiye'de Türk basınının en önemli gündem maddesi hâline gelmiştir. Kaldı ki gazetelerin görünürlüğündeki düşüş ya da "web" sayfalarının, televizyonların daha çok gündeme gelse de bağımsız ve yerel yayıncıların da bu düşüşten ciddi biçimde etkilendiği göz ardı edilmemelidir. Yani sadece ulusal ölçekte değil yerel düzeyde de böyle bir problemle karşı karşıyayız. Bahse konu sitelerin görünürlüğü hâlihazırda düşük olduğundan puanlardaki küçük değişiklikler bile oransal olarak büyük bir etkiye neden olmaktadır. Özellikle gazete ve haber sitelerinin görünürlüklerindeki düşüş diğer taraftan "Örtülü bir sansür uygulamasına mı gidiliyor?" sorularını gündeme getirmektedir, bu konudaki tartışmaların daha da derinleşmesine neden olmaktadır. Yapılan bu müdahalelerin halkın haber alma özgürlüğüne doğrudan etki etmesi tartışmaları giderek yoğunlaştırmakta ve mecrasından çıkarmaktadır. Demokratik toplumların olmazsa olmaz unsurlarından biri olan medyanın ve haber alma özgürlüğünün Google'ın "algoritma" adı altında yoğun olarak eleştirilen uygulamalarıyla engellendiği düşüncesi toplumda önemli bir tartışma konusu hâline gelmiştir. Dolayısıyla "algoritma değişiklikleri" adı altında yayıncıların saf dışı bırakılmasının ve böylece halkın doğrudan ve tarafsız bilgiye ulaşmasının engellendiği gibi bir tartışma ortaya çıkmaktadır.

İşte, bütün bu sorulara ve milletvekillerimizin soracağı sorulara cevap vermek üzere Google Bilgi Teknolojileri Limited Şirketi temsilcisi Sayın Tolga Sobacı'ya sözü vereceğim, o da heyete açıklamalarda bulunacak ve daha sonra, burada Komisyonumuzun üyesi olan değerli milletvekillerime ve bu Komisyona değer atfederek gelen çok değerli milletvekillerimize sözü vereceğiz. Uzun uzun konuşacağız, zaten maksadımız konuşmak ve dinlemek; aynı kanaatte olmasak dahi birbirimizin fikirlerine saygı duyacağız diyorum, sözü Tolga Bey'e veriyorum.

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, söz istiyorum sizden, söz talep ediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Söz vereceğim efendim.

MURAT EMİR (Ankara) - "Vereceğim." değil, söz vermek durumundasınız Sayın Başkan, takdir yetkiniz yok burada. Usul tartışması açmak üzere Grup Başkan Vekili olarak söz istiyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Söz vereceğim size.

MURAT EMİR (Ankara) - Bakın "Söz vereceğim." demek iyi bir şey değil.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Gerçekten vereceğim, Murat Bey, size söz vereceğim.

MURAT EMİR (Ankara) - Bakın, siz bana dilediğiniz zamanda söz vermek durumunda değilsiniz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Hayır hayır; dinlediğim zamanda değil, misafirlerim bir...

MURAT EMİR (Ankara) - Bakın, misafirlerle ilgili bir durum yok burada. Çok net, usul tartışması açmak üzere söz istiyorum İç Tüzük'ten kaynaklanan yetkililerimizle.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Size söz vereceğim. Misafirlerimiz bir kendisini tanıtsın.

MURAT EMİR (Ankara) - Bakınız, tekrar ediyorum: Misafirlerle ilgili bir durum yok; basın özgürlüğü, ifade özgürlüğü, kişi hak ve hürriyetleriyle ilgili temel bir sorun var. Bu sorun konuşulmadan ve bana söz hakkı verilmeden herhangi bir gündeme geçemezsiniz Sayın Başkanım. İç Tüzük'e uyacaksınız, uymak durumundasınız.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - İç Tüzük'e uyacağım. Siz Grup Başkan Vekilimizsiniz, tabii ki size söz hakkı vereceğim. Sizi şahsen de tanıyorum, kişisel bir hukukumuz da var, kesinlikle size söz vereceğim. Önce Tolga Bey...

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Çok rica ediyorum, bakın...

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, usul tartışması açıyoruz, usul tartışması her şeyin önündedir, usulünüzü tartışacağız biz burada.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Usul tartışmasını birazdan açacağız, misafirleri bir tanıyalım.

MURAT EMİR (Ankara) - Hayır.

Bakın, Sayın Başkan, yaptığınız işlemin usule ve İç Tüzük'e aykırı olduğunu söylüyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Hangi maddeye dayanarak söylüyorsunuz?

MURAT EMİR (Ankara) - Siz bana söz verirsiniz ben size bunu ayrıntılarıyla anlatacağım ve bunu vermek durumundasınız.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ben size söz vereceğim.

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, İç Tüzük'ü çiğnemeyin, kötü başlamayalım. Ben burada Komisyonun zamanını çok almadan, uzatmadan ama bu Komisyonla bire bir ilgili birçok konuyu kısa sürede gündeme getirip sizin konuklarınızı dinlemenize fırsat vereceğim. Ama eğer İç Tüzük'ü uygulamazsanız başka türlü gelişir, bunun altında kalmayın şahsen.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Şöyle: Çok teşekkür ederim bu uyarılarınız için, biz bunları çok saygıyla karşılıyoruz. Ben size usul tartışması bağlamında da söz hakkı vereceğim ve...

MURAT EMİR (Ankara) - Bakın, Sayın Başkan, usul tartışması her şeyin önündedir.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - ...sizin sözlerinizin hiçbirine katılmasam dahi ki öyle bir durum yok.

MURAT EMİR (Ankara) - Hissettiniz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Estağfurullah.

Voltaire'in sözüne referans yapıyorum. Bizim Dijital Mecralar Komisyonunda... Voltaire diyor ya "Söylediklerinizin hiçbirine katılmasam da söz hakkınızı sonuna kadar savunuyorum." Ayrıca, sizinle ilgili de "Söylediklerinizin hiçbirine katılmıyorum." diye bir durumu söylemiyorum ama dediğim gibi, Murat Başkanım, kesinlikle size söz vereceğim.

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, ben sizden söz istemiyorum; bakın, ben sizden usul tartışması açmak üzere söz istiyorum. Usul tartışması İç Tüzük'ümüze göre her gündemin önündedir. Siz açtınız, açtığınız anda bizim usul tartışması başlatma hakkımız var. Sizin zamanlama olarak "Şundan sonra söz vereceğim:" "Bundan sonra söz vereceğim." demek gibi bir durumunuz yok Sayın Başkan. Bakın, şöyle söyleyeyim: Siz bana bu söz hakkınızı verin, İç Tüzük'ü çiğnemeyin, bu yükün altında kalmayın. Siz bizim bildiğimiz, görüşlerinizi takip ettiğimiz, kitaplarını okuduğumuz, özgürlükçü ve demokratik tavrıyla Türkiye'de akademik dünyada da siyasi dünyada da saygınlığı olan bir isimsiniz; bu yükün altına girmeyin Sayın Başkan. Şu konuşmayı yapacağız, usule aykırı bir işlem yapmayın.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Efendim, ben size çok teşekkür ederim güzel sözleriniz için. İnşallah, ben de bu güzel sözlerinize layık olmaya çalışacağım. Çok teşekkür ediyorum. Ben de sizinle ilgili tabii ki çok pozitif bir şey...

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, böyle tartışma yapamazsınız, böyle olmaz, böyle ilerleyemezsiniz Sayın Başkan, bunu yapamazsınız. Burası İç Tüzük'le ve Anayasa'yla yönetilir, Komisyonu kendi takdir yetkinizle yönetemezsiniz Sayın Başkan, böyle bir hakkınız yok.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Başkanım, Murat Bey, sözünüz bitti mi?

MURAT EMİR (Ankara) - Bitmedi, söz istiyorum ben, ben sizden söz istiyorum, usul tartışması açıyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bu bağlamda, sözünüzün bittiğini... Yani size söz vereceğim, hiçbir itirazım yok.

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, böyle yapamazsınız, buna izin veremeyiz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ben Komisyon Başkanıyım...

MURAT EMİR (Ankara) - Komisyon Başkanı dediğiniz İç Tüzük'e ve Anayasa'ya uyacak.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - İç Tüzük ve Anayasa'ya uyararak bu toplantının gündemi Başkan tarafından yönetilecek. Ben size söz vereceğim, on dakika müsaade edin. Arkadaşlar bir çerçeve çizsinler, size Grup Başkan Vekilimiz olarak söz vereceğim.

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, bana söz verip vermemeniz önemli değil, zaten vereceksiniz sözü ama ben size usul tartışması açtığımı söylüyorum. Usul tartışması açıyorum ve usul tartışması gereğince de konuşma hakkımız var. Bunun gereğini yerine getirmenizi bekliyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Usul tartışması açma teklifinizi ben de Başkan olarak reddediyorum ve sözü Tolga Bey'e verdim.

Buyurun, söz sizin.

MURAT EMİR (Ankara) - Tartıştırmadan reddedemezsiniz, yapamazsınız! Sayın Başkan, yapamazsınız bunu! Bakın, yapamazsınız!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Yaptım.

MURAT EMİR (Ankara) - Yapamazsınız! Yapamazsınız!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Yaptım.

Tolga Bey, buyurun.

MURAT EMİR (Ankara) - Böyle bir şey olur mu ya, Anayasa'yı çiğniyorsunuz. Bakın, bana usul tartışması yaptırmadan bu Komisyonu yürütemezsiniz!

(CHP milletvekillerinin sıra kapaklarına vurmaları)

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Açıyorum mikrofonu, Tolga Bey, buyurun.

MURAT EMİR (Ankara) - Konuşmayın arkadaşlar. "..."¹

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Size söz vereceğim Murat Bey.

MURAT EMİR (Ankara) - Hayır, ben usul tartışması açıyorum, şimdi söz istiyorum Sayın Başkan.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Buyurun, söz sizin.

MURAT EMİR (Ankara) - Hayır, böyle bir şey olamaz!

¹ Bu bölümde Ankara Milletvekili Murat Emir tarafından Türkçe olmayan kelimeler ifade edildi.

OKAN KONURALP (Ankara) - Siz de başlamayın, sakın başlamayın! Sakın konuşmaya başlamayın! Sakın ağzınızı açmayın!

NAZIM MAVİŞ (Sinop) - Tehdit edemezsiniz! Tehdit mi ediyorsunuz?

OKAN KONURALP (Ankara) - Tehdit falan etmiyorum. "Usul tartışması" diyoruz, müdahale ediyorsunuz.

NAZIM MAVİŞ (Sinop) - Olmaz öyle şey! Arkadaşlar, lütfen...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Usul tartışmasını Başkan olarak reddediyorum. Anayasa'ya ve İç Tüzük'e uygun olarak...

(CHP milletvekillerinin sürekli sıra kapaklarına vurmaları)

MURAT EMİR (Ankara) - Hayır efendim, tartışmadan reddedemezsiniz!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tolga Bey, buyurun.

Ya, Başkanım, size söz vereceğim.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Sayın Başkanım, eğer müsaade ederseniz gerilimi dindirmek adına...

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, buna müsaade etmiyoruz. Ekrem İmamoğlu'nu susturdunuz, burada da bizi susturamazsınız! Bizi böyle dinlemeye çalışırsınız! Bu tavrınızı protesto ediyoruz. Anayasa'ya ve İç Tüzük'e uymanızı talep ediyorum. Ekrem İmamoğlu'nu susturdunuz, bizi susturamayacaksınız! Bu Meclisi, bu mikrofonu, bu kürsüyü susturmaya çalışıyorsunuz; susturamayacaksınız!

(CHP milletvekillerinin sürekli sıra kapaklarına vurmaları)

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Buyurun Tolga Bey, söz sizin.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Sayın Başkanım, sükûneti sağlayabilmek adına derseniz konuşsunlar ve biz daha sonra yerimizi almak için verebiliriz kendi sıramızı isterseniz Başkanım.

MURAT EMİR (Ankara) - Bu tutumlarınızın altında kalacaksınız! Bu sözlerinizin altında boğulacaksınız, boğulmaya mahkumsunuz! Hukuk bilmiyorsunuz, Anayasa bilmiyorsunuz, yasalara uymuyorsunuz, İç Tüzük'e uymuyorsunuz, despot gibi yönetiyorsunuz bu Meclisi! Mahkemelere talimat verdiğiniz gibi talimatla gelmişsiniz, İç Tüzük'ü çiğniyorsunuz. Bu size yakışmıyor Sayın Başkan. Sizi tekrar, Anayasa ve İç Tüzük'e uygun usul tartışması başlatmaya davet ediyorum.

(CHP milletvekillerinin sürekli sıra kapaklarına vurmaları)

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Arkadaşlar, Murat Bey'i medya çekiyor zaten, Murat Bey'in dinlenmesine siz de engel oluyorsunuz; sonlandıralım.

Buyurun.

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, boşuna ısrar ediyorsunuz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Murat Bey, bakın...

ÖMER FETHİ GÜRER (Niğde) - Başkanım usul üzerine konuşma bitmişti şimdiye kadar.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Aynen. Zaten konuşmasını yaptı Murat Bey.

MURAT EMİR (Ankara) - Hayır, ben konuşmamı yapmadım Sayın Başkan, yapamazsınız! Buna izin vermeyiz Sayın Başkanım!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Buyurun.

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan...

"..."²

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ya, Türk vatandaşı, Tolga Bey Türk zaten.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Ben Türkçe biliyorum Sayın Vekilim.

MURAT EMİR (Ankara) - Bizden önce konuşamazsınız!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Arkadaşlar, bakın, bu mesele şudur...

MURAT EMİR (Ankara) - Böyle bir hakkınız yok, burası Meclis!

(CHP milletvekillerinin sürekli sıra kapaklarına vurmaları)

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Ben şu anda Başkanımızın yönlendirmesini bekliyorum ama arzu ederse Başkanımız, onay verirse, sırayı size verebiliriz, biz kendimizi hemen tanıtmak zorunda değiliz. Başkanımızın takdirine bırakıyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Konuşmaya siz başlayın.

MURAT EMİR (Ankara) - Başlayamaz!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Başlayın.

MURAT EMİR (Ankara) - Ya, eşkiya mısınız! İç Tüzük'e uymayacak mısınız!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Valla, eşkiyalık yapan sizsiniz! Pardon yani! Bakın, bütün Türkiye'nin önünde... Usul tartışmasını kabul etmiyoruz.

MURAT EMİR (Ankara) - Usul tartışması açıyoruz, hakkımızı kullanıyoruz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ben bu Komisyonun Başkanıyım ve siz bu Komisyonun üyesi bile değilsiniz, geliyorsunuz, nezaket bile göstermeden burada gelip konuşmak istiyorsunuz. Ben sizi konuşturacağım diyorum. Siz gelip burada toplantı düzenini bozuyorsunuz, biz bunu asla kabul etmiyoruz! Ben size söz hakkı vereceğim. Eğer siz söz hakkı istiyorsanız bekleyeceksiniz! Usul tartışmasını...

² Bu bölümde Ankara Milletvekili Murat Emir tarafından Türkçe olmayan kelimeler ifade edildi.

MURAT EMİR (Ankara) - Ben usul tartışması açılmasını istiyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Usul tartışmasını...

MURAT EMİR (Ankara) - Neden korkuyorsunuz? Benim konuşmamdan niye bu kadar korkuyorsunuz? Ekrem İmamoğlu'ndan korktuğunuz gibi bizden de mi korkuyorsunuz!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ya, korksam sizin gibi olurum.

MURAT EMİR (Ankara) - O zaman usul tartışması açalım. Varsa cesaretin gel konuş sen de!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bakın, burada siz, bizim Komisyonumuzun üyesi bile değilsiniz. Sizi biz, Grup Başkan Vekili olarak geldiniz, dinliyoruz, size söz hakkı vereceğim diyorum ama bütün Türkiye'nin gözünün önünde bu zorba anlayışı asla kabul etmiyoruz. Gelip bizim toplantımızın, Komisyonumuzun düzenini bozamazsınız.

(CHP milletvekillerinin sürekli sıra kapaklarına vurmaları)

MURAT EMİR (Ankara) - Komisyonun düzeni ancak İç Tüzük'e uymakla olabilir.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - İç Tüzük'e uyuyorum ben, İç Tüzük'ten aldığım yetkiyle ben toplantıyı başlatıyorum ve daha sonra usule ilişkin tartışmayı başlatacağım.

ELİF ESEN (İstanbul) - Sayın Başkan, Komisyon üyelerine oylatın, devam etsin.

MURAT EMİR (Ankara) - Usul önce gelir ya! Sen bilmiyor musun, nasıl Başkansın! Usul her şeyden önce gelir!

ELİF ESEN (İstanbul) - Sayın Başkan, oylama yapın, devam ettirin.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bakın, Murat Bey, sen dış hekimliği fakültesi mezunusun, ben Siyasal Bilgiler Fakültesi mezunuyum; buraya buradan girme!

MURAT EMİR (Ankara) - Ben Hacettepe Tıp ve Ankara Hukuk mezunuyum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, arkadaşlar, bir dakika...

OKAN KONURALP (Ankara) - İç Tüzük'te ne yazıyorsa onu yapacaksınız.

ELİF ESEN (İstanbul) - Demokratik hakkı, konuşabilir. Konuşsun Başkanım, yapmayın, ifade özgürlüğünü sınırlamayın, doğru değil!

(CHP milletvekillerinin sürekli sıra kapaklarına vurmaları)

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Okan Bey, Sayın Tuncay Özkan, bir durduralım, tamam. Murat Bey, bir saniye! Arkadaşlar, bir müsaade edin, başka bir şey diyeceğim. Arkadaşlar, rica ediyorum.

Arkadaşlar, şu basını bir dışarı alayım.

MURAT EMİR (Ankara) - Hayır!

Dijital mecralardan niye korkuyorsunuz? Dijital mecralar burada işte, Dijital Mecra Komisyonu değil misiniz siz?

(CHP milletvekillerinin sürekli sıra kapaklarına vurmaları)

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Arkadaşlar... Arkadaşlar...

ELİF ESEN (İstanbul) - İfade özgürlüğü, konuşması lazım Başkanım. Söz hakkı verin, devam etsin.

MURAT EMİR (Ankara) - Neyi saklıyorsunuz! Neden korkuyorsunuz? Bu korkaklık niye? Tutukladınız olmadı, diplomasını iptal ettiniz olmadı, malına el koydunuz olmadı; şimdi de hesabına mı el koyuyorsunuz? Korkuyorsunuz, korkunuzda boğulacaksınız!

Çekin arkadaşlar, kimse sizi gönderemez!

(CHP milletvekillerinin sürekli sıra kapaklarına vurmaları)

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Değerli basın mensupları, çok değerli misafirlerimiz, ben çok özür diliyorum, böyle bir toplantı düzeni yok.

MURAT EMİR (Ankara) - İç Tüzük'ü çiğniyorsunuz!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bizim Komisyonumuz üç buçuk yıldır çalışmalarına devam ediyor ama gerçekten ilk defa böyle bir nahoş durumla karşı karşıyayız. Ben tekrar söylüyorum: Sayın Murat Bey'i tanıyorum, biliyorum ve kendisine de söz vereceğim ama misafirlerimizi...

MURAT EMİR (Ankara) - Sayın Başkan, niye anlamak istemiyorsunuz, usul tartışması açıyorum, konuşma hakkımızı vermenizi istiyorum, İç Tüzük'e de uyacaksınız!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Toplantıya on beş dakika ara veriyorum.

Kapanma Saati: 13.38

İKİNCİ OTURUM
Açılma Saati: 14.13
BAŞKAN: Hüseyin YAYMAN (Hatay)
BAŞKAN VEKİLİ: Nazım ELMAS (Giresun)
SÖZCÜ: Zeynep YILDIZ (Ankara)
KÂTİP: Levent UYSAL (Mersin)
----- 0 -----

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, çok değerli milletvekillerim, çok değerli misafirlerimiz; toplantı yeter sayısı vardır, toplantıyı açıyorum.

2.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, tüm danışmanları ve gazetecileri dışarı davet ettiğine, ara vermeden önceki oturumda usul tartışması açılmasını talep eden Ankara Milletvekili Murat Emir'in kısa bir değerlendirme yapacağına ve usul tartışması açılmadan meseleleri çözerek ilerleyeceklerine ilişkin açıklaması

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Toplantıyı açtığım anda tüm danışman arkadaşları, tüm gazetecileri dışarı davet ediyorum. Toplantımıza böyle devam edeceğiz, sizden özellikle ricamdır, lütfen.

Çok değerli misafirlerimiz, tekrar hoş geldiniz.

Çok değerli milletvekillerim, çok değerli arkadaşlarım; hepinizi saygıyla sevgiyle selamlıyorum.

Demokrasi bunun için güzel, konuşarak çözemeyeceğimiz hiçbir meselemiz yoktur, yeter ki konuşma zeminini muhafaza edelim.

Şimdi, ilk sözü Sayın Grup Başkan Vekilimiz Murat Bey'e vereceğim. O, Genel Kurul çalışmalarına katılacağı için kısa bir değerlendirme yapacak. Daha sonra biz kendi gündemimize devam edeceğiz. Böylece bir usul tartışması başlatmadan ve kendi aramızda meselelerimizi çözerek ilerleyeceğiz. Kendi aramızda yaptığımız mutabakatla bu noktaya vardık. Hepinize teşekkür ediyorum.

Buyurun Başkanım.

III.- AÇIKLAMALAR

1.- Ankara Milletvekili Murat Emir'in, algoritma değişikliğinin dijital medyaya etkilerine, konunun önemine, Ekrem İmamoğlu'yla ilgili sürece ve Ekrem İmamoğlu'nun X hesabına erişimin engellenmesine ilişkin açıklaması

MURAT EMİR (Ankara) - Teşekkür ederim Sayın Başkan.

Çok değerli Komisyon üyeleri, çok değerli konuklarımız ve basın emekçileri; hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Tabii, çok önemli bir toplantı ve yurt dışından çok değerli temsilciler aramızdalar. Türkiye'de, maalesef, özellikle algoritma üzerinden basın özgürlüğü ve ifade özgürlüğü üzerinde büyük tehlikeler olduğuna tanık oluyoruz. Dolayısıyla bu konunun Komisyonumuzda ayrıntılarıyla tartışılması, konuşulması ve Türkiye'de zaten can çekişmekte olan internet medyasının hiç olmazsa bundan sonra daha uygun koşullarda yaşayabilmesinin önünün açılmasına dönük yasal düzenlemelerin yapılması ve Google gibi buradaki sektör devinin de buna uygun adımlar atması olanaklı olur ve Türkiye'de basın özgürlüğünün, zaten zor koşullarda ve ağır sansüre rağmen yaşam savaşı veren medya kuruluşlarının bir nebze olsun nefes alması sağlanabilir. Bu yönüyle de tüm Komisyonumuza çalışmalarında başarılar dileyerek sözlerime başlamak istiyorum.

Değerli arkadaşlar, biz, burada, bugün, elbette, Dijital Mecralar Komisyonunda basın özgürlüğünü, ifade özgürlüğünü, haberleşme özgürlüğünü ve temel hak ve özgürlükleri konuşuyoruz ve konuşacağız. Dolayısıyla, bunlar söz konusu olduğunda, bugün yaşanan, bize göre son derece vahim ve demokrasiyi, Anayasa'yı, yasaları ayaklar altına alan bir durumun burada konuşulmadan geçmesi uygun olmazdı diye düşünerek kısaca bu konudaki görüşlerimi ifade etmek isterim.

Sayın Ekrem İmamoğlu 3 kez İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığına seçilmiş ama Cumhurbaşkanlığı adaylığı söz konusu olduktan sonra üzerine delillerle, olmayan delillerle ve savcılıklar, sulh ceza hâkimlikleri üzerinden yargının bir sopa olarak kullanılmasıyla yürütülen bir sürece maruz bırakılmıştır. Özet olarak söyleyecek olursak, değerli arkadaşlar, Sayın İmamoğlu'nun otuz beş yıl önce aldığı diploma geçersiz sayıldı; Sayın İmamoğlu, tutuklanması için hiçbir hukuki sebep yokken tutuklanarak cezaevine konuldu; Sayın İmamoğlu'nun mal varlığına hiç gerek yokken el konuldu ve şimdi de Sayın İmamoğlu'nun X hesabına erişim engeli getirildiğini öğrenmiş oluyoruz.

Şimdi, değerli arkadaşlar, mevcut duruma baktığınızda çok kısa bir hukuki değerlendirme yapmak isterim. X hesabına erişimin engellenmesi için hiçbir gerekçe yoktur, hiçbir hukuki dayanak yoktur. Türkiye'deki özellikle keyfî erişim kısıtlamalarını sadece İmamoğlu üzerinden değil birkaç örnekle ve dakika içerisinde gündeminize getirmek isterim.

Bir defa Sayın İmamoğlu bir X paylaşımında bulunuyor ve diyor ki: "Millette sesleniyorum: Bu bir avuç muhteris hem millete hem de devlete büyük zarar veriyorlar; şikâyetçi olun, susmayın ve sesinizi yükseltin." Söylenen budur. TCK 214 yani suç işlemeye alenen tahrik suçu oluşturabileceği değerlendirilerek savcılık buna harekete geçiyor. Savcılık diyor ki: "Evet, bu sözlerde insanları suç işlemeye tahrik unsuru var." Ve bunun üzerine sulh ceza hâkimliği de bir tedbir kararı veriyor. Neye dayanarak veriyor? 5651 sayılı Kanun'un 8'e (a) bendine dayanarak bu erişim engeli kararını veriyor. Benim burada özellikle altını çizmek istediğim şey, Türkiye'de, maalesef, erişim engeli kararları hem yasal dayanaktan yoksun hem de söz konusu yasa, anayasal dayanaktan yoksun ve hukuki değerlendirmelerin ötesinde birilerini susturmaya dönük, birilerinin ifade özgürlüğünü yok etmeye dönük keyfî bir biçimde kullanıldığını ortaya koymak. Bir defa söz konusu yasa, 5651 sayılı Yasa'nın ilgili maddesi diyor ki: "Millî güvenlik, kamu düzeninin korunması, suç işlenmesinin önlenmesi amacıyla paylaşımda eğer bir tehlike var ise buna erişim engeli getirebilirsiniz." Oysa "millî güvenlik" "kamu düzeninin korunması" "suç işlenmesinin önlenmesi" kavramları son derece geniş

kavramlar; kimin, neye göre belirleyeceğinin belirli olmadığı, öngörülemez, hukuki güvenlikten yoksun kavramlar ve nitekim, Anayasa Mahkemesi de bu kanunun uygulanmasıyla ilgili birçok noktada hak ihlali kararı vermiş. Anayasa Mahkemesi diyor ki: "Bu yasa..." Yani bugün dayandıkları, Ekrem İmamoğlu'na erişim engeli getirdikleri söz konusu yasa, Anayasa'ya aykırı ve Anayasa Mahkemesi kişisel başvurularda bunu hükmü bağlamış, dikkatinizi çekiyorum. Biz 2015'te bu yasa çıktığı zaman hakkımız olarak Anayasa Mahkemesine gittik ama Anayasa Mahkemesi usulden iptal etti, içeriğine girmede. Dolayısıyla, bir iptal söz konusu değil ama bireysel başvurulardan dolayı Anayasa Mahkemesinin verdiği kararlara baktığınızda söz konusu maddenin hem ifade özgürlüğünü sınırladığı hem de söz konusu -biraz önce söyledim- kamu düzeninin bozulması, suç işlenmesine tahrik gibi konular üzerinden yürütülmesinin Anayasa'ya aykırı olduğuna hükmetti. Dolayısıyla, Anayasa'ya aykırı bir maddeyle bugün erişim engeli getiriliyor.

Değerli arkadaşlar, bu da yetmiyor Anayasa Mahkemesi diyor ki: "Burada silahların eşitliği söz konusu değil, ilgilinin bu soruşturmadan haberi dahi yok, ilgili bu soruşturmanın tarafı değil." Türkiye'deki düzeni anlatmak için söylüyorum. Savcılık harekete geçiyor, sulh ceza hâkimliğine gidiyor, söz konusu ilgilinin yani somut durumda Ekrem İmamoğlu'nun burada bir taraf sıfatı dahi yok, onunla ilgili bir işlem yapılıyor, "Erişim engeli getirdik." deniyor. Artı, üstüne üstlük bir de yine Anayasa Mahkemesi kararları var; erişim engelinin hiç olmazsa söz konusu paylaşım ile ilgili olması ama bütün hesaba ilgili olmaması gerekir, aklın gereği budur, hukukun gereği budur, vicdanın gereği budur ama bunu da göremiyorsunuz. "Vay, sen hukuku mademki bu maddeye göre çiğnedin, biz öyle değerlendiriyoruz, bütün hesabını askıya alıyoruz." deniyor. Şöyle özetleyeyim: Anayasa'ya aykırı bir madde var, maddenin içerisinde "Sen kamu düzenini tehdit ettin." gibi geniş bir ibare var, savcılık diyor ki "Bu kişi kamu düzenini alt üst etti." bunun üzerinden bir hâkim sulh ceza hâkimliğine gidiyor, "Evet, böyle olmuştur." diyor, tak kapatılıyor. Türkiye'deki ifade özgürlüğünün geldiği somut durum budur arkadaşlar ve baktığınız zaman değerli arkadaşlar, burada yapılanın keyfîlik olduğu, yapılanın husumet duyulan kişi kimse; bugün Ekrem İmamoğlu, yarın bir başkası, bunun susturulmasını hedeflediği apaçık ortada.

Diğer bir konu, altını çizmem gereken, mutlaka altını çizmem gereken diğer bir konu değerli arkadaşlar, Anayasa Mahkemesi defalarca burada bir hak ihlali olduğunu, bu yasa üzerinden erişim engelleri getirilmesinin Anayasa'ya aykırı olduğunu söylüyor ama bir de Venedik Komisyonu var, Avrupa Komisyonunun anayasayla ilgili çalışan alt birimi Venedik Komisyonu ve Venedik Komisyonunun da önerisi var, 2016 tarihli raporu var. "Söz konusu 8/(a) maddesini mutlaka yeniden düzenlemek gerekir." şeklinde bir raporu var. Yani karşı karşıya bulunduğumuz durum tamamen hukuksuz, tamamen mesnetsiz, tamamen dayanıksız. Önce bir karar veriliyor trollerle, "Ekrem İmamoğlu'nu susturalım." Bu karar veriliyor, troller harekete geçiriliyor. Sonrasında troller işini tamamladıktan sonra da bir savcı, bir hâkim "Biz böyle yorumladık." diyorlar ve sonunda baktığınızda bir erişim engeli söz konusu.

Şunun altını çizmek isterim, şöyle bir tartışma yürütülüyor: "Efendim, cezaevinden nasıl "tweet" atar? Cezaevindeki bir kişi nasıl X paylaşımı yapar?" Yapar, yapabilir, bu hakkı var. Bu hakkı sonuna kadar var. Sayın Tuncay Özkan altı yıl hücre hapsinde yatırılmış şu anda bir parlamenter, gazeteci, düşün insanıdır. Altı yıl cezaevinde hücrede yattı ve X paylaşımları vardı. Şimdi işaret ediyor.

Değerli arkadaşlar, tutukluluk bir tedbirdir. Niye yapılır bu? Bir, kaçmasın diye yapılır. İki, delilleri karartmasın diye yapılır. Şimdi, biz diyoruz ki seçilmiş belediye başkanını tutuklamayın, yargılayın. Herkes herkesi yargılayabilir, Türkiye'de kimse yargıdan kaçamaz, kimsenin suç işleme özgürlüğü olamaz ama siz tutukladınız, bir defa 16 milyon İstanbullunun iradesini cezaevine koydunuz. Yetmedi, şimdi de iletişimini elinden alıyorsunuz. Ya, bu kişi sadece tutuklu, sadece tutuklu; düşünebilir, yazabilir, bunları söyleyebilir, dışarıya mektup yazabilir, avukatlarına bunu söyleyebilir, X paylaşımı yapabilir, bunun önünde herhangi bir engel yok ama karar verilmiş bir defa.

Dolayısıyla, değerli arkadaşlar, çok uzatmak istemiyorum, kimsenin sabrını taşımak da istemem, bunların tutanağa geçmesi lazım. Ekrem İmamoğlu'ndan çok korkuyorlar. 15,5 milyon vatandaşımızın oyuyla Cumhuriyet Halk Partisinin 13'üncü Cumhurbaşkanı adayı oldu kendisi ve onu minderinin dışına itmek için, onunla bir seçimde yarışamayacaklarını bildikleri için türlü iddialarla ama altını asla destekleyemedikleri, içine asla delil koymadıkları dosyalarla tutukluyorlar. Tutukladıkları yetmiyormuş gibi mallarına el koyuyorlar. Yetmiyor, otuz beş yıl önceki diplomasını iptal ediyorlar. Yetmiyor, şimdi de "Sen dışarıya X paylaşımı yapamazsın." diyorlar. Niye? Niye yapamayacak? Çünkü sen halkı suç işlemeye teşvik ettin. Nerede, nerede? "Susmayın, ayağa kalkın." diyor. Ne diyecek? Ben de diyorum: Bu halk bu hukuksuzluklara, bu haksızlıklara karşı susmayacak ve ayağa kalkacak. Dün Beyazıt'ta ışıkları söndürdüler, ışıklarıyla geldi vatandaşımız, diplomayı iptal ettiler, diplomalarıyla geldi. Bu yol, yol değil, bu gidiş, gidiş değil. Eninde sonunda o sandık gelecek. Eninde sonunda halkın vicdanında tartılacaksınız. Anayasa'ya, yasalara uygun ve bütün yaklaşımların demokrasiden yana, özgürlüklerden yana, ifade özgürlüğünden yana olması gerektiğini bir kez daha burada, huzurunuzda söylemek isterim.

Sabrınız için ve beni dinlediğiniz için teşekkür ederim.

II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI (Devam)

3.- Komisyon Başkanı Hüseyin Yayman'ın, Voltaire'in sözüne ve milletvekillerinin görüşleri farklı olsa da söz hakkına saygı gösterdiklerine ilişkin açıklaması

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, şimdi, söz Google yetkililerinde.

Murat Emir Bey Cumhuriyet Halk Partisinin Grup Başkan Vekili, Genel Kurulda programı olduğu için kendisine söz verdik.

Ben de tutanaklara girmesi için şu sözü, biraz önceki oturumda da ifade etmiştim, Voltaire'in sözü: "Söylediklerinizin hiçbirine katılmıyorum ama söz söyleme hakkını sonuna kadar savunuyorum." Biz sonuçta milletvekilleriyiz, milletimiz bizden gerçekten Türkiye'deki faaliyetlerle ilgili çalışma yapmamızı istiyor. Kendi aramızda anlaşılmadığımız konular var ama bu anlaşılmayacağımız anlamına gelmiyor ve dolayısıyla görüşlerimiz farklı olsa da birbirinin söz hakkına sonuna kadar saygı gösteriyoruz.

Şimdi, Türkiye için en önemli konulardan bir tanesi olan Google algoritması meselesinde sözü sayın temsilciye veriyorum.

Buyurun.

III.- AÇIKLAMALAR (Devam)

2.- Google Reklamcılık ve Pazarlama Limited Şirketi Kamu İlişkileri ve Politikaları Direktörü Tolga Sobacı'nın, şirkete, daha etraflıca bilgi vermek üzere yurt dışından çağırdıkları uzmanlara ve yapılacak sunumların konularına ilişkin açıklaması

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ TOLGA SOBACI - Sayın Başkanım, saygıdeğer vekillerim, değerli basın mensupları; ismim Tolga Sobacı. Google Reklamcılık ve Pazarlama Limited Şirketinin Kamu İlişkileri Direktörü olarak görev yapıyorum.

Bugün yanımda ekibimden Kamu İlişkileri Müdürümüz Sayın Duygu Yücesoy da benimle birlikte.

Kısaca firmamızdan bahsetmek istiyorum: Google Reklamcılık on dokuz yıldır Türkiye'deki reklamcılık, satış ve pazarlama desteği alanında faaliyet göstermektedir. Şirketimiz yani Türkiye'de kurulu olan şirket, Google arama ve Youtube gibi hizmetlerin sahibi ve sağlayıcısı olan Amerika'da yerleşik Google LLC'den ayrı Türkiye'de kurulu tüzel bir kişiliktir. Bu şirket, Türkiye'deki şirket Google LLC tarafından sağlanan ürün ve hizmetler üzerinden herhangi bir tasarruf yetkisine sahip değildir ve Google LLC'nin şubesi, temsilcisi ya da irtibat bürosu olarak faaliyet göstermemektedir.

Google Reklamcılık çalışanları olarak ben ve Duygu Hanım kamu ilişkilerindeki rollerimizden edindiğimiz bilgi ve tecrübenin yanı sıra Google projeleri, kamuyla geliştirilen Google projelerini dâhilimiz sebebiyle bu katılımda bulunuyoruz.

Takdir edeceğimiz üzere, bugünkü oturumun konusu Google'ın arama ürünü ve onunla ilgili algoritmalar fazlaca teknik bir konu. Bu yüzden Sayın Başkanımızın da onayıyla biz, ilgili konularda daha etraflıca bilgiler verebilmesi amacıyla yurt dışından konulara hâkim, bizden daha hâkim uzmanları çağırdık. 3 misafirimiz var, 3 ayrı ülkeden geliyorlar. Kısaca onları takdim edeyim. Özellikle bu toplantı için geldiler buraya. Sayın Johannes Müller, kendisi 2007 yılından beri Google'da çalışıyor, İsviçre'de yerleşik. Google Arama İlişkileri Lideri olarak görev yapıyor. Bu görevin de dünya çapındaki "web" sitesi sahiplerinin Google arama ürünüyle başarılı olmasına destek veriyor, biriminin görevi bu. Kendisi, bugün benim konuşmamdan sonra kısa bir sunum yapacak. Bu sunumda arama ürünümüzün nasıl çalıştığını ve onunla ilgili güncellemelerin nasıl yapıldığını anlatacak ki, bu sizin de merak ettiğiniz konu hakkında biraz daha fazla derinliğe inebilelim.

İkinci misafirimiz Sayın Faten Dubarry, kendisi de Fransa'dan geliyor. Onun görevi de Google Haber Ortaklıkları Direktörlüğü. Kendisi büyük bir bölgeden sorumlu; Fransa, Orta Doğu, Afrika, İsrail ve Türkiye alanına giriyor. Sayın Dubarry de Türkiye'deki yayıncılarla ilişkilerimizi ve onlarla yaptığımız ortaklık programlarımızı -bunu uzun süredir yapıyoruz- o konuda bilgilendirme verecek sizlere.

Üçüncü olarak da Sayın Helena Martins aramızda. O da İspanya'dan geliyor. Kendisi Google Arama, Gemini AI, Google Keşfet ve Haberler ürünlerinden sorumlu kıdemli kamu ilişkileri yöneticisi. Ayrıca, bugün, yine bizimle birlikte ELİĞ Gürkaynak Avukatlık Bürosundan Sayın Gönenç Gürkaynak bizimle ve yanında eşlik eden Sayın Avukat Ceren Yıldız Özgökçen de bulunuyorlar. Gönenç Bey ve Ceren Hanım hem ABD'de yerleşik Google LLC şirketini hem de Google LLC tarafından sağlanan Youtube hizmetinin sosyal ağ sağlayıcı temsilcisi olan Google İstanbul Bilgi Teknolojileri Limited Şirketini serbest avukat olarak temsil ediyorlar.

Müsaadenizle, sözü uzatmadan algoritmalarımız ve güncellemeleriyle ilgili bir bilgilendirme yapması için sözü Sayın Müller'e veriyorum.

IV.- SUNUMLAR

1.- Google İsviçre-Google Arama İlişkileri Lideri-Google Arama Sözcüsü Johannes Matthias Müller'in, arama ürününün nasıl çalıştığı ve onunla ilgili güncellemelerin nasıl yapıldığı hakkında sunumu

GOOGLE İSVİÇRE-GOOGLE ARAMA İLİŞKİLERİ LİDERİ-GOOGLE ARAMA SÖZCÜSÜ JOHANNES MATTHIAS MÜLLER - Çok teşekkürler.

Bugün burada sizlerle birlikte olmak benim için bir onur. Biraz önce Tolga Bey'in de ifade ettiği üzere ben Johannes Müller ve Google Search ürününde, Google'ın arama ürününde on yedi yıldır çalışıyorum.

Benim ekibim Google Search'la birlikte "web" sitesi sahiplerine ve yayıncılara onların başarılı bir şekilde çalışmalarını yürütmeleri için destek veriyor. Aynı zamanda Google Search, Google arama nasıl çalışır ve bu çerçevedeki araçları nasıl kullanabilirsiniz, bununla alakalı bilgiler sağlıyoruz. Aynı zamanda bizler Google Search için dokümantasyonu ve politikaları hazırlıyoruz. Bunun yanı sıra, aynı zamanda yayıncılarla ve "web" sitesi sahipleriyle birlikte sık sık bir araya gelip onlarla birlikte çeşitli faaliyetler hazırlıyoruz ve çeşitli boyutlardaki, büyüklüklerdeki yayıncılarla ve aynı zamanda "web" sitesi sahipleriyle bir araya gelip bu görüşmeleri yapıyoruz.

Hedefimiz bu çerçevede "web" sitesi sahipleriyle ve aynı zamanda yayıncılarla birlikte bir araya gelip onların soruları nelerdir, karşılaştıkları zorluklar nelerdir, bunları daha iyi anlamak çünkü onları daha iyi anladığımız zaman hem Google Search'ı uyarlayabiliyoruz hem de elimizdeki araçları ve dokümantasyonu onların ihtiyaçlarına daha uygun hâle getirebiliyoruz.

Bu yapacağım sunum çerçevesinde eğer daha fazla ayrıntıya ihtiyaç duyduğunuzu düşündüğünüz bir kısım olursa daha sonra da sizlerle daha fazla bilgiyi paylaşmaktan memnuniyet duyarım.

Özellikle herkes için her yerde Google değerli bilgileri insanlar için, kendileri için değerli, alakalı ve kullanışlı olan içerikleri bir araya getirmek üzere tasarlanmış.

Sistemlerimiz otomatik olarak çalışıyor ve trilyonlarca bakış sağlıyoruz ve aynı zamanda indeksimize, dizinimize baktığımız zaman 100 milyon gigabitten fazla bir dizinden bahsediyoruz karşımıza çıkan.

İş modelimiz, aynı zamanda bilgi açısından kullanışlı ve güvenilir bilgi kaynakları üzerine kurulu. Dolayısıyla herhangi bir şekilde ürünlerimizin yapısına, doğruluğuna zarar verebilecek bir duruma imkân vermemek, buna imkân tanımamak zaten yaptığımız işin tabiatı itibarıyla uzun vadede bizim işimize zarar verecektir.

Hem misyonumuz açısından baktığımız zaman hem de işletmemizin yapmış olduğu çalışmaların çıkarı açısından baktığımızda, herhangi bir sonucun manipüle edilmesine neden olmak veya bunların herhangi bir şekilde çarpıtılmasına neden olmak bizim zaten çıkarlarımıza ve misyonumuza uygun olmayacaktır. Düzenli bir şekilde, aynen sizlerin telefonlarınızda ve uygulamalarınızda kullandığınız uygulamalarda olduğu gibi güncellemeler yapıyoruz ürünümüzde. Hedefimiz, bu çerçevede "web" içerisinde gerçekleşen değişikliklere uyum sağlamak, aynı zamanda, kullanıcıların yeni beklentilerine uyum sağlamak ve böylece bu deneyimleri daha iyi hâle getirmek. Sonuçlar sayfasında yaptığımız güncellemelerin çoğuna baktığımız zaman, renklerin değişmesi, boyutun değişmesi gibi ufak tefek değişikliklerden ibaret olabiliyor. Bazı yaptığımız güncellemeler ise daha teknik güncellemeler; örneğin, kimi haber makalelerinin daha hızlı bulunmasına hizmet edebilecek değişiklikler. Hedefimiz, bu yaptığımız güncellemeler vesilesiyle Google Search ürününün tüm dillerde ve aynı zamanda tüm ülkelerde daha iyi bir deneyim sunmasını sağlamak. "Web" in ne kadar devasa olduğunu ve aynı zamanda misyonumuzun ne kadar devasa olduğunu düşündüğümüz zaman bu bizler için son derece kritik bir önem taşıyor. Search'le alakalı, Google aramayla alakalı daha büyük güncellemeler yaptığımız zaman bunu da yine halka açık bir şekilde paylaşıyoruz. Özellikle de bir yayıncı veya bir "web" sitesi sahibi bir değişiklik yapabilecekse ve bu yaptığı değişiklik sayesinde daha kolay bulunabilecekse veya daha iyi koşullara erişebilecekse bunların dokümantasyonunu paylaşıyoruz. Aynı zamanda, yayıncıların ölçümlerinde görebilecekleri büyük değişiklikler olduğu zaman -büyük, genel değişiklikler- bunları da aynı şekilde paylaşıyoruz. Bu güncelleme bilgileri tüm "web" siteleri için küresel bir şekilde paylaşılıyor. Yapılan güncellemeler çok çeşitli formatlarda gerçekleştirilebiliyor. Önemli değişiklikler, güncellemeler yaptığımız zaman, bunlar lanse edilmeden önce, uygulamaya geçilmeden önce güçlü bir değerlendirme süreci uyguluyoruz öncelikle. Genel olarak güncellemelerimizin gütmüş olduğu hedef tüm ülkelerde, tüm dillerde genel olarak bir iyileştirmenin sağlanması. Örnek vermek gerekirse, yerel yaptığımız spesifik bir güncelleme, bir dil ayarıyla alakalı bir güncelleme olabilir. Bu örneğin, kelimeler hâlinde proses edilemeyen diller için yani Tayca veya Japonca gibi diller için yaptığımız dil ayarları gibi bir örnek verebiliriz ama mümkün olduğu zaman yaptığımız güncellemeleri -algoritmalarla alakalı ve aynı zamanda ürünlerimizle alakalı- zaten global bir şekilde yapmaya çalışıyoruz.

Global olarak yapmış olduğumuz güncellemelere baktığımız zaman, buradaki hedef bütün dillerde ve tüm ülkelerde teknik iyileştirmelerin her yerde kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla kullanılabilmesi. Bu Google Search için gerçekten kritik bir önem taşıyor çünkü Google Search içerisinde sunulan hizmetler oldukça kompleks. Bir not olarak şunu da ifade etmek gerekir: Genellikle Google Search için yapmış olduğumuz bu güncellemeler aynı zamanda Google Discover ürünümüz, Keşfet ürünümüz için de yapılıyor, bu da aynı zamanda kullanıcılara kişisel bir akış sunan kişiselleştirilmiş bir ürünümüz. Örnek vermek gerekirse, şayet kullanıcı spora ilgi duyuyorsa veya filmlere ilgi duyuyorsa kendisine ilgi duyduğu bu alanlarla alakalı içerik gösteriliyor. Kişiselleştirilmiş bir yapısı olması itibarıyla Discover üzerinden, Google Keşfet üzerinden yapılan tıklamalar zaman içerisinde farklı zamanlarda çok farklılıklar gösterebiliyor. Değerlendirme sürecinden geçirdiğimizi söylemiştim, bu da şu anlama geliyor: Yıl içerisinde uzun bir süre aynı zamanda bu yapılan güncellemeler test ediliyor, bir değerlendirmeye tabi tutuluyor. Burada, ekranda görmüş olduğunuz rakamlar 2023 yılına ait fakat yıllar içerisinde aşağı yukarı benzer rakamlar gidiyor, dolayısıyla 2024 yılının rakamlarının da benzer olmasını bekliyorum. Türkiye de dâhil olmak üzere dünyanın farklı yerlerinde bulunan "Arama Kalitesi Değerlendiricileri" dediğimiz bağımsız bir yapıyla çalışıyoruz, bu değerlendirmeleri onlarla yürütüyoruz. Burada hedef, yapılan değerlendirme çerçevesinde yaptığımız güncellemelerin hangilerinin araştırma sonuçlarıyla alakalı etkili sonuç verdiğini görmek, hangilerinin de biraz daha geliştirmeye ihtiyaç duyduğunu görmek. Örnek vermek gerekirse, birlikte çalışma yaptığımız bu değerlendirme uzmanları "search results" arama sonuçları sayfasına baktıklarında birini güncellemelerin yapıldığı hâliyle, birini de güncellemelerin yapılmadığı hâliyle karşılaştırıp değerlendiriyorlar ve hangisinin daha uygun, hangisinin daha iyi olduğuna dair bizlere geri bildirim sunuyorlar. 2023 yılında 124 bin kadar bu şekilde karşılaştırmalı deney gerçekleştirdik. Aynı zamanda, uygulamaya koymayı planladığımız bu potansiyel değişiklikleri test ederken belirli bir miktarda kullanıcıyla bunu yapıyoruz ki nihayetinde bunun sonucu herkes tarafından paylaşılabilsin.

Görmüş olduğunuz üzere, tüm yaptığımız güncelleme çalışmalarının hepsi hayata geçirilmiyor ancak 2023 yılı için hayata geçirilen güncelleme sayısına baktığınız zaman 5 bine yakın olduğunu görebilirsiniz. Spam konusunda yaptığımız yaptırımlar, aynı zamanda değerlendirmecilerin yapmış olduğu değerlendirmeler ve görmüş olduğunuz üzere yıl içerisinde hayata geçirdiğimiz binlerce güncellemelerle birlikte hedefimiz dünya çapında internet kullanıcılarının hem kendilerine faydalı hem de aramalarıyla alakalı sonuçlara erişimini sağlamak. Elbette ki elimizdeki veriler, yaptığımız sürecin, bu uygulama sürecinin işleyen bir süreç olduğunu gösteriyor ama elbette ki bu alanda yaptığımız işler hiçbir zaman bitmez. Tabii ki kullanıcı beklentileri değişiyor, aynı zamanda, teknik kapasitelerimiz de gelişiyor ve dönüşüyor ve "web" kendi içerisinde zaten sürekli değişen bir araç. Kısaca söylemek gerekirse, arama özelliğini herkes için çok daha iyi hâle getirmek için her yıl binlerce güncelleme yürürlüğe koyuyoruz. Bu güncellemeler arasına, periyodik olarak, düzenli "çekirdek güncelleme" dediğimiz sistemin kendi içerisindeki güncellemeleri de dâhil. Çekirdek güncellemeler, aslında bizim nispeten daha büyük diyebileceğimiz güncellemeler ve bunlar yürürlüğe konulduktan sonra da "web" sitelerinde tabii ki bazı değişiklikler ortaya çıkabiliyor. Bu güncellemeler son derece geniş ve herhangi bir şekilde bireysel "web" sitelerini hedef alan güncellemeler değil. Anladığım kadarıyla, Komisyon, bu güncellemelerin yerel "web" sitelerini nasıl etkileyebileceği konusuyla özellikle ilgileniyor. Daha önce de belirttiğim gibi, sistemlerimizde bazı iyileşmeler yaptığımızda bunlar herhangi bir şekilde bireysel "web" sitelerini hedefleyen iyileşmeler ya da güncellemeler olmuyor. Bu güncellemelerin temel amacı, dünyanın her yerinde kullanıcıların bu arama hizmetinden çok daha iyi bir şekilde faydalanabilmelerini sağlamak. Herhangi bir şekilde bir siyasi ideolojiyi ya da bir görüşü desteklemek ya da başka bir dezavantajlı duruma getirmek için ürünlerimizi ya da arama sonuçlarımızı belirlemek ve güncellemelerimizi bunların üstüne odaklamak, bu şekilde tasarlamak söz konusu değil.

Şimdi, size arama statüsüyle ilgili "dashboard"u göstereceğim. Bu yapacağımız değişiklikleri ve güncellemeleri mutlaka kamunun erişimine açık olan bu statü belgesinde paylaşıyoruz. Çekirdek güncelleme yani temel güncellemeler ya da daha geniş kapsamlı güncellemeleri paylaştığımız ya da sistemlerimizde herhangi bir aksaklıkla ilgili bir duyuruyu paylaştığımız yer burası. Evet, buradaki, ekrandaki chat kısmı aslında küçük ama herkesin yani kamunun tamamıyla net bir biçimde görebileceği her şeyi burada paylaşıyoruz. Özellikle de yayıncıların ölçümleriyle ilgili herhangi bir kafa karışıklığına yol açmamak için onların kontrol

etmesi gereken şeyleri de burada paylaşıyoruz. Kompleks yani karmaşık bir ekosistemin güncellemeleri son derece normal bir şekilde seyreliyor. Aslında "web" sitelerinin kullanıcılarının kendilerini bulması için birden fazla arama kanalını kullanması son derece önemli çünkü herhangi bir değişiklik olduğunda kullanıcılar bu sisteme çok daha kolay adapte olabiliyorlar ve ilgili "web" sitesini daha kolay bir biçimde bulabiliyorlar. Dolayısıyla bu statünün güncellemesiyle ilgili "dashboard" aslında hemen güncelleniyor. Bütün yayıncılara, bütün "web" sitesi sahiplerine, hatta kullanıcıların erişimine bile açık. Bütün bunlar "web" sitesi sahiplerinin ve yayıncıların Google Search'teki herhangi bir güncellemeyi daha iyi anlaması ve gerekiyorsa kendileriyle ilgili gerekli düzeltmeleri ve iyileştirmeleri yapabilmesi için paylaşılıyor. Aslında Google Search'ün yayıncıların bu arama hizmetinin genellikle hangi yöne doğru ilerlediğini anlaması durumunda çok daha iyi işe yaradığını biliyoruz. Yine, bu arama statüsüyle ilgili "dashboard" yayıncıların, "web" sitesi sahiplerinin kullanabileceği birçok eğitim aracını da kendi içerisinde barındırıyor ve kendi "web" sitelerini ve ilgili alanları, bunları kullanarak değiştirip güncelleyebiliyorlar. Gerçekten burada derinlemesine makaleler, yardım merkezi ve bu değişikliklerle ilgili tüm güncellemeleri bulabilecekleri detaylı araçlar ve ayrıntılı bilgiler var. Yine, aynı zamanda yayıncıların ve "web" sitesi sahiplerinin karşılaşabileceği sorunlarla ilgili arama hizmetini daha iyi hâle getirmek için onlardan geri bildirimleri de alıyoruz ve bunları da değerlendiriyoruz. Bütün bu bilgiler küresel olarak paylaşılıyor ve aynı zamanda yerel işletmelerin kullanımına açık bir şekilde Türkçe olarak da paylaşılıyor. Biz tabii ki teknolojinin çok önemli olduğunu biliyoruz ve yayıncıların da bu teknolojiyi çok merak ettiğini biliyoruz ama aynı zamanda bu arama hizmetini çok daha iyi kullanabilmeleri için de bunlara önem veriyoruz. Kısaca, çok genel anlamıyla arama hizmetimiz bu şekilde çalışıyor ve arama hizmetindeki güncellemeler de bu şekilde yapılandırılıyor.

Teşekkürler Tolga Bey bu şansı verdiğiniz için.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Ben de Meclise tekrar teşekkür ediyorum bizi çağırdığı için.

Şimdi de müsaadenizle sözü Faten Dubarry'e veriyorum. Kendisi bizim Türkiye'deki ve dünyadaki yayıncılarla ilişkilerimiz ve onlarla oluşturduğumuz programlar hakkında bilgi verecek.

2.- Google Fransa-Fransa, Orta Doğu ve Afrika'dan Sorumlu Haber Ortaklıkları Direktörü Faten Dubarry Bouhaouala'nın, Türkiye'deki ve dünyadaki yayıncılarla ilişkileri ve onlarla yaptıkları ortaklık programları hakkında sunumu

GOOGLE FRANSA-FRANSA, ORTA DOĞU VE AFRIKA'DAN SORUMLU HABER ORTAKLIKLARI DİREKTÖRÜ
FATEN DUBARRY BOUHAOUALA - Öncelikle beni bugün buraya davet ettiğiniz için çok teşekkür etmek istiyorum. İsmim Faten Dubarry, ben de Google'ın yayıncılarla ilgili programlarından sorumluyum.

Tabii ki kaliteli bilgiye erişim herkes için son derece önemli. Biz de bu anlamda bu kaliteli bilgiyi toplayıp bunu evrensel bir biçimde paylaşımına sunmaya çalışıyoruz. Bu anlamda, önemli ürünlere yatırım yapıyoruz ve yine, tabii ki haber yayıncıları da bizim ürünlerimizden faydalıyorlar. Onlar için de bu kaliteli bilginin yayılması bir o kadar önemli. Tabii, bunun tam merkezinde aslında bizim ürünlerimiz var. Bu ürünler arasında kullanıcıların erişimine açık olan ürünler var "Google Search" gibi ya da "Discover" yani "Keşfet" gibi yada "Google Haberler" gibi ama aynı zamanda hem gazetecilerin hem de medya alanında çalışan kişilerin kullanabileceği ürünlerimiz de var. Yine, aynı zamanda, tabii ki hem yayıncıları hem de gazetecileri ilgilendiren ve dijital konuları da içeren birçok konuda bu yayıncılara açık eğitim programları düzenliyoruz. Yine, önde gelen haber yayıncılığıyla birçok alanda iş birliği gerçekleştiriyoruz. Bunlar tabii ki araçların daha da yaygın bir biçimde kullanılmasını sağlıyor ama aynı zamanda sürdürdüğümüz gazetecilik alanında yapay zekânın kullanılması gibi programlar var. Yine, London School of Economics'le iş birliği hâlinde geliştirdiğimiz bazı programlarımız var, buradaki think-tanki destekliyoruz. Bu alandaki eğitim programlarına önemli destek verdiğimiz söyleyebilirim. Bir başka programımız da "Oasis Programı". Bu da bağımsız ve dijital haber kanallarının haritalandırılmasını sağlayan bir program.

Bu yılın başında, gazetecilikte değişimi ve dönüşümü konu alan önemli bir konferansa Gazeteciler Cemiyetinin davetiyle katıldık ve onlara da bu alanda destek verdik bu konferans sırasında. Bu vesileyle gerçekten son derece önemli bir ekosistem içerisinde Google Haber girişimini onlarla paylaşım imkânımız oldu ama aynı zamanda gazetecilerin eğitim programıyla ilgili 2024 yılında uygulanmış eğitim programlarının sonuçlarını da birlikte değerlendirebildik ve başka haber ve gazetecilik alanındaki tüm gelişmeleri birlikte değerlendirebildiğimiz bir konferans oldu. Son olarak da yine bu alandaki hedeflere ulaşabilmek için yayıncıların kullanabileceği başka iş birliği alanlarını da değerlendirdik ve Google ürünlerini onlarla paylaştık. Örneğin, Google'ın buradaki denetim çalışmalarını sürdürebilecekleri "incubator" firmasıyla geliştirdiğimiz bir denetim programı üzerinde de onlara sunumda bulunduk, bunları yayıncılar kullanabilecek.

Gazeteciliğin geliştirilmesi üzerine programlara yatırım yapıyoruz ve bunları uygulamaya devam ediyoruz ve bunların da tabii ki finansal kaynaklara dönüşmesi için gereken desteği vermeye çalışıyoruz. Gazeteciler için kullanabilecekleri bazı habercilik araçlarımız var, bunlardan bir tanesi Pinpoint ve gerçekten çok yüksek miktarda metin, video ve aynı zamanda görüntüleri de bu Pinpoint sistemi aracılığıyla yönetebiliyorlar ve ücretsiz bir biçimde araştırmacı gazetecilik için bunu kullanabiliyorlar. Yine, dijital doğrulama araçlarını da kendilerine sunuyoruz. Yine, tabii ki hedef kitleye erişim son derece önemli. Burada "Google Arama", "Google Keşfet" ve "Google Haberler" gibi birçok aracı kullanabildikleri gibi Youtube'u da tabii ki kullanabiliyorlar ama aynı zamanda analitik araçlarımızı da kullanmaları mümkün. Bütün bunlar gazeteciliğin daha geliştirilmesi için verdiğimiz katkılar arasında. Yine, gelir imkânlarını artırmak ve bunu finansal kaynağa dönüştürmek açısından sağladığımız iki başka araç da Ad Manager yani reklam yöneticisi ve yine okuyucu gelir yaratıcısı diyebileceğim Reader Revenue Manager. Bu ikinci program özellikle onların gelir elde etmelerine katkıda bulunuyor, bunların ikisi de ücretsiz araçlar. Bütün bu araçlar Türkiye'deki yayıncılar ve gazetecilerin kullanımına açık araçlar. Özellikle dijital dönüşüm ve sürdürülebilirliğe katkıda bulunulması açısından bu araçların yanı sıra yüz yüze bazı faaliyetlerin düzenlenmesinin önemli olduğuna inanıyoruz. Bunlardan bir tanesi, belki de en önemlisi, Google'ın Amiral gemisi SEO yani arama motoru optimizasyonunun paylaşıldığı 2024 yılının Ekim ayında İstanbul'da gerçekleştirilen faaliyetti. Bu gerçekten çok önemli bir arama merkezi etkinliği ve bu sistemin çok daha optimal bir biçimde kullanılmasına katkıda bulunduğunu düşünüyoruz. Türkiye'deki SEO yani "arama motoru optimizasyonu topluluğu" diyebileceğimiz topluluktan, yayıncılardan 230 katılımla bu düzenleme gerçekleştirildi. Bu toplantıda uzmanlarımız iyi uygulama örnekleri üzerinde

ve "web" sitelerinin daha optimal bir biçimde faaliyete geçirilebilmesi için stratejiler üzerinde konuştular ve bunları tartıştılar. Bu toplantıda, yayıncıların geri bildirimini almaktan, aynı zamanda çok canlı soru-cevap oturumları düzenlemekten son derece büyük bir memnuniyet duyduk.

Bir başka örnek de gazeteciler için sunduğumuz Google Haber İnisiyatifinin gazetecilere eğitim programıydı. Ülke çapında uygulamaya dayalı bir biçimde ve yüz yüze olarak gerçekleştirilen bir eğitim programı oldu bu. 2024 yılının Ağustos ayında başlayan bu programda beş ay içerisinde 21 şehirde 1.200'den fazla gazeteciye eğitim sağlamış olduk. Buradaki temel hedefimiz, habercilik sektöründe gazetecilerin haber kapasitelerini ve aynı zamanda dijital alandaki becerilerini geliştirmek ve bunu mesleklerinde daha etkin bir biçimde kullanmalarını sağlamak. Burada kullandığımız ve üstünde çalıştığımız konular arasında veri yönetimi, görselleştirme, verifikasyon yani doğrulama ve aynı zamanda Pinpoint'in kullanımıyla çok geniş kapsamlı verilerin yönetiminin de sağlanmasıydı. Buradaki eğitimcilerimiz, Türkiye'nin tamamında 18 bin kilometreden fazla yol kat ettiler ve birçok şehirde her boyuttan yayıncıyla birlikte çalışıp onlara eğitim sağladılar.

Bu programı 2025 yılında tekrarlamaya karar verdik. Bu sefer, yine hedef grubumuzda yayıncılar ve yayıncılarla birlikte çalışan dernekler olacak. Aynı zamanda, program içerisinde yapay zekâyla ilgili yeni kapasiteler de dâhil edilmiş olacak.

Yine, yayıncılar nezdinde düzenlediğimiz başka eğitim programları da var, bunlardan bir tanesini de yine Şubat ayında yayıncıların ihtiyaçlarına göre düzenledik; İstanbul'da gerçekleştirildi ve 29 yayıncı bu programa katıldılar. Dijital dönüşüm üzerine odaklanan bir programdı ve aynı zamanda abonelik sistemi kullanarak buradaki finansal kaynakların nasıl daha fazla artırılabilceğine odaklanılan bir program oldu. Yine, tabii ki dijital dönüşüm programlarını kullanarak yayıncıların teknolojik ve aynı zamanda ticari kapasitelerini daha fazla nasıl geliştiririz yönünde yayıncılarla birlikte çalıştığımız başka programlar da var. Buradaki temel hedefimiz, Türkiye'deki yayıncılarla birlikte çalışarak onlara hem ürünlerimizi sunmak hem eğitim programlarımızı sunmak ve aynı zamanda Türkiye'deki habercilik sektöründe çok daha dirençli ve sürdürülebilir bir iş modelini geliştirmelerine katkıda bulunmak. Bütün yayıncılar ekranda gördüğünüz e-mail adresiyle bize ulaşabilirler bu programlarla ilgili, aynı zamanda bu linke de tıkladıklarında oradan bize geri bildirimlerini paylaşabilirler.

Bir kez daha sabrınız ve ilginiz için teşekkür etmek istiyorum.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Çok teşekkürler Sayın Başkanım, sayın vekillerimiz.

Bizim sunumumuz burada bitiyor, sorularınızı cevaplamak isteriz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Teşekkür ediyoruz.

V.- İHTİSAS KOMİSYONLARI

A) Görüşmeler

1.- Google temsilcileri tarafından yapılan sunumlar ile Google algoritma değişiklikleri ve sonuçlarına ilişkin görüşme

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Sorularımızı alacağız.

Sayın Tuncay Özkan Bey...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Teşekkür ederim Başkanım.

Öncelikle, hem çok yakın kardeşim, dostum hem de Türkiye Büyük Millet Meclisimizin Başkan Vekili Sayın Sırrı Süreyya Önder'in beklenmedik, ani şekilde gerçekleşen vefatı nedeniyle derin üzüntülerimi ifade ederek başlamak istiyorum. Türkiye çok büyük bir değerini kaybetti. Kendisini 1981 yılında DAL'da tanıdım, işkence sırasında. O bugünden bu yana Türkiye için mücadelesinde hiç geri adım atmayan, fikirlerini, inançlarını doğruca savunmayı bilen bir münevver kişi, aydın kişi, bir aydın duruş olarak bugünlere getirdik. Kendisine Allah'tan rahmet, ailesine, dostlarına sabır diliyorum tekrar.

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) - Sayın Vekilim, DAL'ı bilmeyenler "Piknikte falan mı?" diye söylerler.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Ha, yok. Bu derin araştırma laboratuvarı; o zaman işkence için gençlerin toplanıp götürüldüğü, siyasilerin götürüldüğü Ankara Emniyetinin 6'ncı katında bulunan bir işkencehaneydi, Ankara Emniyet Müdürlüğündeki. O günden öldüğü güne kadar da dostluğumuz devam etti, kendisine Allah'tan rahmet diliyorum. Üzüntümü paylaşmak, tutanaklara geçmesini istiyorum.

Şimdi, Google'la ilgili bazı şeyleri... Bu sunumlar bizim sorularımızın yanıtları değil. Google; bu alanda Türkiye'de hiçbir katkısı olmayan, bize hiçbir katkı sunmayan ama bizden sürekli alan bir kurum; 6,5 milyar dolara ulaşan bir dijital pastamız var, bu pastanın yüzde 70'ini alıyor ve hiçbir katkı sunmuyor. Dünyada da 1,1 trilyon dolara ulaşan dijital büyük pazardan en çok payı alanlardan biri, çok tartışılanlardan biri. Kavgaya etmeden elindeki bir kuruşu bile kimseye vermiyor. Bir hayır kurumu değil, hepimizin emeğinden, hepimizin katkısından oluşuyor ama bu katkılardan bir kuruşu paylaşmak istediğinde hiçbir şekilde buna yanaşmıyor, hep kavgayla elde etmek zorunda kalıyoruz ve bu kavgaları tamamen teknik ve buradaki sunumdaki genel anlatımlarla geçiştirmeye çalışıyor. Örneğin, Türkiye'den örnek verdiler, arkadaşlarımızın her ikisi de Türkiye'de çok güzel çalışmalar yapmışlar. O eğittiğiniz 1.200 kişiyi algoritmanızla yok ettiniz, onlardan geriye bir şey kalmadı, o savunduğunuz algoritma, eğittiğiniz gazetecilerin, yayıncıların tamamını yok etti ve böyle devam ederse yok edecek. "SEO kullanan haber sitesinde algoritmik değişiklikleri günlük olarak veriyoruz, hepsini yayınlıyoruz." Bir tekel durumunuz var, bu dünyada da böyle, Türkiye'de de böyle; bu tekel durumunuzun dayatmaları var, dünyada da böyle, Türkiye'de de böyle ve bu dayatmalara karşı zorbalığınız var; bunu gördük. Bazı ülkelerde haber sunulmasını yasakladınız. Birinci durumda, haber trafiğinde birinci olan siteler sizin algoritmalarınızdan sonra yok oluyorlar. Bu değişiklikler böyle gündelik söylemlerle geçiştirilebilecek değişiklikler değil. Google ve Meta, haber içerikleri kullanarak yüksek reklam geliri, yüksek trafik elde ediyorlar ama Türkiye gibi dünyanın pek çok ülkesine -ben Türkiye üzerine konuşayım- Türkiye'ye, içerik üreticilerine hiçbir ödeme yapmıyorlar. Küçük ve bağımsız medya kuruluşları ki bunlar bağımsız -küçük diye nitelendirmeyeyim- etkili ama bağımsız medya kuruluşları bu tekelleşmenin karşısında ekonomik olarak kırılgan ya da yok olma pozisyonu ile karşı karşıya gelmiş durumda; bunu siz yaptınız. Siz, dünyadaki özgür düşüncenin gelişimine, fikir özgürlüğüne, eleştiri hakkına karşı SEO'nuzla, uygulamalarınızla bir duvarınız. Biz özgürlük ve adalet istiyoruz. Bu isteğimizi sizin duvarınıza karşı da yenilemiş olalım. Türkiye henüz içerik telifine ve bu uygulamalara karşı kendini

finans eden bir ülke konumunda, sizin bize hiçbir katkınız yok ama bizdeki dijital pazarın yüzde 70'ini siz kontrol ediyorsunuz ve siz alıyorsunuz. "Gazeteci eğittik." Eğittiğin gazeteciyi yok ettin. Zorunlu telif ödemesi konusundaki düşüncemize ya da bu konudaki dile getireceğimiz teklife ne diyorsunuz? Bunu öğrenmek istiyorum.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Teşekkür ederim Sayın Vekilim...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Bir dakika, durun devam ediyorum ben, öyle kolay olsaydı hemen çıkar giderdin zaten.

Dijital platformlar haber içeriklerini özetleyerek veya başlığıyla birlikte göstererek trafik çektiği her durumda lisansçı yayıncıya ödeme yapmak durumunda değil mi? Beyefendinin adını aradım akıllı uygulamalarda, çıkmıyor, çok zorla, bakın Google'ın yöneticisi falan filan dedim öyle buldu, benim adımla yazdığınız zaman milyonlar çıkıyor. Benden kazandığınız parayı ben hiçbir şekilde almıyorum sizden çünkü zaten siyaset yapıyorum, bana yasak var ama benim üzerimden kazandığınız içerikten elde ettiğiniz gelirleri bari bu işi özgür, bağımsız şekilde yapanlara niye vermiyorsunuz, bunlara ödemeyi niçin kabul etmiyorsunuz; bunu öğrenmek istiyorum. Oysa bizim her türlü şeyimizi... Beyefendinin nerede yattığını bilmiyorum, konum bilgisine sahip değilim, sizlerin Türkiye'ye geldiğinizde ne yaptığınızı bilmiyorum ama benim her türlü içeriğimi yayınlıyorsunuz. Aslında burada benim özel hayatımla ilgili de her şeyi biliyorsunuz ama bunlardan elde ettiğiniz geliri özgürce yayıncılık yapmak isteyen insanlarla paylaşmaya yanaşmamanız adaletsiz bir kurum olduğunuzun göstergesidir. Siz insan hakları, uygarlık kriterleri ve adalette sınıfta kalmış bir kurumsunuz bana göre. Örneğin Kanada'da, Fransa'da, Avustralya'da uyguladığınız yöntemleri Türkiye'de uygulamak için illa bizim bir yasal düzenleme mi yapmamız gerekiyor? Bizim sizi yasal olarak zorlamadan da sizin uluslararası hukukta uyguladığınız ancak Türkiye'deki kullanıcılar açısından zinhar yaklaşmadığınız adaletli gelir paylaşımı noktasında sizin bize söyleyeceğiniz şey nedir? Bu konuda Google'un eğitime ihtiyacı varsa Türkiye'deki kurumlar da telif konusunda Google'dan hem çok daha eski hem de çok yeteneklidir, size bazı konularda biz de eğitim verebiliriz. Sizin bu konudaki kapsayıcılığınız, sizin bu konuda söyleyeceğiniz ne var? Avrupa Birliği'nin 2019 tarihli Dijital Telif Direktifi'ni Fransa'da uyguladınız, örneğin Türkiye'de bu uygulamayı düşünüyor musunuz? Bunun için illa bizim Rekabet Kurumumuzun da size ceza uygulaması mı gerekiyor? Avustralya'da 2021 yılında dijital platformların haber üreticilerine ödeme yapılmasını zorunlu kılan yasa yürürlüğe girdi, bunun üzerine ödeme yapmayı kabul ettiniz; peki, bunu bir örnek olarak kabul edip Türkiye'de neden yapmıyorsunuz? Sonuçta hayır kurumu değilsiniz, kazandıklarınızın bir kısmını Türkiye'ye bırakmayı niye düşünmüyorsunuz? "Vergi veriyoruz." demeyin, onunla ilgili milyon tane şey söylerim size, o konuda da çok fazla şey söyleyebilecek durumdayım.

Sisteminizi kimse denetlemiyor. Şimdi, hem Sayın Müller'in anlattıklarından hem hanımefendinin anlattıklarından sisteminizin hiçbir denetim mekanizması yok. Mesela bu Google'ın değerlendirme komitesi kimlerden oluşuyor, bunu kim denetleyecek? Google'ın dinleme, izleme bunları toparlayıp, veri hâline getirip sunma gibi bir durumu var, sesimi dinliyorsunuz, görüntümüzü alıyorsunuz, her türlü içeriğimizden yararlanıyorsunuz ama bunların denetimi konusunda en ufak bir adımınız yok; bunları kim denetliyor, sizin içinizde kurduğunuz bu denetim birimi kimlerden oluşuyor? Siz Türkiye'yle ilgili parametreleri oluştururken, Türkiye'yle ilgili bu verileri yürürlüğe koyarken kime danışıyorsunuz, kiminle konuşuyorsunuz? Türkiye'de birtakım kurumların ön plana çıkmasını sağlarken bir kısmının batmasına nasıl karar veriyorsunuz? Bir kısım insanları zengin ederken bir kısım insanların emeklerinin üzerine basarak onları yok etmeyi nasıl düşünebiliyorsunuz, böyle bir yetkiyi nereden alıyorsunuz? Sizi kim denetleyecek, hangi mahkemeden geçeceksiniz, hangi kurula şikâyet edileceksiniz? Türkiye gibi böyle bir serbest ortam dünyada da bazı ülkelerde var, bunların bedelini ödemeyi, buradaki artı değerden bu insanlara pay vermeyi dahi nasıl düşünmezsiniz? Sizin kurum kültürünüz yok mu? Sizin kurum kültürünüzde adalet anlayışı yok mu, paylaşmak yok mu, dayanışma yok mu? Kendi içeriklerinizi düzeltmek için yaptığınız bütün programları burada sanki burası bir üçüncü dünya ülkesi, "1.200 gazeteciyi topladım." Batırdın onların hepsini. Ne anlamı var ki bunların? Bunların hiçbir anlamı yok. Kanada'da uygulanan içerik ücretlendirme düzenini Türkiye'de neden uygulamıyorsunuz? Biz talep etmediğimiz için mi? Biz buna sizi zorlamadığımız için mi? 2023 yılından beri size bunu söylüyoruz, illa sizin üzerinize o duvarı yıkmak için yasal düzenlemeyle mi gelmek lazım? Siz özgürlükleri, dayanışmayı büyütmek için Türkiye'deki kullanıcılarla birlikte bugüne kadar neden bir düzenlemeye gitmediniz? Neden bundan kaçınıyorsunuz?

Bir: Şeffaf değilsiniz, şeffaf olduğunuzu gösterecek kurulları, denetleme mekanizmalarını lütfen söyleyin, ben özür dileyeyim. Bizi şunlar, şunlar denetliyor, biz şeffafız... Oraya koyduk, oradaki değil. Oradaki uygulamayı kim denetliyor?

İki: Haber içeriklerinin Google'da görünmesi karşılığında siz bugüne kadar Türkiye'de ne kadar para ödediniz? Bu, Türkiye'de elde ettiğiniz gelirin ne kadarını oluşturuyor ve bunu hangi yöntemle ödediniz?

Üç: Sizin arama motorlarında yukarı çıkarmadığınız, sürekli aşağıya bastığınız "Ama eğitim veriyoruz." dediğiniz küçük yapıları korumak adına, çeşitliliği korumak adına o "ekosistem" dediğiniz şeyde varlığı, içeriği üreten insanları korumak adına ne kadar para bu kişilerle reklam, bu kişilerle ürettikleri içerik üzerinden gelir paylaşımı; ne yaptınız, lütfen bilgi verin.

Bugüne kadar bundan rahatsızlık duyan ve yok olmaya terk ettiğiniz, tekelleşmeniz nedeniyle yok olmaya terk ettiğiniz üreticilerle ilgili, içerik sağlayanlarla ilgili -Türkiye Büyük Millet Meclisinde- bu insanların yaşaması için ne yapacağınıza dair bir planınız, programınız var mı, bunu burada açıklayacak mısınız?

Uygulamaya koyduğunuz algoritmalar nedeniyle yüksek trafik kaybı yaşayan üreticiler, haber siteleri, bunlarla ilgili olarak Türkiye'de bir toplantı yapmayı düşünüyor musunuz? Bu yüksek trafik kaybının algoritmanızdaki yanlışlardan mı yoksa bir siyasi bakış açısında mı kaynaklandığını daha net bir şekilde açıklamanızı istiyorum.

Teşekkür ederim Başkanım.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Başkanım, özür dileyerek, son soruyu bir defa daha alabilir miyim?

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Tabii.

Algoritma değişikliği nedeniyle yüksek trafik kaybı yaşayan kurumlar, kişiler, içerik üreticileriyle ilgili olarak nedenleri ve sonuçlarına dair toplantı yaptınız mı? Burada algoritmayla ilgili herhangi bir düzenleme yapmak noktasında bir görüşünüz var mı?

Teşekkür ediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, buyurun.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Sayın Özkan, teşekkür ederiz sorularınız için. Kaygılarınızı da anlıyoruz, biz de gündemi sürekli takip ediyoruz zaten.

İlk önce şunun altını vurgulamak isterim: Bizim herhangi bir "web" sitesini ön plana çıkartma ya da geriye düşürme gibi bir motivasyonumuz yok. Sayın Müller'in de anlattığı gibi, yapılan bütün algoritma -değişiklik kelimesini kullanmıyoruz- güncellemelerini ürünün sürekli güncel kalması ve kullanıcıların faydasını yükseltmek için yapıyoruz yani araba firmaları belki beş yılda bir model değiştiriyor, cep telefonları yılda belki 10 kere güncelleme yapıyor ama "algoritma" denen yapı bir yıl içerisinde 5 bine yakın müdahale görmüş. Bunun tamamı dinamik olarak ihtiyaçları karşılamak... İnsanların yaşayış biçimleri, Google'la interaksyonları, ne aradıkları, ne öğrendikleri üzerine biz düşünüyoruz ve sürekli bu ürünleri geliştiriyoruz. Geliştirirken birçok testten geçiyorlar. Testleri dışardaki bağımsız kuruluşlara da yaptırıyoruz, özellikle Türkiye için bağımsız testler yapanlar da var. Biz burada bir algoritma iyileştirmesi yaptığımızda kendimizde "Şu firma batacak, bu 'web' sitesi çıkacak." gibi bir yönelim yok, onun testi de yok; sürekli olarak gelişen bir ürün. Ve karşı taraftaki "web" sitesi yöneticilerinin de bu dinamik ortamda bizim algoritma değişikliklerimizi takip edip kendilerini güncellemeleri gerekiyor; bunları yapabilmeleri için de biz bütün bilgileri, algoritma değişikliklerini şeffaf bir biçimde paylaşıyoruz.

Sayın Özkan, yayıncılarla ilgili sorduğunuz soruda da -aslında Faten Dubarry bahsetti- burada biz birçok alanda yayıncılara destek vermek istiyoruz, veriyoruz da; bu uzun süredir yaptığımız çalışmalar, 1.200 gazeteci, işte, "18 bin kilometrelik yol yapıldı." Bunları aslında buradaki gazeteci arkadaşlara da sormak lazım yani Google'dan daha fazla bu ekosisteme bu çeşit yatırım yapan ben başka bir...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Google kadar para kazanan kimse yok ki. Tekelsiniz, siz kazanıyorsunuz.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Sayın Başkanım, yani, ben gazeteci değilim ama bu kadar yaygın bir... Biz bu etkinliklerden gelir elde etmiyoruz. Biz burada kaliteli haber üretilmesini destekliyoruz.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Elde ediyorsunuz, çok büyük gelir elde ediyorsunuz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Vekilim, bir dakika, cevap versin.

Buyurun, cevap verin.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Yok, Google'ın gelirleri yüksek olabilir ama buradaki etkinlikler gelir amaçlı etkinlikler değil. Biz, haber ekosistemindeki kaliteyi artırarak, oradaki "web" sitesi yayıncılarının dijital dönüşümünü tamamlayarak gerekirse büyüklerle de rekabet edebilmesi için bir fırsat sunuyoruz. Yani, eğer küçük yayıncılar kendilerini geliştirebilir ve güncelleyebilirlerse bu eğitimler ve Faten'in gösterdiği ücretsiz ürünler sayesinde çok daha büyük yapılarla rekabet etme kabiliyetini kazanabiliyorlar. Ben bunun çok anlamlı ve büyük bir destek olduğunu düşünüyorum Sayın...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Gelir artırıcı işlem, herhangi bir eğitim çalışması değil.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Ürünlerimizin içerisinde işte "monetization" dediğimiz, onların gelirlerini artırmaya yönelik eğitimler ve ürünlerimiz de var. Tekrardan onu, o detayı vermesi için Sayın...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Tekelsiniz. Algoritmanızın denetimiyle ilgili tek şey söylemediniz. Algoritmanızı kim denetliyor? Nereden bileceğiz biz, algoritmadaki değişikliği nasıl göreceğiz? "Oraya koydum, bak." Bu, öyle değil. İçerik denetiminde bazı siyasi görüşlerin var olmasına, bazılarının yok olmasına neden oluyorsunuz; bunu bilmeden mi yapıyorsunuz?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Başkanım, sordunuz onu zaten, bir cevap versin.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Ama vermedi cevap, vermiyor ki; etrafında dolaşıyor.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tamam, verecek şimdi, verecek.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Sayın Başkanım, yani, bizim iş yapış biçimimize tamamen aykırı. Biz kesinlikle bir siyasi görüşü ön plana çıkartmak ya da geriye düşürmek için bir algoritma değişikliği yapmıyoruz.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Eğer bu anlayışınızı değiştirmezseniz dünyanın başına bela olmuştunuz demektir. En büyük bela sizsiniz, özgürlük düşmanısınız! Demokrasi düşmanısınız! Adalet düşmanısınız!

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Başkanım sözünüz -bunu söylemişsiniz- kayıtlara girmiyor, çeviri de olduğu için anlamıyorlar.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - O zaman tekrar söyleyeyim, kayıtlara girsin: Özgürlük düşmanısınız! Adalet düşmanısınız! Eğer tutumunuz buysa, sorularına yanıtlarınız buysa siz özgürlük düşmanısınız, adalet düşmanısınız ve sizinle mücadele etmek insanlığın önündeki en önemli problemlerden biridir. Siz bütün bir ekosistemi, bütün özgürlük sistemini yok eden bir tekel olarak, bir yığın olarak karşımızda duruyorsunuz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir cevap versin.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Asla denetlenmeyi kabul etmiyorsunuz, asla paylaşmayı kabul etmiyorsunuz, adil olmayı kabul etmiyorsunuz. Siz insanlığın karşısındaki en büyük sorunsunuz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, Tolga Bey, bunlar çok ağır sorular. Şuna, bu algoritma değişikliğiyle ilgili bir cevap alalım yani böyle bir şey olabiliyor mu? Sizin Tuncay Özkan'ı öne çıkartıp Hüseyin Yayman'ı geride tutmanız, böyle bir mühendislik mümkün mü?

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Çok kısa cevap vereyim: Hayır yani bizim çalışma biçimimiz buna uygun değil, biz böyle bir şey yapmıyoruz, yapmayacağız.

YÜKSEL MANSUR KILINÇ (İstanbul) - Bir de tersinden soralım soruyu, bu uygun değilmiş ya, tersinden uygun mu?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Yok. Hayır, anlamaya çalışıyoruz meseleyi. Yani, burada Tuncay Vekilimin söylediği kavramlar tabii ki sert çünkü o gazeteci ve bir şeyi anlamaya çalışıyor. Türkiye'de bazı internet siteleri kapanıyor çünkü o algoritma değişikliğiyle ilgili sorunlar yaşanıyor.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ TOLGA SOBACI - Algoritma değişikliklerinden sonra trafik dalgalanması çok doğal bir süreç; bu oluyor ve zamanla tekrar yerine oturuyor, şu anda da geldiğimiz nokta o. Yani şirket... Şunu söylemek isterim: Düşünün, milyarlarca kişiye ulaşan bir ürün, arama motoru, siz oturup bir ülke için ve Tuncay Özkan ön plana çıksın, çıkmasın diye bir mühendisi görevlendirip, bunu böyle manipüle etmemiz gerekir... Böyle bir çalışma tarzında değiliz. Topyekün bir ürün geliştiriliyor, bütün dünya için geliştiriliyor yani Google Türkiye'ye özel bir algoritma tasarımı yapmıyor ve burada tek amacı sizler aradığınızda, sizinle ilgili, alakalı arama sonuçları çıksın; bu, optimize edilen, sürekli geliştirilen bir ürün. Eğer biz herhangi bir siyasi görüşü, bir şahsı ön plana çıkarmak ya da geri plana itmek gibi bir amaç gütssek biz zaten -tabiri caizse- kendi ayağıımıza sıkışmış oluruz, bir daha kimse bizim ürünümüzü kullanmaz, bize kimse güvenmez. Dolayısıyla, bu hem iş yapış biçimimize aykırı...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Peki, bir soru sorayım. Bir dakika...

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ TOLGA SOBACI - Buyurun Başkanım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Peki, bir X hesabı ya da internet sayfası diyelim, bu, 2 milyon trafik alırken bir anda nasıl 100 bine, 150 bine düşüyor?

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ TOLGA SOBACI - Bunu teknik olarak Sayın John Müller'den açıklamasını isteyelim yani bu trafik dalgalanmaları nasıl olur, olabilir, mümkün müdür, detaylar ne olabilir, rica edelim, Sayın Müller bize anlatsın.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Sayın Başkan, sizin için eğer uygunsa Sayın Müller'den önce bir söz alabilir miyim?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika... Vereceğim.

OKAN KONURALP (Ankara) - Sayın Başkan, benim de...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir cevap versinler ki belki sizin sorunuza cevap vermiş olacak.

Gönenç Bey, buyurun.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Bağlam vermek adına ve çok kısa, Sayın Müller'e söz geçerken... Aslında şöyle bir şeyi konuştuğumuzu biz zannediyoruz bu tarafta. Bize "Algoritma güncellemesi yapmayın." denmiyordur diye düşünür müvekkil çünkü algoritma güncellemeleri olmaksızın idame ettirmeye imkân yok, algoritma güncellemeleri bu işin olmazsa olmazı. Bunda bir ortak zemin varsa bir algoritma güncellemesinin hiç birel etkileri olmasın da kimsenin kudret sahasında değil. Dolayısıyla, şu ana kadar aldığımız soruların ana amacı şunu belirlemektir diye tahmin ediyorum: "Birel etkileri olabilir ama hedef gözetmiyorsunuz değil mi?"yi soruyordur soru.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tabii, o sorunun içinde o da var. Önce ama bu gerçekten şöyle...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Ben soruyu...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika...

Burada gazeteciler de var, Komisyonumuzdaki pek çok arkadaşımız bu konuya çok hâkim. Biz şunu sizin ağzınızdan açık, net duymak istiyoruz: Google'ın algoritma değişikliği üstünden bir mühendislik yapması, birini, bir fikri, bir insanı, bir düşünceyi öne çıkarması mümkün müdür?

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Güncellemelerin bu yönden kullanılması mümkün değildir. Güncellemelerin trafik düşüşü etkisine yol açması söz konusudur, onu Sayın Müller anlatacaktır.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Peki, bir şey söyleyeyim, diyorsunuz ki: "Güncellemelerde bu mümkün değil." Tamam. Peki, Bir arama motoru olarak Google'ın sahip olduğu imkânlar böyle bir mühendislik yapmaya uygun mu?

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Yani Google...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Google yapmaz, ben yaparım.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Yok, hayır, "Google yapmaz." gibi bir subjektif...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika... Vekilim, siz konuştunuz.

Biz, bakın, şimdi meseleyi, şunu net söyleyelim heyetimize: Biz anlamaya çalışıyoruz çünkü Türk medyası, internet medyası çok ciddi sorun yaşıyor. Gönenç Bey, sizden bir alalım onun cevabını.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Efendim, şimdi, bildiğiniz gibi makul bir cevap verebilmek için bir ispat çerçevesi, iddia çerçevesi olması lazım. Şimdi, bizim algılayabildiğimiz çerçeve şu oluyor: "Şeffaf olun." anlaşılabilir bir ödev ve o konuda rahat hitap edebiliyoruz. Şeffaflıkla ilgili sorunumuzun olmaması gerektiğini rahat anlıyoruz. "Hesap verin." Bu da anlaşılabilir bir ödev yani bir güncelleme olduktan sonra birel bazda bir sonuç doğduysa bu sonucu hedeflediğinizin hesabını verin. "Bu güncellemeler nasıl oluyor da bu dalgalanmalara yol açıyor? Bunun hesabını verin." Bu da anlayabildiğimiz bir şey ama bizim zorlandığımız konu açıklarken şu: Biz, sonuç itibarıyla, burada eğer bize yöneltilen "Sizin hedef gözettiğinizi düşünüyoruz, bu da ispatıdır." bir durum yoksa ki olamaz çünkü yapılmıyor bu.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Yo, hiç kimse onu söylemedi zaten. Tutanaklara girsin diye söylüyorum.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - O zaman, ona cevap verememizden kaynaklı bir yanlış anlama olmaması lazım. Cevabını verebileceğimiz konu, gerçekten de dalgalanmaya yol açabiliyor güncellemeler ve dalgalanmanın neden böyle kaynaklanabildiğini şimdi arz edeceğiz. O dalgalanma bir yerde bir dengeye oturuyor fakat dalgalanma esnasında gerçekten de belli içerik üreticiler daha orantısız bir şekilde bundan etkilenebiliyorlar.

Bununla beraber, sözü bu bağlama oturarak vermek isterim Sayın Müller'e.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika Gönenç Bey...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Başkanım...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika Vekilim...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Başkanım, benim sözlerimi Gönenç Bey çarpıtıyor.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Çarpıtmadı ya.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Ben sorularımı bu sığılta sormadım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika... Bir dakika...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Google'a yönelik şeyim yok, daha derin eleştirilerim var.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tuncay Bey, bir dakika...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Örneğin, Duvar gazetesinin iddiası "Beni Google batırdı." Duymadınız mı? Niçin bu konuda...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika... Ona da söz...

OKAN KONURALP (Ankara) - Sayın Başkanım...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Şimdi, bir dakika...

OKAN KONURALP (Ankara) - Ben de bir değerlendirme yapmak istiyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Herkese söz vereceğiz. Okan Bey, bir dakika...

Zeynep Hanım, buyurun Vekilim.

ZEYNEP YILDIZ (Ankara) - Benim de Genel Kurulda bir konuşmam olacak, o yüzden biraz erken ayrılacağım ancak cevapları tutanaklardan takip ediyor olacağım.

Öncelikle, burada bulunuşunuz dolayısıyla sizlere teşekkür ediyorum.

Bizleri bir araya getirdiği için tekrar Komisyon Başkanımıza teşekkür ediyorum.

Tabii ki bizler, en temelde, burada, Komisyon içerisinde, belirli noktalarda, bugün de gördüğümüz gibi fikir ayrılıkları yaşayabiliyoruz ama konu bu noktada küresel şirketlere geldiğinde bizler çoğunlukla aynı düşünüyoruz, büyük bir ölçüde diyebiliriz.

Hani, Tuncay Bey'i tamamlayıcı mahiyette ben de şunu söylemek istiyorum: Mesela, işte, bir gazetenin adı geçti, bu gazete diyor ki: "Beni şunlar batırdı." Biz de aynı şekilde şunu da düşünüyoruz yani algoritmaların şeffaflığı hususunda biz de benzer kaygıları paylaşıyoruz ve bunu tersinden okuyarak biri onu batırdığı gibi, biri onu büyüttü de aynı zamanda. Yani, dolayısıyla, hani, bizim tam tersinden, ayrı bir görüş zaviyesinden "Birileri de yani bu küresel şirketler de belirli görüşleri toplumu da hareketlendirebilecek bir şekilde acaba büyütüyor mu? kaygısına da kapıldığımız çok nokta oluyor. Yani, dolayısıyla şu an batmış olabilir bir gazete ama öte yandan çok da hızlı, belki -tırnak içinde söylüyorum- obez bir büyüme de gerçekleştirildi. Dolayısıyla "Bu büyümeyi de kim, hangi algoritmayla sağladı?" sorusunu soruyoruz ve bu noktada, açıkçası, algoritmaların şeffaflığı meselesi ve hesap verilebilirlik ölçüsünü bir ev ödevi olarak kabul ediyor olmanız çok kıymetli ama katıldığım uluslararası toplantılarda da burada net bir cevapla karşılaşamadığı hususuyla hep karşılaşıyorum. Yani ben bambaşka ülkelerden diğer parlamenter arkadaşlarımda -ki ağırlıklı olarak Avrupa'da ben parlamenterlerle bir araya geliyorum- şu kaygıyı çok yoğun görüyorum: Çok ciddi anlamda, algoritmaların şeffaflığına döndük ciddi bir serzeniş var. Yani biz şu an piyasada hâkim konumdaki bir şirketle muhatabız -hatta fiilî tekel görünümü var, bunu söylemek mecburiyetindeyim- ve dolayısıyla bu görünüm çerçevesinde, bu, ifade özgürlüğü noktasında ilerleyen süreçte çok ciddi tehditler doğurabilecek bir durum. Bugün başında iyi insanlar vardır, kötü insanlar vardır demiyorum ama geleceği noktasında, insanlığın geleceğine ilişkin olarak çok ciddi kaygılı bir tablo oluşturuyor açıkçası bu.

Bu minvalde, yine, şeffaflık bahsiyle ilişkili olarak, verilerin anonimleştirilmesi hususunda nasıl bir prosedür işleniyor? Bu, benim hakikaten her zaman çok merak ettiğim hususlardan biri çünkü ben de daha önceden kişisel verilerin korunumuna ilişkin olarak çok yoğun bir şekilde çalıştım ve bu süreç içerisinde de herhangi bir sistem içerisinde veri işlenirken... Yani kendimizi kullanıcılar olarak şöyle hissediyoruz: Birisi evimizin penceresini açıyor ve "Siz burada ne yapıyorsunuz?" diye bakıyormuş duygusuna kapılıyoruz ve bu çok rahatsız edici. Aslında bu tip uygulamaların da günün sonunda, evet, çok ciddi bir veri pazarı sağlarken bir yandan da açıkçası ciddi anlamda kullanıcı tecrübesi itibarıyla insanları uzaklaştıran bir yanı olma riski de var ve özel hayatın gizliliği bağlamında uluslararası sözleşmelere de aykırılık teşkil edecek çok ciddi bir noktaya temas ediyor olma ihtimali çok yüksek. Çünkü eğer bir kişi bir arama yaptığında aramasına uygun bir başka aramayla karşılaşıyorsa demek ki burada veri yeterince anonimleştirilmemiştir duygusuna kapılıyoruz. Yani bir kodlama varsa bu kodlama nasıl o bireyle onu ilişkilendiriyor, buna ilişkin olarak biz hâlâ net cevaplar alabildiğimiz kanaatinde değiliz; biz derken sadece Türkiye Büyük Millet Meclisindeki milletvekillerimiz değil, aynı zamanda vatandaşlarımız adına da bu soruyu soruyorum, aynı zamanda yurt dışında zaman zaman bir araya geldiğim meslektaşlarım adına da soruyorum.

Yine, benzer şekilde, veri merkezleri meselesi bizim için çok mühim. Türkiye'nin verisinin Türkiye'de kalmasının ve hakikaten bu noktada belirli hususlarda vatandaşlarımızın verilerinin korunması açısından Google'ın -daha önce de sormuştuk- Türkiye'de bir veri merkezine sahip olup olmaması hususundaki projeksiyonu nedir, bunu tekrar sormak isterim.

Tekraren mahcubiyetlerimi ileterek söylüyorum, ben ayrılmak mecburiyetindeyim ama tutanaklardan cevaplarınızı takip ediyor olacağız.

Tekraren burada bulunuşunuz dolayısıyla sizlere teşekkür ediyorum.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Biz de teşekkür ederiz Vekilim, elimizden geldiğince cevaplandırmaya çalışacağız.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, buyurun, bu sorulara detaylıca, ikna edici...

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Hepsine birden değil mi?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, sonra da diğer söz alan vekillerimize...

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Tamam.

O zaman yarım kalan yerden ben sözü Sayın Müller'e vereyim. Aslında algoritmayla ilgili birleştirebiliriz de çünkü sayın vekilimiz aynı zamanda şeffaflığı da sordu.

OKAN KONURALP (Ankara) - Sayın Başkanım, Sayın Müller sonra mı yapsa, önce biz konuşmalarımızı yapsak daha iyi olur?

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Topluca yanıt verir.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Kısa zaten, gök kubbe altında söylenmemiş bir şey yok. Sayın Tuncay Özkan'ın bu kadar net soruları karşısında biz onlara cevap bekliyoruz, bizim hepimizin adına sordu.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Tüm soruları topluyor muyuz?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, usul bakımından şöyle yapalım, soruları alalım.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Peki, olur, biz derleyelim onları.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, Okan Bey, buyurun.

OKAN KONURALP (Ankara) - Teşekkür ederim Sayın Başkanım, çok naziksiniz.

Ya, Sayın Tuncay Özkan'ın bu geniş, kapsamlı, detaylı konuşmasının ardından çok tekrara düşmemeye çalışarak belki de biraz daha somut birtakım veriler üzerinden düşüncelerimi paylaşmak istiyorum.

Arkadaşlar, siz, biz Google'ız, dünya deviyiz, küresel bir gücüz ve bu küresel gücün "x" lira maaşlı çalışanlarıyız; Türkiye Büyük Millet Meclisi ne ki, Zeynep Hanım ne ki, Nazım Başkan ne ki, Tuncay Özkan, Okan Konuralp ne ki diyebilirsiniz, buraya geldik işte, lütfettik, size bir şeyler söylüyoruz, bununla yetinin üslubuyla birtakım değerlendirmelerde bulunuyor olabilirsiniz fakat bu, bizim inandığımız, doğruluğundan da şüphe duymadığımız itirazlarımızı en azından seçmenlerimiz nezdinde Meclis tutanaklarına geçirmemizi engellemiyor. Ne demek istiyorum? Arkadaşlar, 12 Mart itibarıyla bu ülkede bir medya kuruluşu öldü. Bu medya kuruluşu sonrasında da bir grup medya kuruluşu girmiş oldukları ekonomik darboğazın en önemli nedeninin Google algoritmasının değişikliği olduğunu ifade ettiler ve bunun üzerine bunun kadar önemli bir başka cümleyi de bildirilerine koydular. Google'la sağlıklı ve sürekli bir muhataplık ilişkisi de kurabilmiş değiliz. Kusura bakmayın, bu arkadaşlarımızın yalan söylüyor olduklarına inanmıyorum. Arasında T24 de var, Artı Gerçek de var, BirGün de var, metnin çoğuna katılmakla birlikte imza koymamış Evrensel de var, Diken de var, Gazete Pencere de var, Kısa Dalga da var, belki de beyefendinin arkadaşı Ruşen'in yöneticiliğini yaptığı Medyascope da var ama bu toplantı öncesinde ben dâhil Komisyon üyelerini ziyaret eden sizler beni ziyaret ettiğiniz tarih itibarıyla nezaketten bile bu bildirinin altına imza atmış hiçbir kuruluşla gayriresmî olarak bile bir araya gelmemişsiniz; ayıp değil mi ya? Bu arkadaşlar diyorlar ki: "Ekonomik bir darboğaza doğru girdik, gazete Duvar öldü, biz de öleceğiz; bunun nedeni Google'dır." Ya, siz "Bu arkadaşlarla bir oturalım, konuşalım, yanlışları varsa düzeltelim, yanlışımız varsa onlarla bir ortak nokta bulalım." dememişsiniz ve öğrendiğim kadarıyla bu sabah itibarıyla bile onlarla resmî ya da gayriresmî bir diyalog kurmamışsınız. Sonra da diyorsunuz ki: "1.200 gazeteciyi eğittik, 2024 yılında 21 şehirde bir araya geldik." Bu arkadaşlar, bunlar mı? Bu arkadaşlar bunlar değilse bunlarla ne zaman diyalog kurmayı düşünüyorsunuz ya da bunlarla niye diyalog kurmuyorsunuz? Şimdi, öyle bir tablo koydunuz ki az önce de yani şimdi de ifade ettiniz: "Evet, algoritma değişikliği sonrasında birtakım dalgalanmalar olur, yeniden yoluna girer." Ya "2 milyon, 1,5 milyon" diye iddia edilen trafiğin 100 binlere, 200 binlere düşmesi nasıl bir dalgalanma ya? Bu bir fırtınadır arkadaşlar. Türkiye gibi -çok detaya girmeyeceğim- ağır ekonomik problemleri de bir nedenden dolayı yaşayan bir ülkede, kusura bakmayın, bu bir dalgalanma değil, T24 için, Medyascope için, BirGün gazetesi için bu bir fırtınadır ama bu fırtınayı ne yabancı konuklarımızın ne sizin ne de sizin adınıza burada avukat olarak da görevli olan arkadaşımızın çok da önemseydiğini düşünmüyorum.

İkincisi: Sayın Gürkaynak, "dostum Daron Acemoğlu" diyorsunuz. Dostunuz Daron Acemoğlu'yla bu meseleleri nasıl konuşuyorsunuz, merak ediyorum. Kendisi söylüyor illa bir referans alacaksak, Google'ın dijital reklam ekosistemini kontrol ederek bağımsız haber kuruluşlarını finansal olarak çökerttiğini kendisi de ifade ediyor, sıradan birisi de değil, şahsen benim de tanıdığım birisi, Nobel Ödülü'yle de onurlanmış, biz de onurlandık ve benzer değerlendirmeleri de düzenli olarak yapıyor. Dünyanın çeşitli yerlerinde, Amerika dâhil, Google ile kamu otoritesi arasında mahkemelik olmuş da bir durum var ama siz bunların hiçbirini yokmuş gibi ve bütün suç bizdeymiş gibi, bu arkadaşlar başarısız medya kuruluşlarıymış da trafikleri ondan düşmüş gibi böyle bir tozpembe bir dünya kuruyorsunuz ve dediğim gibi detaya da girmiyorsunuz. Ben biliyorum arkadaşlar, şimdi bunları reddediyorsunuz ama ruh hâlinizi biliyorum. Ruh hâliniz "Türkiye Büyük Millet Meclisi kim ki?" ruh hâli. Bir önceki toplantıda sorduğumuz sorulara, hadi o toplantı ilk olduğu için yanıt alamadık, ya, insan nezaketten buraya birtakım yanıtlarla gelir ya. Ya, tek bir cümle koymadınız üzerine arkadaşlar ve büyük bir ihtimalle de koymadan da gideceksiniz. Çünkü neden? Bilinçaltınız işgal edilmiş, Google'sınız siz. X, Google, TikTok; Meclis kim ki? Ya, şimdi, bakın arkadaşlar, burada bir bildiri var. Bu bildiride haksızsa bu arkadaşlar haksız oldukları için bile bunlarla oturup konuşmak zorundasınız. Bir nedenden dolayı T24'e verilen röportajla kurtaramazsınız kendinizi. BirGün'le de Medyascope'la da konuşacaksınız. Konuşmamışsınız, nezaketten kapılarını çalmamışsınız. Belki işte dediğim gibi, ikili ilişkilerden kaynaklı bir yerlerde kahve içmişsinizdir ama "Evet ya, biz Google'ın yöneticileriyle bir araya geldik. Bu bildirilerimize karşı bunlar da bize..." Ama şimdi, bu kurumlarla neden oturmadığınızı da yine Google'ın ne olduğu belli olmayan ilkeleriyle de açıklayabilirsiniz biraz sonra. Hâliyle arkadaşlar, bu iş bizim açımızdan

sürdürülebilir bir olgu olmaktan çıktı. Yani yabancı konuklarımız Sayın Müller, Helena Hanım kendi ülkelerinde, kendi ülkelerinin demokratik, özgür hâlleri içerisinde, ekonomik güçleri içerisinde birtakım durumları sorunsuz yaşıyor olabilirler ama yaşamadıkları da zaten hepimizin gördüğü üzere, kendi ülkelerindeki ya da Amerika'daki ya da Fransa'daki ya da İngiltere'deki dava konusu olmuş ya da olmak üzere olan bir tekelleşmeye, bir heyulaya dönüştünüz yani. İlla böyle şey yapmak istemem ama gerçekten hepimizin üzerinde bir canavar gibi dolaşıyorsunuz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Vekilim, şöyle bir araya gireyim mi?

OKAN KONURALP (Ankara) - Buyurun.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Soruları özetleyelim, bakın, zaman geçiyor.

OKAN KONURALP (Ankara) - Tamam, son, bitiriyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir cevap versinler.

OKAN KONURALP (Ankara) - Haklısınız, çok haklısınız.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Çok benzer şeyler.

OKAN KONURALP (Ankara) - Ben somut olarak şunu öğrenmek istiyorum: Sayın Tuncay Özkan'ın ve belki de benden sonra da konuşacak arkadaşların sorularına ek olarak, çok somut olarak bu arkadaşlar diyorlar ki: "Bizim, Google'ın okur trafiğine uyguladığı ambargo ve bu ambargonun yıkıcı sonuçlarıyla karşı karşıyayız. Tüm kamuoyunun, özellikle okurlarımızın durumun ciddiyetinin farkına varmasının hayati önemde olduğunu vurgulamak istiyoruz." diyen saygın 8 tane yayıncı kuruluş var ve siz bu yayıncı kuruluşla neden hiç diyalog kurmadınız? Neden onlarla bu meseleyi tartışmadınız?

Teşekkür ederim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Teşekkür ederim.

Elif Hanım'a söz veriyorum şimdi.

Tek ricam şu: Soruları soralım, yorumları sonraya bırakalım, bir cevap alalım.

Sorular net.

Buyurun Vekilim.

ELİF ESEN (İstanbul) - Teşekkür ediyorum Başkanım.

Ben de kıymetli vekillerimi ve değerli misafirlerimizi saygıyla selamlıyorum. Hoş geldiniz.

Benim de merak ettiğim çok cevap var ama uzatmayacağım, epey bir şey konuşuldu zaten. Belki, sayın vekilimin üzerine, Gazete Duvar'ın yayın hayatına son vermesini üzüntüyle karşıladığımı belirterek başlamak istiyorum. Yapılan bu orantısız uygulamalar yerel medyada çöküşlere de sebep oluyor. Gazete Duvar başarılı ve genç bir medya kuruluşuydu, ne yazık ki bugün artık yayında değil, bunda da sizin algoritma değişikliklerinizin etkisi olduğunu düşünüyorum ben de.

Dijital mecralar ve yapay zekâdaki değişimler demokrasi, insan hakları ve adalet noktasında da toplumları ve aslında kurumları, kuruluşları bambaşka ortamlara getirdi, pozisyonlara getirdi. Burada "adalet" kavramı aslında son derece önemli bir belirleyici. Sizin konuşmanıza bir atıfta bulunmak istiyorum, "Aslında haber yayıncıları bizim Google kaynaklarımızdan yararlanıyorlar." diye bahsettiniz yani sadece bir kaynak olarak sizden istifade ediliyor gibi; aslında adaletli ve orantılı olarak yorumlayacak olursak siz de onlardan istifade ediyorsunuz, bunu da "18 bin kilometre yaptık." diye ifade ettiniz. Bunu kıymetli buluyorum, yapmışsınız ve yerel medyayla kuruluşlarla bir araya gelmişsiniz, istişare mekanizmalarını işletmişsiniz ve aslında benim Sayın Özkan'ın görüşüne katılmayan bir ifadem burada olacak, bu ortamlar o tür yayıncılar için son derece kapasite geliştirici ve onlara alan açıcı da bir ortam sağlıyor.

Katıldığım noktaya gelecek olursam... Ha, o ortamı sağlıyorsunuz, öyle bir baz oluşturuyorsunuz ama siz de onların üzerinden nemalanmaya devam ediyorsunuz. Aslında karşılıklı bir beslenme var ama bu beslenme de sonuçta baktığımızda orantılı olmuyor. Burada sizin kazancınız belki de doğal seyriyle kat kat fazla oluyor.

Şimdi, sorum şu: Yine, sunumunuzda belirttiğiniz OASIS, bağımsız haber kanallarını haritalandıran bir programdan bahsettiniz, bunu önemli buluyorum. Bu programı nasıl işlettiğinizi öğrenmek istiyorum ve nerelerde kullanıyorsunuz? Kendinize mutlaka faydası var, böyle bir haritalandırma sistemine geçmeniz, bir envanter sistemi oluşturmanız elbette önemli ama bu sistemin yerel kaynaklara ve ülkelere, o ülkelerdeki girişimcilere, teknoloji girişimcilerine nasıl bir faydası var, bunu öğrenmek istiyorum.

İkinci bir sorum da algoritma şeffaflığı noktasında. Bu, aslında sorulan soruların bir devamı gibi. Google gibi platformların algoritma şeffaflığı önemli çünkü adalet perspektifinde şeffaflık ve güvenilir olmak da önemli, çok büyük bir kuruluşunuz. Bu güvenilir kaynak olma noktasında haber sitelerini sıralarken nasıl bir sistem uyguladığınızı ben de merak ediyorum.

Yine, dijital telif noktasında, aslında dünyadaki uygulamalarda Avrupa Birliği'nin komşu ülkeler uygulamasını önemli buluyorum. Bizim de mutlaka üzerine tartışacağımız ve iyi uygulamalar olarak yasama organı olarak da istifade edeceğimiz bir alan. Bu noktadaki belki bahsedebilirsiniz Fransa uygulaması özellikle önemli bu komşu ülkeler uygulamasında. Bir de Güney Afrika'yla yaşamış olduğunuz bir telif hakkı anlaşması var, o da önemli bir örnek. Aslında Türkiye'yle belki de hani belli bir düzeyde yürütülecek ilişki ve iletişimle... Buna "iletişim kazası" demeyelim, bunlar yol alırken aslında teknolojinin gelişmesinde sizlerin ve ülkelerin karşılaştığı sorun ve ihtiyaç alanları ve bize düşen de bu ihtiyaç alanları doğrultusunda ülkemizi, ülkemizdeki dijital sistem ve girişimcileri koruyacak tedbir ve yasaları geliştirmek olacak. Bu örneklerden yola çıkarak geliştirmiş olduğunuz bir politika var mı, bir ilkeler dizini var mı? Bunu merak ediyorum.

Son bir hatırlatma yapacağım ve bitireceğim sözlerimi. Bu Komisyonun ortak bir WhatsApp grubu var, bir vekilimiz oraya not bırakmış, o notta bir soru var, o soru benim de çok merak ettiğim bir soru. "Google'ın İstanbul kuruluşu" diyelim, bağımsız olduğunu ifade ediyorsunuz. Yani nasıl bir yetki ve sorumluluk silsilesi var Google ile İstanbul'daki kuruluşunuz arasında? Bende mesela, konuştuğunuzda, sunumunuz sırasında son derece güvensiz ve sisli bir ortam oluşturdu algımda. Bunu da açıklamanızı rica edeceğim, Sayın Başkandan da diğer soruları iletmenizi ve ondan sonra soruları almamızı rica edeceğim.

Teşekkür ediyorum tekrar sunumlarınız için.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Teşekkür ederiz.

Son soru Sayın Vekilimizden.

Buyurun.

UTKU ÇAKIRÖZER (Eskişehir) - Sayın Başkan, çok teşekkür ediyorum. Tüm değerli milletvekillerini, Google heyetini ve gazeteci meslektaşlarımı selamlıyorum.

Çok şey söylendi, tekrardan kaçınarak birkaç şeyi ifade edeceğim. Öncelikle, ortada konuştuğumuz, tartıştığımız, işte adına sizin "güncelleme" dediğiniz, "algoritma" denen, ambargo etkisi yaratan ve sık sık da yapıldığı anlaşılan -yani bir kere olmuyor anlaşıldığı kadarıyla, birkaç ayda bir olan- sürecin sonunda Türkiye'de şunu yapıyoruz biz: Neden burada bunu önemsiyoruz? Neden bu kuruluşlar önemsemiyor, biz önemsiyoruz? Bağımsız habercilik zayıflıyor yani bizim derdimiz gazeteci olarak ya da milletvekili olarak, bağımsız habercilik zayıflıyor. Haberciliğin zayıflaması demokratik denetim mekanizmasını ortadan kaldırıyor. Yani sizlerin birçok iddianızın içinde demokrasi, denetim var ama bu sizden kaynaklanan sorun sonrasında bu ülkede ve dünyanın birçok yerinde hem bağımsız habercilik hem de onun doğal sonucu olan demokratik denetim mekanizmaları zayıflıyor. İşte, bahsetti değerli arkadaşlarım.

Şimdi, biz duyuyoruz, okuyoruz, muhtemelen bizimle paylaşılacak ifadede de olacak, diyor ki Google tarafı: "Biz çöp içerikleri azaltmak, derinlikli içerikleri öne çıkarmak için güncelleme yapıyoruz." iddianız bu ama baktığınızda bağımsız, özgün, araştırmacı haberler üreten -işte, isimlerini saydılar- gazetelerin, internet sitelerinin siz bu güncellemeyi yapar yapmaz neredeyse trafiği sıfıra iniyor; sonra yavaş yavaş -tamamen asla düzelmüyor ama- çok büyük bir kayıp yaşıyor. Mesela, bir sorum: Madem temel şeyiniz, çöp içerikleri azaltmak ve derinlikli içerikleri öne çıkarmak o zaman neden bu kuruluşlar etkileniyor? Çünkü baktığımızda sayılan kuruluşlara, işte isimlere -hani hepsi tek tek vermek istemiyorum ama- hepsi de aslına bakarsanız en derinlikli haberleri yapmaya çalışıyor, habere kaynak ayırıyor, yoruma kaynak ayırıyor, analize kaynak ayırıyor yani tam da aslında çöp bulundurmuyor, derinlikli içerik yayınlıyor ama sonuca baktığınızda zarar eden onlar oluyor.

Zararı nasıl ettiğini anlatmaya çalışacağım yani onların varoluşlarıyla nasıl oynuyorsunuz? Birincisi "İsim verebilirsiniz." dedikleri için isim vereceğim: T24'ten buraya gelmeden önce bilgi istedim, sağ olsunlar, gönderdiler. Ekim 2024 güncelleniz ve Ocak 2025 güncelleniz sonrasında kullanıcı sayıları öncelikle sıfıra yakın düşüyor, sonrasında da yüzde 33'lük ve yüzde 35'lik kullanıcı sayısı düşüşü, sayfa gösteriminde yüzde 42 ve yüzde 47'lik düşüşler... Yani hem kullanıcı hem sayfa gösteriminin... Yani bu düşüş nedeniyle birincil olarak Google'dan, sizden giden reklamda, reklam gelirlerinde önce yüzde 40'lık bir keskin düşüş, arkasından grafikleri yüksek olduğu için yani izlenilirlikleri olduğu için "'premium' reklam veren" denilen reklam verenlerden de bir anda kullanıcı trafik düştüğü için yüzde 20, yüzde 25'lik bir düşüş daha reklamlarında ve son olarak bu trafik düştüğü için... Bir de bizde Basın İlan Kurumu var, Basın İlan Kurumu da kamu ilanlarını verirken sitelere, yine trafiğe bakıyor ve 250 bin sınırı koyuyor, 100 binin altına düştüğünde Basın İlan Kurumundan gelen kamu ilanları da gidiyor. İşte bu nedenle, zaten sınırlı kaynakları var; zaten çalıştırdığı analisti, yazarı, muhabiri, editörü vesairesini gerçekten ucu ucuna getirebilen insanlar büyük bir... Yani çöküyor resmen, işte o yüzden Gazete Duvar batıyor, o yüzden diğerleri "Bize ambargo uyguluyorsunuz." diyor ve çok haklı bir şekilde -Okan Bey söyledi- hepsinin bize söyledikleri -işte, Birgün'le de konuştum ben gelmeden önce- "Ya, bir muhatap bulamıyoruz." diyorlar. Hani, siz bize işte bir e-mail adresi verdiniz, böyle değildir, böyle ciddi bir sıkıntı varken Türkiye'de, ben size diyorsam ki demokratik denetim mekanizmasını yok ediyorsunuz, bağımsız gazeteciliği yok ediyorsunuz, siz bir e-mail adresiyle bundan kurtulamazsınız. Çok affedersiniz ama yani bir daha değerlendirmek gerekir, birçok şey söylendi.

Sorular bağlamında şunları da sorup bitireyim, Sayın Hüseyin Bey'in sabrını çok zorladım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Biz çok sabırlıyız zaten efendim.

UTKU ÇAKIRÖZER (Eskişehir) - Şimdi "2 kere yaşandı." diyorlar ve "Şu anda sinyaller alıyoruz." diyorlar konuştuğum şeyler. Yeniden yaşanma sinyalleri alıyoruz yani yeni bir güncelleme, algoritma, her neyse bu. Bir daha yaşanmayacağını taahhüt ediyor musunuz, edebiliyor musunuz? Bağımsız medya kurumları büyük maddi kayıplar yaşadı. Sebep olduğunuz maddi kayıpların sorumluluğunu üstlenmek adına bir çözüm öneriniz, çalışmanız oldu mu, olacak mı, bizimle paylaşmak ister misiniz? Onlarla temasa geçmediniz ama belki kendi içinizde düşünüyorsanız... Yine söylendi, uygulamalarınızdan şikâyet eden bu medya kuruluşlarıyla doğrudan, sürekli kurumsallaştırmış bir iletişim mekanizması kurma düşünceniz var mı? Tabii, şöyle: Siz -işte hep söylendi, ben de söyleyeceğim- doğal olarak bir özel sektör şirketsiniz, kâra bakacaksınız, burada biz size kendi kendinizi... Söyleyebiliriz, telkinler, tavsiyeler ama asıl olarak tabii ki biz çuvaldızı kendimize batıracağız. Nasıl Amerika Google'a tekelleştiği için yaptırım uyguluyorsa, nasıl Avrupa Birliği aynı şekilde arayışlar içindeyse biz Türkiye olarak, siyaset kurumu olarak, masanın bu taraf olarak -ki ben Komisyon üyesi değilim ama arkadaşlarım, Tuncay Bey söyledi- kanun teklifi vesaire noktasında kendi demokrasimizi korumak istiyorsak, kendi bağımsız haberciliğimizi korumak istiyorsak bizim bu söylediklerimizi kanunlaştırarak değerli konuklarımıza anlatmamız lazım. Neyse meramımız, bunun adı -işte, Daron Bey'den bahsedildi- dijital vergiyse dijital vergi... Biz evimize internetten "a" şirketinden bir pabuç sipariş verirken şirket vergi ödüyor ama siz vergi ödemiyorsunuz yani o yüzden bizim de kamu olarak üzerimize düşeni... Tabii ki bağıralım, çağıralım, şey yapalım ama bu tarafın bir kâr maksimizasyon arayışında, amacında olması doğal. Bizim de bunu dengeleme sorumluluğumuz olduğunu bilerek bir an önce Amerikası, Avrupası, işte sayılan diğer ülkelerin -ben o kadar detayını bilmiyorum- yaptıkları gibi bizim sadece Google değil ama bu şekilde olan, artık tekel sıfatını bile aşan noktaya gelmiş olan bu platformlara yaptırım uygulamamız, vatandaşlarımızı, demokrasimizi ve bağımsız haberciliği korumamız gerekiyor. Belki bu kuruluşlarla -Okan Bey'in de ifade ettiği gibi- temasa geçerek ve onları samimi bir şekilde dinleyip dediğim gibi, sorumluluğunuzu yerine getirecek adımlar atarak başlayabilirsiniz.

Çok teşekkür ediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, çok önemli sorular; bu sorulara nitelikli, ayrıntılı cevaplar bekliyoruz.

Hemen salonumuzda bulunan Türk basınının üstatlarından Faruk Bildirici'nin de bir sorusu var: "Bu tekelleşme konusunda nasıl bir cevap verilecek? Gelir paylaşımı ve şeffaflık konularının ikna edici bir biçimde açıklanmasını istiyoruz." diyor.

Söz sizin.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Teşekkür ederiz her birinize ayrı ayrı sayın vekillerim.

Konuları aslında toparlayabileceğimiz şekilde gruplayalım tek tek, bazı sorular örtüşüyor zaten. En baştan, kaldığımız yerden devam edelim isterseniz. Birçok milletvekilimiz aynı yere vurgu yaptı, "Algoritmalarınız şeffaf mı?" "Nasıl olur da bir trafik buradan buraya düşebilir?" "Siz bunu yapabilir misiniz, Google bunu yapar mı?" gibi algoritmaya yönelik soruların cevabını istiyorsanız bir uzmanından dinleyelim, Sayın Müller'den ben rica edeyim buna cevap vermesini, sonra diğer soruları da toparlayacağız.

GOOGLE İSVİÇRE-GOOGLE ARAMA İLİŞKİLERİ LİDERİ-GOOGLE ARAMA SÖZCÜSÜ JOHANNES MATTHIAS MÜLLER - Çok teşekkürler.

Bunlar gerçekten son derece iyi ve son derece önemli sorular. Daha önce de ifade ettiğim gibi, güncelleme yaptığımız zaman bunları daha geniş ve küresel anlamda güncellemeler şeklinde yapıyoruz ve planlıyoruz. Kaliteyle ilgili güncellemeler açısından bakıldığında spesifik olarak buradaki değerlendiricilere verdiğimiz son derece geniş kapsamlı bir kılavuzumuz, bir el kitabımız var. Bu, 180 sayfalık bir kılavuz ve son derece detaylı hazırlanmış, kamuya da açık bir kılavuz aynı zamanda. Şeffaflık konusuna özellikle nasıl baktığımızı çok net bir biçimde bu kılavuzda gösteriyoruz ve buradan anlaşıldığını düşünüyoruz. "Kalite Radar Kılavuzu" dediğimiz bu kılavuzda da düzenli olarak güncellemeler yapıyoruz, bunları da kullanıcı beklentileri ve aldığımız geri bildirimler üzerine gerçekleştiriyoruz. Bunları net bir biçimde yazıyoruz değişiklikler yaptığımız zaman çünkü "web" sitelerini hazırlayan herkesin Google'ın arama hizmetinin hangi yönde gittiğini anlamasını ve kalitedeki değişikliklerin ne yönde ilerlediğini anlamasını istiyoruz.

Şimdi, bu kılavuzda kalite bir dizi faktör ve bir dizi durum üzerinden açıklanıyor. Burada değerlendiricilerin içeriği şu dört unsur üzerinden değerlendirmesini istiyoruz: Buradaki uzmanlık, deneyim, yetkinlik ve aynı zamanda güvenilirlik. Yakın geçmişte yapmış olduğumuz değişiklik, kalite değerlendiricileri açısından yapay bir biçimde üretilmiş olan metinlerin kalitesinin değerlendirilmesi açısından yapılan bir değişiklik. Şimdi, bu kalite değerlendiricileri dediğimiz zaman, aslında, dünya çapında 10 bin kişiden bahsediyoruz ve bunlardan bazıları Türkiye'yle ilgili olarak çalışanlar. Bu yapmış olduğumuz kalitede yapılan bazı güncellemeler, daha sonra bizim "temel çekirdek" dediğimiz güncellemelerimize de bizi götürüyor. Burada, kalite deneyiminde tabii ki bireysel olarak veya tekil olarak kelimeler üstünde durmuyoruz, buradaki deneyimin tamamı ne şekilde bir deneyim, sayfa ne kadar hızlı yükleniyor ve bununla ilgili ortaya çıkan ne kadar güvenilir bilgiye erişildiği deneyimi. Tabii ki bu "çekirdek güncellemeler" ya da "temel güncellemeler" dediğimiz güncellemeler birden fazla sinyali dikkate aldıkları için "web" siteleri açısından gerçekten önemli dalgalanmalara yol açabiliyorlar. Bu çekirdek güncellemeler, aslında, kullanıcıların deneyim kalitelerini artırmak için planlanan güncellemeler. Dolayısıyla, biz burada spesifik olarak belli yayıncılara odaklanarak bu güncellemeleri yapmıyoruz.

Tabii ki bu güncellemelerdeki sıralamalara baktığımızda da aslında bu, son derece dinamik bir şekilde işliyor ve tamamen kullanıcının beklentilerine nasıl karşılık verdiğine ya da içerikle ilgili kalitenin ne oranda etkilendiğine de bağlı olarak hızlı bir biçimde ve dinamik bir biçimde sıralama değişebiliyor. Burada aslında yayıncılardan gelecek olan geri bildirimleri de düzenli bir biçimde takip ediyoruz, karşılaştıkları problemleri ya da sorunları onlardan anlamaya çalışıyoruz, mesela "Benim trafiğim son derece düştü." diyen bir yayıncının bunu neden yaşadığını anlamaya çalışıyoruz ve bu değerlendirmeleri, aslında bu dijital alandaki, dijital alanın sağlığıyla ilgili forumlarda tartışarak yapıyoruz. Şimdi, bu çekirdek güncellemeler sonucunda ortaya çıkan dalgalanmalardan sonra biz aslında durumun eski noktasına gelmesi gibi bir beklenti içerisinde değiliz ama genel olarak buradaki hedef, arama sonuçlarının kalitesinin artırılması olduğu için tabii ki bir miktar düzelmeye birlikte eski noktaya gelmeyebiliyor.

Umarım biraz açıklayabilmişimdir.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Ben şimdi bir soru sormak istiyorum kayıtlara girsin diye.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Buyurun.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Çok teşekkür ederim, birden bire aydınlandım, müthiş açıklamalar. Bütün sorularımın yanıtını buldum ama bir şeyin yanıtını bulamadım. Bu oyunun kurallarını siz belirlemiyor musunuz? Bir önceki güncellemeyi siz yapmadınız mı? Siz yaptıysanız eğer nasıl oluyor da bu kadar yanılabilirsiniz? Bir güncelleme ile bir güncelleme arasında bir kurumun ya da insanların topyekün yok olmasına, sıfırlanmasına ya da yüzde 40, yüzde 50 aşağıya gelmesine nasıl yol açabiliyorsunuz? Bu nasıl bir algoritma, nasıl bir matematik?

GOOGLE İSVİÇRE-GOOGLE ARAMA İLİŞKİLERİ LİDERİ-GOOGLE ARAMA SÖZCÜSÜ JOHANNES MATTHIAS MÜLLER - Şimdi, tabii ki bu çok zorlu bir soru ancak daha önce de ifade ettiğim gibi, biz kalite üzerine yani arama sonuçlarının kalitesi üzerine bu güncellemeleri odaklıyoruz ve bunlar üzerinde çalışıyoruz. Spesifik olarak herhangi bir "web" sitesine odaklanarak bu güncellemeler yapılmıyor. Burada yapmaya çalıştığımız bireysel deneyimlerin çok daha kaliteli ve çok daha iyi sonuçlara bizi götürmesi ve küresel anlamda yapılan bir güncellemeden bahsediyoruz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, Tolga Bey, bak, vekillerimi duyuyorsunuz.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Sayın Başkanım, bir soru daha var; alalım mı, yoksa cevap verelim mi?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Artık sorular bitti, yeter arkadaşlar. Şöyle efendim: Zaman hayli ilerledi, hep biz konuştuk, şu cevapları bir alalım. Bak, Tuncay Özkan diyor ki: "Ben hiç ikna olmadım." Şimdi, daha Tolga Bey bir cevap verecek. Sayın Müller verdi, bir de Tolga Bey verecek. Gerçekten anlamadım yani ben de. Şimdi, Tuncay Özkan, basit bir soru soruyor, diyor ki: "Bu bir yıl önceki, altı ay önceki güncellemeyi de yapan sensin. Ne oldu da bu parametreyi beğenmedin, yeni bir güncelleme yapıyorsun? Mesela, Okan Konuralp sordu, -müsaade etseniz aslında ben soruları özetleyeceğim de- yani 1 milyon trafikten 150 bin trafiğe düşmek bir algoritma değişimi değil, bir algoritma depremi. Bak, burada ifade edildi. Sadece bazı basın-yayın kuruluşlarından bahsedildi. Ben isterdim ki vekillerim... Ya, bu, Yeni Akit için de böyle, Sabah gazetesi için de böyle, A Haber için de böyle...

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Anadolu Ajansı.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Anadolu Ajansı için de böyle, T24 için de böyle, ODATV için de böyle. Yani gerçekten hayatın olağan akışına uymayan bir algoritma var. Bu değişiklik, dediğim gibi, ana soru şu: Burada bir sansür mü var bilmediğimiz, bir mühendislik mi var? Bu gelir dağılımına, mesela neden o soruya hiç kimse cevap vermedi Tolga Bey? Ya, bu gelir paylaşımı neden yapılmıyor ve bu şeffaflık neden sağlanmıyor?

Buyurun efendim.

Sorular sorulmuştu ama tekrar bir daha...

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Tamam.

Sayın Başkanım, bunların hepsini derleyip toparlamadan önce bir Sayın Gürkaynak'a söz vermek isterim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, Gönenç Bey, sen bizim sorunumuzu biliyorsun.

Buyurun.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Efendim, demin aslında bunun için de biraz bağlamdan bahsetmeye gayret ettim yani "Algoritma güncellemesi yapmayın." da denilemez "Birel etkileri hiç olmasın." da denilemiyor. "Şeffaf olun." denilebilir, "Hesap verin." denilebilir derken asla maksadım, haşa, söylenenleri çarpıtmak zaten değildi; milletin vekilinin söylediğini çarpıtmak yapmak isteyeceğim en son şey olur. "Sorularım bu kadar sığ değil." dedi Sayın Özkan. O, benim sığ anlayışım olmuş ama ben aslında şu maksatla söylediğimi söyledim; şimdi de bunun devamı bir şey söyleyeceğim: "Siz bu güncellemeyi ne maksatla ve kafanızda neyi tutarak yapıyorsunuz ey Google?" ve "Biz etki bakarken nereye odaklanıyoruz?" farkına da bakabilirsek biraz oradan da bir şeyleri görebileceğiz diye düşünüyorum.

Burada konuşulan dil, bu tarafta "Tüm küresel internet âlemindeki tüm kullanıcıların kullanıcı bazlı olarak kaliteye dayalı tecrübesini önceliklendirerek güncelleme yapıyorum. Bunu yaptığım zaman bazen öyle bir etki doğuyor ki birel alanda, belli bir ülkedeki belli bir kullanıcı yönünden." Bir sayın vekil çok haklı olarak şunu söyleyebilir: "Ya, içerikleri gayet ilginçti ve emek ürünü. Bu niye çöp muamelesi görüyor?" Hâlbuki, aslında o kılavuzda da çöp olarak tanımlanan vesaire şeyin bu olduğu gibi bir iddia yok yani kimse buna çöp demiyor. Sadece tüm tecrübenin tamamına yönelik algoritma güncellemesi yapıldığı zaman, o, aslında yazılan içerikle ilgili değil, tecrübenin geneliyle alakalı o kılavuzda bulunan başka parametrelerden belli konulara yakalandığı için bu etkiye düşüyor. Şimdi, bu böyle olduğu zaman da aslında aynı dili konuşma kabiliyeti bir miktar yitirilmiş de oluyor, onu bağdaştırmaya uğraşıyorum. Yani sanki bir haksız fiil varmış gibi ki ne olarak tanımlayacağız haksız fiili? Yani kusurlu bir davranışıyla, hukuka aykırı ve kusurlu bir davranışıyla başkasının zararına yol açma, değil mi? Bu taraf ise "Ben algoritma değişikliğini bambaşka bir meşaleyi tutarak yapıyorum, buna da mahkûmum." diyor. Mesela, yine kullanılan tabirlerden "Niye hata yaptınız altı ay evvel?" dendiğinde bu taraf aslında onu anlayamıyor, ona göre hata değil o yani yakalayamadığı bir şeyi ikinci denemede yakalamış değil. O, her sefer bu güncellemeleri yapar durumda kalıyor. Bir tek bunları arz ederek sözü iade etmek istedim ki tam aynı dilin en azından konuşulduğundan emin olabileyim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika, sözü Tolga Bey'e aktarmadan önce -Tolga Bey'den de alacağım- bu trafiklerle ilgili neden bu kadar değişim yaşanıyor, bunu gerçekten biz anlamıyoruz Gönenç Bey. Yani, 2 milyon trafiğin, etkileşimin... Ya, 2 milyon mu yanılttı? Detaylandırmak istemiyorum ama nasıl 100 bine düşebilir? Yani Hürriyet gazetesi de böyle, Sabah gazetesi de böyle, BirGün de böyle, ODATV de böyle, En Son Haber de böyle, TGRT için de böyle, internette aklınıza gelebilecek... Nasıl oluyor bu üstat?

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Yani spekülatif bir cevabı Türkiye Büyük Millet Meclisinde vermek kadar kabahatli bir şey olamayacağından haddim olan kısmını söyleyeyim ve devredeyim.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Estağfurullah, yok, konuşuyoruz.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Burada içeriğin kendisinin emek ürünü olup olmadığından ve içeriğin kendisinde bir katma değer olup olmadığından bağımsız çok fazla faktör devreye girdiği için güncellenmenin kendisi içerisinde kullanıcı tecrübesi yönünden, işte, sayfa hızlı yükleniyor mu olabilir, sayfanın kendisi "credible" içerikli bilgiye yuva olabilecek bir sayfa mıdır olabilir vesaire. Bunlardan dolayı eğer kategorik olarak "core" güncellemede hele, çekirdek güncellemede yani bir etki alırsa gerçekten o etki dramatik olabilir, ondan sonraki toparlayışı da muhtemelen zaten kılavuzun bu yapılarına uyum göstermek suretiyle olacaktır.

En kritik soru eğer "Hedef gözetiyor musunuz?" sorusuysa bunda rahatız.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Yok, onu sormuyoruz. Şöyle: Biz onu sormuyoruz, bütün vekillerimin adına konuşmak istemem ama biz meseleyi anlamak istiyoruz ve burada Türk medyası için, milletimiz için varoluşsal bir mesele var. Yani biz, gerçek haberciliğin yaşamasını istiyoruz, gerçek gazeteciliğin yaşamasını istiyoruz. Siyasi görüşleri ne olursa olsun, biz Hükûmetiz bizi eleştirsün ama varlığına devam etsin, bunun altını çiziyoruz.

Peki, şuna da gelirsek üstat, bu gelir paylaşımı meselesi Gönenç Bey...

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Gelir paylaşımı meselesiyle ilgili belki sözü verebilirim.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Sayın Başkanım, ona da geleceğiz, bir paket olarak soruları grupluyorum. İstiyorsanız bir kere daha ben...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Söz size gelmişken artık konuyu kapatıyoruz, bu sorulara bir cevap, ondan sonra bir de bu dijital telifle ilgili, herkes onu bekliyor.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Tamam, ona da geleceğiz Başkanım.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Şu "sıgılık"la ilgili bir şey söyleyeyim mi?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ya, bir dakika, lütfen Vekilim.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Birazcık "sığılık" konusunda...
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ya, hayır, zaten polemik çok oldu.
AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Olmaz, kendimi yakarım.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Yok, siz kendinizi yakamazsınız çünkü siz kıymetlisiniz.
AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Sağ olun.
Ceza yargılaması sırasında...
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Efendim, bir dakika...
AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Bir fıkrayla bağlayacağım.
Ceza yargılaması sırasında çok ilginç bir şeyle karşılaştım.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Efendim, bir dakika, bir müsaade edin. Tam da Google'ın istediği bir şeyi yapıyoruz aslında.
AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Google bir şey söylemeyeceğini söyledi zaten.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ya, yok ya.
AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Hiçbir şey söylemiyor.
Kümeden çıkarken yumurta, tavuk, her şey kucakta; adama sormuşlar "Ne diyorsun?" diye "Avukatımı istiyorum." demiş. Avukat bir şey söylemedi ki.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tuncay Bey, yok, yok.
AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Avukat onların söylediklerini dekoder gibi bana söylüyor, benim söylediklerimi ona... Sanki bizim de avukatımızmış gibi davranıyor, öyle bir şey yok. Çok açık sorduk, hiçbir şey söylemediler.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - İşte cevap verecek, verecek.
AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Vermeyecek canım, gene aynı şeyler.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tolga Bey, buyurun.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Sayın Başkanım, teşekkür ediyorum tekrar hepinize.
Soru şu: "Siz ne yaptınız da böyle bir trafik değişikliği oldu?" Gönenç Bey de vurgu yaptı; bir sürü parametre var bizim baktığımız. "Trafik ne olacak?" diye bakmıyoruz "Kullanıcının total tecrübesi ne olacak?" diye bakıyoruz. Belki o parametreleri biraz daha etraflıca anlatabilsek, algoritma iyileştirmede bizim neye baktığımızı, onun tekrar üzerinden geçebiliriz.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tamam, ona sonra döneceğiz. Öyleyse, diğer sorulara, sonra Müller Bey'e söz vereceğiz.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Vermiyor muyuz? Peki, o zaman geçiyorum bunu.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tekrar o parametreleri bir daha dinlemek istiyoruz.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Tamam.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Sonra ama.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Şimdi değil, peki tamam, sırası gelince.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bu para, gelir paylaşımı...
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Tamam, gelir paylaşımı, telif geçelim o zaman isterseniz.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Yok telif değil, yerel medyanın desteklenmesi, medyanın desteklenmesi, içerik sağlayıcıları...
AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Adaletli paylaşım...
OKAN KONURALP (Ankara) - Niye görüşmediniz?
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika Okan Vekilim, sorulara sırayla cevap versin.
Buyurun.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Şimdi, ben şöyle düşündüm, Johannes'in verebileceği cevaplar...
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tamam, versin öyleyse.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Şimdi bu tarafa odaklanıyorum o zaman.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika Tolga Bey, sizin dediğinizi yapıyoruz, yeter ki bize cevap gelsin.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Tamam Sayın Başkanım.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Söz Sayın Müller'de.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Şimdi, şu sorular: Biz kimlerle buluştuk?
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Bir dakika.
GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - "Daha sonra yapalım." demiştiniz Sayın Başkanım.
BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Değiştirdim, sizin dediğinizi yapıyorum.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Peki, tamam. Konu sıcak diye, oradan geldi diye... O zaman ben Sayın Müller'den tekrar rica ediyorum, o parametreleri anlatsın. Biz eğitimlerimizde de bunları aktarıyoruz zaten gazetecilere.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, lütfen.

GOOGLE İSVİÇRE-GOOGLE ARAMA İLİŞKİLERİ LİDERİ-GOOGLE ARAMA SÖZCÜSÜ JOHANNES MATTHIAS
MÜLLER - Tamam, çok teşekkürler.

"Core Update" dediğimiz çekirdek güncellemeler içerisinde bir dizi, fazlaca çok sayıda faktör göz önünde bulundurularak hareket ediliyor. Bir dizi unsur burada göz önünde bulunduruluyor, bunlar arasında -daha önce ifade ettiğimiz üzere- kullanılabilirlik, hız, aynı zamanda bilgiye erişim kolaylığı gibi hususlar var. Teknik unsurlar aynı zamanda bunun içerisinde rol oynuyor ama çok büyük bir rolün, büyük bir kısmı da aynı zamanda kaliteyle alakalı genel unsurlardan oluşuyor. Bazen bu güncellemeler içerisinde, sistem içerisinde otomatik bir şekilde bu "web" sitesiyle alakalı muamele çerçevesinde biraz daha aşağı doğru düşebiliyor ve bazen de belli bir kalite eşliğindeki durumu nedeniyle çok daha hızlı dramatik bir şekilde de düşebiliyor. Bu arama sonuçlarında bazen görülebilir durumda olabiliyor ama özellikle de Google Discover'de, Google Keşfet'te daha da görülür bir şekilde karşımıza çıkıyor. Özellikle de haber yayıncıları söz konusu olduğunda, bir site, bir trafiğe baktığı zaman genellikle burada özellikle de bunu arama sonuçlarında ve bilhassa da keşfet sonuçlarında daha net bir şekilde görebiliyor. Spesifik olarak da biz bu "web" sitesi sahiplerine, bu yayıncılara diyoruz ki: Bu aynı kalacak diye bir şey yok. Bu trafik zaman içerisinde değişebilir, dalgalanabilir ve bu temelde, esasında trafikteki bu değişim, ufak tefek adımlar şeklinde de olabilir. Bazen de dediğimiz gibi, anlattığımız nedenlerden dolayı daha dramatik etkiler şeklinde de olabilir. Bu, esasında ifade ettiğimiz kalite unsurları o parametrelere göre şekilleniyor. Aynı şey diğer yönde de gerçekleşebilir trafikle alakalı yani bizim dokümantasyon içerisindeki belirtmiş olduğumuz kalite derecelendirme hususlarına göre veyahut belirlediğimiz diğer teknik unsurlara göre "web" sitesi şayet iyileştirme yaptıysa, o zaman bu trafik diğer yönde de değişebilir. Ve bazen de yine aynı şekilde, bu yönde de bu değişim küçük, ufak tefek adımlar şeklinde olabilir veyahut gözle görülür bir değişiklik şeklinde, artış şeklinde de olabilir ki zaten yayıncılarımız da bunu zaman içerisinde görmüş ve deneyimlemiş bulunuyorlar. Bu sistemler, bütün bu anlattığımız sistemler o kadar karmaşık ki, bizim için esasında herhangi birinin lehine veya aleyhine olacak şekilde bunları, politikalarımızı değiştirmek, bu dokümantasyonu manipüle etmek bizim açımızdan imkânsız.

Umarım, bir miktar daha bağlam aktarabilmişizdir.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Buyurun Tolga Bey.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Diğer konulara geçelim.

Sayın Vekilimiz sordu. Biz açılıştta özellikle şirketimizi tanıtmak istedik, "O belki gri bir alan yarattı." dediniz ya da bir şaibe. Burada, aslında, Duygu Hanım ile ben, Türkiye'deki yerleşik bir şirketin çalışanlarıyız ve o şirketin faaliyet alanı, reklam, satış ve pazarlama desteği. Geçen sene Sayın Öztürk sormuştu bunu: "Sizin yerli ortağınız var mı, şirket yapınız nedir?" Biz, buradaki şirketimizin hissedarları Google International LLC ve Google LLC şirketi tarafından, International ve LLC, ikisinin sermayedarlığı var bizde. Geçen seneye atfen onu cevaplayayım, orada bir şaibe kalmıştı. Bahsettiğimiz ürünlerin tamamı - YouTube ve Search olsun- başka şirketlerin alanlarına giriyor. O şirketler de Amerika'da yerleşik şirketler, Gönenç Beyler de o ürünlerin sahibi olan firmaları temsil ediyorlar burada ve bu diğer uzmanları oradan çağırıyoruz çünkü bu sorulan soruların tamamını bizim burada bilebilmemiz, ürünler hakkında bilsek bile o ürünlerin temsilcisi olmadığımızı aktarmak için o ayrımı başta yapıyoruz. Amacımız netlik kazandırmaktı aslında ama aksini yapmışız. Bir daha gelecek olursak başka şekilde yazarız onu.

ELİF ESEN (İstanbul) - Belki, ben geçen seneki toplantıda yoktum, o yüzden olabilir.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Her güncelleme biraz daha kafa karıştırıyor. Yapmaya devam edin.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Öyle mi?

Türkiye'de yerleşik iki tane şirketimiz var; biri YouTube'un temsilcisi, bir tanesi de reklam satış, pazarlama yapıyor ve Türkiye'de vergilerimizi de veriyoruz- o soruya da cevap verelim- Maliye Bakanlığıyla ilişkiler içerisindeyiz.

İsterseniz şimdi, daha çok sorulan ortak sorulardan biri: "Basın açıklaması yapan, bildirge yayınlayan kuruluşlarla görüştünüz mü?" Bu sabah itibarıyla görüşmediğimizi söyledi Sayın Vekilimiz Okan Bey. Aslında görüştük, çağrı yaptık ve bu ilk değil -daha önce- biz bütün Türkiye'deki yayıncılarla geniş çaplı şekilde görüşüyoruz, onlarla iletişim kanallarımız var, Türkiye'nin başka ülkelerden ayrıştığı, dezavantajlı bir durum yok.

OKAN KONURALP (Ankara) - Ne oldu, görüştünüz de ne oldu?

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Bunların hepsini yapan birimin...

OKAN KONURALP (Ankara) - Ne oldu, görüştünüz de ne oldu? Bak, Utku Vekilim gelmeden önce T24'e açmış sormuş, T24'ün mesela bu sorularına ne yanıt verdiniz?

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Cevaplayalım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Buyurun.

Toplantıyı kapatacağım artık.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Tamam, o zaman...

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Son beş dakikanız, bir toparlayalım.

UTKU ÇAKIRÖZER (Eskişehir) - Niye kapatıyorsunuz efendim?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ne yapalım efendim, sabaha kadar mı duralım ya?

UTKU ÇAKIRÖZER (Eskişehir) - Evet, gerekirse duralım.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Tamam, siz durun öyleyse beyefendi. Siz Komisyonumuzun üyesi bile değilsiniz ya! UTKU ÇAKIRÖZER (Eskişehir) - Peki, affedersiniz.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Ya, böyle bir şey var mı? Bir dinleyelim diyoruz, sürekli bir müdahale. Bir sabırlı olalım, herkesin bir sabrı var. Bir dinleyelim beyefendi ya.

OKAN KONURALP (Ankara) - Yanıt vermiyor ki.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Vermiyorsa ne yapalım efendim, silah mı dayayalım?

OKAN KONURALP (Ankara) - Yanıt iste; senin sorumluluğun.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ TOLGA SOBACI - Ben burada tekrar Sayın Dubarry'ye rica edeceğim. Yani Türkiye'deki yayıncılarla biz neler yapıyoruz? Bu listedeki yayıncılarla irtibata geçtik mi, geçmedik mi; ne zaman görüştük, iletişim kanallarımız nedir? "Bir şey veriyor musunuz bu ekosisteme?" diyorsunuz; veriyor muyuz, vermiyor muyuz, neler veriyoruz? Onları bir kere daha anlatsın ya da daha detaylı anlatsın, açıkta kalsın istemeyiz.

GOOGLE FRANSA-ORTA DOĞU VE AFRİKA'DAN SORUMLU HABER ORTAKLIKLARI DİREKTÖRÜ FATEN DUBARRY BOUHAOUALA - Çok teşekkürler sorularınız için.

Öncelikle şunu ifade edebiliriz: Gerçekten bu konuyu biz son derece ciddiye alıyoruz, aynı zamanda Türkiye'deki yayıncılarla devam eden, süregelen bir ilişkimiz var; bu da yeni bir şey değil. Bizim için ve aynı zamanda gelecekte de devam edecek bir ilişkiden bahsediyoruz. Ağustos ayındaki güncellemeden bu yana pek çok yayıncıyla görüştük, belki hepsiyle değil ama pek çoğuyla görüşmelerimizi gerçekleştirdik ve aynı zamanda tüm yayıncılara yönelik son derece açık bir politikamız var. Aynı zamanda şunu da ifade etmek lazım: Bu söz konusu durum ortaya çıktığında, bu şekilde sorunlar yaşadığını öğrendiğimiz yayıncılarla alakalı bu yeni durumla ilgili bilgilendirmeyi mutlaka onlara sunduk.

GOOGLE İSTANBUL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ LİMİTED ŞİRKETİ VE GOOGLE LLC ŞİRKETİ AVUKATI GÖNENÇ GÜRKAYNAK - Özür dilerim Sayın Başkan. Çeviriyle ilgili kayda girmesi için bir düzeltme yapmak ihtiyacındayım, kusuruma bakmayın.

"Vital audit" kelime, bilgilendirme yapmak değil yani onu bir daha çevirerek yapabilir miyiz?

TERCÜMAN DİLEK DEMİRKOL - Tabii ki, düzeltiyorum hemen.

Aynı zamanda, bu yayıncılara bu hayati önem taşıyan denetimlerle ilgili bilgi sunduk, denetimler yapılmasını sunduk.

GOOGLE FRANSA-ORTA DOĞU VE AFRİKA'DAN SORUMLU HABER ORTAKLIKLARI DİREKTÖRÜ FATEN DUBARRY BOUHAOUALA - Aynı zamanda, ocak ayında da yine buradaydık ve bağımsız medyayla bir araya geldik, onlarla bir bağımsız medya konferansı gerçekleştirdik ve burada pek çok bağımsız medya kuruluşuyla görüştük, onların sorularını aldık, geri bildirim sunduk. Dolayısıyla, daha önce de ifade ettiğim üzere, burada ilgili bildirinin arkasındaki kişilerle ve onların sorularına yönelik biz gerekli iletişimi kurduk. Yine aynı şekilde, Türk yayıncılık dünyasından pek çok kişiyle bir arada olmak üzere, bu ay sonunda tekrar yine burada olacağız. Aynı zamanda, yine yakın süreç içerisinde, Medyascope ve Gazete Pencere'yle de bir araya geldik ve bu kişilerle önümüzdeki süreç içerisinde de yine bir araya gelmeye devam edeceğiz. Dolayısıyla hâlihazırda onlara yönelik iletişimimiz devam ediyor. Aynı zamanda, sorulardan bir tanesi de OASİS Projesi'yle alakalıydı. Bu, küresel çerçevede finansmanını sağladığımız bir proje, bağımsız basın projesi esasında ve bunu biz bir platform olarak kullanıyoruz. Dolayısıyla buradan aynı zamanda tüm medya, basın kuruluşlarıyla görüşebiliyoruz, aynı zamanda onlarla bir araya gelip özellikle de küçük basın-yayın kuruluşlarıyla bir araya gelebiliyoruz, Google'un onlarla bir araya gelme platformu bu. Dolayısıyla doğru ifade edildi, biz büyük bir firmayız ama aynı zamanda bu bağımsız ve küçük medya kuruluşlarıyla da onlara ilişkin bilgi alabileceğimiz bir araştırma projesi bu. Dolayısıyla esasında biz buradayız, hiçbir şekilde sorumluluğumuzdan kaçmıyoruz ve bu işin arkasında da bir ekip var. Türkiye'deki pazarla, Türkiye'deki kuruluşlarla, ilgili taraflarla ilgilenen, Türkiye'yle ilgilenen ekiplerimiz var. Aynı zamanda, burada kendilerine sağladığımız araçlarla birlikte bu ilgili taraflara 10 milyar tıklama iletiyoruz yıl içerisinde; aynı zamanda, reklam aracı sağlıyoruz, bunu bir paraya, gelir getirme aracına dönüştürebiliyorlar; bunun yanı sıra, çeşitli araçlar öneriyoruz, bu araçları kullanarak üyeler elde edebiliyorlar.

Bunun yanı sıra, gerçekleştirmiş olduğumuz eğitim etkinlikleri var, bu eğitim faaliyetlerini uygulamaya devam edeceğiz ve aynı zamanda, Türkiye içerisindeki spesifik ihtiyaçlara da adapte ederek bu eğitimleri uygulayacağız.

Teşekkür ediyoruz.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ TOLGA SOBACI - Bir konuda son bir açıklama imkânımız var mı Sayın Başkanım?

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Buyurun, dinliyoruz sizi.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ TOLGA SOBACI - Aslında geçen sene haziranda çağrıldığımızda konu telif haklarıydı, o zamandan bu zamana ne yaptık biz? O zamandan bu zamana aslında Kültür Bakanlığıyla çok yakın temas içerisindeyiz. Çeşitli sorular soruldu, işte "Kanada'da, Avustralya'da, Fransa'da, orada ne oluyor, bir planınız var mı, ne yapacaksınız?" gibi. Ben bu konuyla ilgili cevap verebilmesi için Sayın Duygu Hanım'a mikrofonu uzatıyorum.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI MÜDÜRÜ DUYGU YÜCESOY - Teşekkür ediyorum Tolga Bey.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Duygu Yücesoy, buyurun.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI MÜDÜRÜ DUYGU YÜCESOY - Oturumun sonuna geliyoruz ama ilk defa söz aldığım için tüm hazırunu sevgi ve saygıyla selamlıyorum ben de. Geçtiğimiz seneden sonra bize tekrar burada yer alma fırsatı verdiğiniz için de çok derin teşekkürlerimizi iletiyoruz.

Sayın Tuncay Vekilimiz açılıшта Sayın Sırrı Süreyya Önder'in vefatından duyduğu kişisel acıyı bizimle paylaştı, bu doğrallık ve içtenlik için de çok teşekkür ediyoruz; tüm Meclisimize, sevenlerine başsağlığı diliyoruz.

Nasıl ki bir insanın yaşam döngüsüne son verilmesine dair haberler üzücü ise, tabii ki de bir şirketin, bir kurumun faaliyetlerine son verilmesinin ilan edilmesi -sebeplerinden bağımsız olarak da- üzücü bir durumdur. Fakat burada bu faaliyetlere etki eden çok fazla faktörün de söz konusu olduğunu ben hatırlatmak isterim. Finansal kararlar olabilir, insan kaynağı kararları olabilir, sermayeler, altyapı vesaire gibi çok değişik konular olabilir. Biz zaten -tüm haber yayıncıları dâhil olmak üzere- bu iş faaliyetlerinin geliştirilmesi için yardımcı olabileceğimiz her konu için Sevgili Faten Hanım'ı çağırarak, bir e-posta ve iletişim adresi kanalı da oluşturarak, aslında günlük, anlık veya bazlarda geçici olarak yaşanan bazı konuların çok daha sürdürülebilir bir platform oluşturulması, eriştirilmesi ve ortaklık ilişkisi içerisinde çok daha uzun vadeli bir şekilde sürdürülmesi için daha uzun vadeli bir çözüm önerisine odaklanıyoruz, böyle bir mekanizmaya odaklanıyoruz daha doğrusu.

Diğer kısımda ise, Tolga Bey'in en son bıraktığı kısımda da geçtiğimiz seneden bu yana Kültür Bakanlığımızla çok yakın bir iletişim hâlindeydik. Öncelikle, her ülkenin regülatif çerçevesi çok farklı, her ülkenin haber yayıncılarının veya ekosisteminin ihtiyaçları çok farklı. Geçen sene ben bizzat bunu da söylemiştim, bu ihtiyaçların, farklılıkların çok iyi analiz edilmesi çok çok önemli; aksi hâlde, ülkemiz için fayda getirmeyecek yollara hiçbirimiz girmek istemeyiz. Bu nedenle de Kültür Bakanlığımızla çok yakın iletişim ve irtibatı sürdürerek buradaki ihtiyaçları tam olarak anlamak için bütün gayretimizi gösterdik. Kendilerine çok detaylı bir bilgi notu sunduk. Diğer ülkelerde ne oldu, Avrupa Birliği telif hakları direktifine uyum konusunda Google'ın diğer ülkelerdeki veya Kanada, Avustralya gibi AB yönetiminin dışında kalan ülkelerdeki pozisyon ne oldu, nasıl uyum için bazı sert önlemler alınması gerekti, hangisinde orta yollar bulundu, neler yapıldı, tüm bu detayları biz bir bilgi notu hâlinde sunduk ve Bakanlığımız da bunu çok olumlu karşılayarak yapılacak herhangi bir çalışmada bunların hepsinin dikkate alınacağını bize defaten söyleyerek çok teşekkürlerini ilettiler, biz de sizlerin huzurunda kendilerine açık diyalogları için çok teşekkürlerimizi iletiyoruz.

Burada çok defa da dile getirildi, Meclisimizin, regülatörlerin yasa yapma yetkisini her anlamda tanıyoruz. Bu nedenle de herhangi bir düzenlemenin öncesinde de bizimle paylaşarak buradaki ihtiyaçların ne olduğunun anlaşılması konusunda en üst düzeyde bilgi sahibi olmamızın sağlanması konusundaki ricamızı da yineliyoruz. Masada sizlerle birlikte biz de oturmak, tüm sistemi, görüşleri şekillendirmek çok isteriz.

Tekrar çok teşekkür ediyoruz bu hakları bize verdiğiniz için.

GOOGLE REKLAMCILIK VE PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ KAMU İLİŞKİLERİ VE POLİTİKALARI DİREKTÖRÜ
TOLGA SOBACI - Başkanım, bizdeki cevaplar bu kadar şu anda derlediğimiz sorulara. Başka sorunuz varsa onları da cevaplamaya çalışırız.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Efendim, partimizin iki noktada size bir çağrısı olacak, onu söyleyip kapatmak istiyorum, tutanaklara geçsin.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Buyurun.

AHMET TUNCAY ÖZKAN (İzmir) - Biz telif konusunu yetiştiremedik, görüşemiyoruz şu anda. Ancak Rekabet Kurumunun sizin aracılığıyla Google'ın haksız rekabete yol açan uygulamaları noktasında inceleme yapmasını talep ediyoruz. Komisyon Başkanlığımızın bu konuda Rekabet Kurumuna bir yazı yazmasını bekliyoruz. Bu konudaki incelemenin sonuçlarının bizi de aydınlatacak olduğunu düşünüyoruz.

İkincisi, telif yasası konusunda Komisyonumuzun öncelikle görev almasını, bu konuda birlikte bir telif yasası hazırlamamızın zamanının geldiğini iletmek istiyorum.

Teşekkür ediyorum.

BAŞKAN HÜSEYİN YAYMAN - Evet, uzun bir toplantı oldu. Bazı sorulara cevap alabildik, bazı sorulara cevap alamadık. Özellikle Sayın Müller'in -ben oraya dikkat ettim- bu algoritma değişimiyle ilgili dile getirdiği parametrelerin önemli olduğunu biz de biliyoruz zaten ama gerçekten burada takdiri kamuoyuna bırakıyoruz.

Bugün uzun bir toplantı oldu, farklı görüşler dile getirildi, hepsine saygı duyuyoruz -birbirimizin söz söyleme hakkına- demokrasi bunun için var ama saygı sevgi çerçevesinde.

Komisyonumuzun çok değerli üyeleri, görüşmelerimiz tamamlanmıştır.

Görüşülecek başka bir konumuz olmadığından toplantımızı kapatıyorum.

Teşekkür ederim.

Kapanma Saati: 16.54