

# AB DİJİTAL TEK PAZAR TELİF HAKLARI DİREKTİFİ VE TÜRKİYE'DEKİ DURUM

YENAL GÖKSUN

SETA | PERSPEKTİF

HAZİRAN 2022 · SAYI 340

- Dijital Tek Pazar Telif Hakları Direktifi, AB içerisinde ne tür yenilikler getirmektedir?
- Telif hakları direktifi içerik üreticilerini ve kullanıcıları nasıl etkilemektedir?
  - Avrupa'nın dijital dönüşüm stratejisi nedir?
  - Dijital haklar konusunda Türkiye neler yapabilir?

## GİRİŞ

Dijitalleşmeyle birlikte küresel ağ içerisinde bilginin üretimi ve dağıtımını değişime uğramış; yeni aktörler, mekanizmalar ve kurallar devreye girmiştir. Gazete, radyo, televizyon, müzik vb. yayın türleri dijitalleşme sürecine uyum sağlayarak yeni mecralar üzerinden kullanıcılara ulaşmayı sürdürmüştür. Ancak dijitalleşme aynı zamanda dijital ürünü üreten kaynağın ürün üzerindeki haklarının korunması konusunda bazı sorunlara yol açmaktadır.

Bir şarkıcının ürettiği eser herhangi bir sosyal medya kullanıcısının bir paylaşımıyla yeni bir değer kazanabilmektedir. Bir gazetenin web sitesinde yayımlanan haber metni Google tarafından taranarak yeni bir haber ürünü haline getirilebilmektedir. Ortaya çıkan yeni dijital üründen kimin, nasıl gelir elde edeceği sorunu son yıllarda giderek daha fazla tartışılmaktadır. Bu tartışmalar sonucunda ortaya çıkan "AB Dijital Tek Pazar Telif Hakları Direktifi" büyük dijital şirketlere akan gelirlerin bir bölümünün gazetecilere ve sanatçılara aktarılmasını ve dijital şirketlerin elindeki gücün kısıtlanmasını sağlamayı hedeflemektedir.

## AB'NİN DİJİTALLEŞME STRATEJİSİ VE TELİF HAKLARININ DÖNÜŞÜMÜ

Dijitalleşme süreciyle birlikte kültürel ürünlerin dijital ortamlarda dolaşımı ve paylaşımı konusu, Avrupa içerisinde dijital pazarın nasıl düzenleneceğine ilişkin tartışmaları da beraberinde getirmiştir. 2014'te dönemin Avrupa Komisyonu Başkanı Jean-Claude Juncker politika öncelikleri arasında dijitalleşmenin önemine değinmiştir. "Avrupa için Yeni Bir Başlangıç: İş, Büyüme, Adalet ve Demokratik Değişim için Gündemim"<sup>1</sup> başlıklı metinde Juncker, Avrupa'nın dijitalleşme, inovasyon ve iklim değişikliği gibi küresel meydan okumalar karşısında tam hazırlıklı olmadığını ifade ederek yeni bir yaklaşım gerektiğini vurgulamıştır. "Dijital Tek Pazar" kavramıyla birlikte Avrupa Birliği (AB) içerisinde dijital içeriğin belirli kurallar çerçevesinde serbest dolaşımı ve kullanıcıların daha kolay biçimde bu verilere ulaşması hedeflenmiştir. Bu amaçla Avrupa için ortak veri koruma kuralları ve dijitalleşmeyle birlikte deği-

1 "A New Start for Europe: My Agenda for Jobs, Growth, Fairness and Democratic Change", AB, 15 Temmuz 2014, [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/juncker-political-guidelines-speech\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/juncker-political-guidelines-speech_en.pdf), (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

## YENAL GÖKSUN

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü'nde öğretim üyesidir. Doktorasını Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo TV Bilim Dalı'nda tamamladı (2016). Marmara Üniversitesi Ortadoğu ve İslam Ülkeleri Araştırmaları Enstitüsü Ortadoğu Siyasi Tarihi ve Uluslararası İlişkileri Anabilim Dalı'nda yüksek lisansını tamamladı (2011). Lisans derecesini İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nden aldı (2006). 2006-2008 arasında farklı medya kuruluşlarında muhabir, editör ve yayın koordinatörü olarak çalıştı. 2013 ve 2014'te Lübnan Amerikan Üniversitesi'nde misafir araştırmacı olarak görev aldı. Akademik ilgi ve çalışma alanları arasında Ortadoğu medyası, siyasal iletişim, kamu diplomasisi ve devlet dışı aktörlerin iletişim stratejileri gibi konular bulunmaktadır.

şen kullanıcı davranışlarını göz önünde bulunduran modernleştirilmiş telif hakkı kuralları gibi düzenlemeler öngörülmüştür. Bu mevzuat düzenlemelerinin yanı sıra vatandaşların dijital yeteneklerinin geliştirilmesi ve inovatif *start-up*ların teşvik edilmesi gibi öncelikler de vurgulanmıştır. Bu doğrultuda Avrupa Komisyonu tarafından 6 Mayıs 2015'te "Avrupa için Dijital Tek Pazar Stratejisi" metni yayımlanmıştır.<sup>2</sup>

Dijital Tek Pazar; mal, kişi, hizmet ve sermayenin serbest dolaşımının sağlandığı ve uyruğu veya ikamet yeri ne olursa olsun bireylerin ve işletmelerin adil rekabet koşulları altında çevrim içi faaliyetlere sorunsuzca erişebildiği, tüketici ve veri güvenliğinin yüksek düzeyde korunduğu bir pazar olarak tanımlanmıştır. Bu stratejiye göre Dijital Tek Pazar'a ulaşmak Avrupa'nın dijital ekonomide dünya lideri konumunu korumasını sağlayacak ve Avrupalı şirketlerin küresel olarak büyümesine yardımcı olacaktır. Bu dönemde dijital ortamda telif hakları konusunda önemli bir problem ortaya konulmuştur. Dijital hizmetleri çevrim içi olarak kullanıcılara satmayı planlayan şirketlerin yüzde 45'i telif hakkı kısıtlamaları nedeniyle bu hizmetleri yurt dışına satamadıklarını belirtmiştir. Dijital ortamda en yaygın içerik tüketim mekanizması olan "seç-izle" (*video on demand*, VoD) içeriklerin 2005 itibarıyla sadece yüzde 4'ü AB içinde sınırları aşarak kullanıcılara ulaşabilmektedir.<sup>3</sup> Dijitalleşme sürecinin medyanın yapısını değiştirmesiyle birlikte gelişen bu ve benzeri nedenlerden dolayı AB telif hakları konusunda düzenleme yapma kararı almıştır.

9 Aralık 2015'te Avrupa Komisyonu çevrim içi içerik hizmetlerinin sınır ötesi taşınabilirliğini sağlamak için yeni kurallar önermiş ve AB telif hakkı kurallarını dijital çağa uygun hale getirmek için eylem planını ana hatlarıyla belirlemiştir.<sup>4</sup> Bu çerçevede

2017-2019 arasında AB, çevrim içi ortamda içeriğe erişimi ve içeriğin kullanımını kolaylaştırmak ve Avrupa kültürünü ve üretkenliğini desteklemek için bir dizi modernize edilmiş telif hakkı kuralı benimsemiştir. Bunun en önemli ayağını ise AB Dijital Tek Pazar Telif Hakları Direktifi oluşturmaktadır.

26 Mart 2019'da AB Dijital Tek Pazar Telif Hakları Direktifi Avrupa Parlamentosu tarafından kabul edilmiş ve 17 Nisan 2019'da AB Bakanlar Konseyi tarafından onaylanmıştır. Direktifin temel amacı çevrim içi platformların ve haber yayıncısı web sitelerinin telif hakkı ihlallerine karşı önlemler almasını sağlamak ve büyük dijital şirketlerin büyük reklam gelirlerinin bir bölümünün sanatçılar ve gazetecilere aktarılmasını sağlamak olarak tanımlanmaktadır. Yasal düzenlemenin hazırlık sürecinde Avrupa Komisyonu; dijital platform temsilcileri, internet kullanıcıları, AB paydaşları ve yaratıcı endüstrilerin üyeleriyle istişarelerde bulunarak tüm taraflar için en makul düzenlemeyi yapmayı hedeflemiştir.<sup>5</sup> Direktifte yer verilen yeni kurullarla birlikte yazarlar, oyuncular, müzisyenler ve gazeteciler gibi üreticilerin yayıncılar ve yapımcılar ile yaptıkları sözleşmelerde, dijital ortamdaki eserlerinin ve performanslarının kullanımı için daha iyi ücret alabilmeleri planlanmaktadır.

Üreticiler ve kullanıcılar açısından bakıldığında direktifin sunduğu yenilikler şu şekilde sıralanabilir:

- Görsel-işitsel içerik üreticileri ve müzik üreticileri, kullanıcılar tarafından çevrim içi platformlara yüklenen şarkıları, filmleri ve televizyon dizilerinin kullanımı üzerinde daha fazla kontrole sahip olacak ve bunun için daha iyi ücretlendirilecektir.
- Avrupalı basın kuruluşları çevrim içi hizmet sağlayıcılar ile yeni bir müzakere yapma imkanı bulacak, böylece gazete ve dergi içeriklerinin dijital mecralarda kullanımı için daha iyi ödeme alacaklardır.
- Çevrim içi platformlar, kullanıcılar tarafından yüklenen içeriğin lisanslanmasından sorumlu

<sup>2</sup> "A Digital Single Market Strategy for Europe", EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1447773803386&uri=CELEX:52015DC0192>, (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

<sup>3</sup> "A Digital Single Market Strategy for Europe".

<sup>4</sup> "Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Ensuring the Cross-Border Portability of Online Content Services in the Internal Market", Avrupa Komisyonu, 9 Aralık 2015, [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc\\_id=12524](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=12524), (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

<sup>5</sup> Fernando Heller, "Google is Like a 'Digital Dictatorship', Says EU Copyright Rapporteur", EURACTIV, 25 Eylül 2019, <https://www.euractiv.com/section/copyright/news/google-is-like-a-digital-dictatorship-says-eu-copyright-rapporteur>, (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

## AB Dijital Tek Pazar Telif Hakkı Direktifi'nde Yer Alan Bazı Kavramlar ve Tanımları

**Basın Yayınları (Press Publication):** Çoğunlukla gazetecilik niteliğindeki yazılı eserlerden oluşan ancak şu özellikleri taşıyan diğer yayın türlerini de kapsayan eserlerdir: i) bir gazete ya da dergi gibi tek bir başlık altında düzenli biçimde güncellenen bir yayın içerisindeki bir öge, ii) haber ya da diğer konular hakkında genel kamuyu bilgilendirme amacı taşıyan çalışmalar, iii) bir hizmet sağlayıcının kontrolünde ve editoryal sorumluluğunda yayımlanan herhangi bir medya türü. Ancak bilimsel ve akademik amaçla yayımlanan dergiler telif hakkı direktifinin kapsam alanı dışındadır.

**Bilgi Toplumu Hizmeti (Information Society Service):** Bir ücret karşılığında uzaktan, elektronik araçlarla ve hizmet alıcısının bireysel talebi üzerine sağlanan herhangi bir hizmettir.

**Çevrim İçi İçerik Paylaşımı Hizmet Sağlayıcısı (Online Content-sharing Service Provider):** Kullanıcıları tarafından yüklenen, telif hakkıyla korunan çok sayıda eseri veya diğer korunan içerikleri depolayan ve bunların kamuya erişimini sağlayan, kar elde etme amacıyla hareket eden oluşumlardır. Kar amacı gütmeyen çevrim içi ansiklopediler ve açık kaynaklı yazılım geliştirme ve paylaşma platformları gibi oluşumlar telif hakkı direktifinde kapsam dışında tutulmuştur.

**Metin ve Veri Madenciliği (Text and Data Mining):** Örüntüleri, trendleri ve korelasyonları içeren ancak bunlarla sınırlı olmayan bilgiler üretmek için metinleri ve verileri dijital biçimde analiz etmeyi amaçlayan herhangi bir otomatik analitik teknik anlamına gelir.

**Araştırma Kuruluşu (Research Organization):** Birincil amacı bilimsel araştırma yapmak veya bilimsel araştırma yapılmasını içeren eğitim faaliyetleri yürütmek olan bir üniversite (kütüphaneleri dahil), araştırma enstitüsü ya da herhangi bir kurum anlamına gelir.

**Kültürel Miras Kuruluşu (Cultural Heritage Institution):** Halka açık bir kütüphane veya müze; bir arşiv, bir film veya sesli miras kurumu anlamına gelir.

olacaktır. Dolayısıyla özgün olarak üretilen her içeriğin telif hakkı korumaya alınacaktır.

- Dijital medyada kullanıcıların kendilerini ifade etmek için sıkça başvurduğu *caps*, *meme* gibi formatlar ya da eleştiri, alıntı ve değerlendirme için kullanılan içerikler ifade özgürlüğü kapsamında istisna olarak değerlendirilecektir. Yani dijital ortamdaki orijinal bir içeriği (belli sınırlar içerisinde) kullanarak yeni bir içerik üretmenin önünde bir engel olmayacaktır.
- Kullanıcılar ayrıca içeriklerinin haksız yere kaldırılmasına itiraz etmek için bir düzeltme ve şikayet mekanizmasından yararlanacaktır.

- Sıkı telif hakkı uygulamalarından olumsuz etkilenmemeleri için bilim, eğitim ve kültürel miras alanındaki kurumlar ve çalışmalar istisnaya sahiptir.
- Yapay zeka araştırma ve geliştirme faaliyetleri çerçevesinde telif hakkı kapsamındaki büyük veri kümelerinin analizine bir istisna olarak izin verilecektir.
- Avrupa müzeleri, kütüphaneler, film arşivleri ve diğer kültürel miras kurumları Avrupa'da artık ticari olarak kullanılabilir olmayan kültürel ürünleri dijitalleştirip kamuya açarak gelecek nesillere ulaştırılmasını sağlayabilecektir.

AB Dijital Tek Pazar Telif Hakları Direktifi'nin 7 Haziran 2021'e kadar üye devletler tarafından ulusal yasalarının bir parçası haline getirilmesi beklenmiştir. Ancak bugüne kadar teklif hakları direktifini yasalastıran ülkeler Avusturya, Hırvatistan, Estonya, Fransa, Almanya, Macaristan, İrlanda, İtalya, Malta, Hollanda ve İspanya ile sınırlı kalmıştır.

## DİREKTİFİN TARTIŞMALI MADDELERİ

Telif hakları direktifi üzerinde yürütülen tartışmalar sonucunda eleştirilerin iki madde üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bunlardan biri "Korunan içeriğin çevrim içi içerik paylaşım hizmeti sağlayıcıları tarafından kullanılması" başlıklı 17. maddedir. Buna göre çevrim içi içerik paylaşımı hizmet sağlayıcılarının kendi platformlarına yüklenen her içeriğin hak sahibinden içeriğe ilişkin bir lisans anlaşması elde etmesi beklenmektedir.

Özellikle sosyal medya platformlarına yüklenen görsel işitsel öğelerin telif hakkının korunmasında bu teknoloji şirketlerine büyük sorumluluk yüklenmektedir. Bu direktif öncesinde çevrim içi platformlara yüklenen içeriğin korunmasında hak sahibinin gözetimi ve şikayeti genel denetim mekanizması olarak işlevliyordu. Direktifle birlikte teknoloji şirketleri telif hakkıyla korunan içerikle ilgili çok daha külfetli bir dizi yükümlülükle karşı karşıya gelmiştir. Bu durum aynı zamanda internetin özgürleştirici fonksiyonu olarak kabul edilen ve her kullanıcının istediği içerikleri işleyerek ve yeniden üretmek paylaşmasına imkan sunan bilgi üretim mekanizmasını sekteye uğratacağı endişelerini doğurmuştur.

Sosyal medya platformları kullanıcılar tarafından yüklenen içerikler üzerinde telif haklarından kaynaklı denetim ve müdahalelerini arttırdıkça ifade özgürlüğünün kısıtlanabileceği ve internetin daha renksiz, tekdüze, kullanışsız ve sıkıcı olabileceği yönünde eleştiriler getirilmiştir. Polonya hükümeti 17. maddeye atıfla telif hakları direktifinin ifade özgürlüğü ilkesini zedelediği iddiasıyla Avrupa Adalet Divanına başvurmuş ancak başvurusu reddedilmiştir.<sup>6</sup> Mahkeme gerekçe olarak telif

hakkı yasasının vatandaşlara, yaratıcı sektörler, basına, araştırmacılara, eğitimcilere ve kültürel miras kurumlarına somut faydalar sağlayacağını vurgulamıştır.

Telif hakları direktifinin tartışmalı maddelerden bir diğeri ise "Çevrim İçi Kullanımlarla İlgili Basın Yayınlarının Korunması" başlıklı 15. maddesidir. Bu madde Google gibi büyük teknoloji şirketlerinin basın kuruluşları ve gazetecilere daha fazla gelir aktarmasını gerektirecek bir düzenleme getirmektedir.

Dijitalleşmeyle birlikte haber içeriklerinin büyük bölümü artık çevrim içi platformlarda yayımlanmakta ve burada tüketilmektedir. Her yıl giderek daha fazla oranda kullanıcının, haberleri internet ortamında takip ettiği belirtilmektedir. Basın yayın kuruluşları tarafından üretilen içerikler çevrim içi ortamda hızlı ve serbest şekilde dolaşıma girerek geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bu erişim imkanı bir yandan vatandaşların bilgiye daha kolay ve özgür biçimde ulaşmasını sağlarken diğer yandan bu bilgiyi üretmek için zaman ve emek harcayan üreticilerin haklarının adil biçimde korunması hususunda bazı zorlukları da doğurmaktadır. Basın yayınlarının çevrim içi ortamda yaygın olarak bulunması haber toplama ya da medya izleme hizmetleri gibi yeni çevrim içi hizmetlerin ortaya çıkışını beraberinde getirmiştir. Bu uygulamaların temel mantığı, basın yayınlarını yeniden kullanarak gelir elde ettikleri bir iş modeline dayanmaktadır. Telif hakları direktifi, basın yayınlarını yeniden kullanarak gelir elde eden büyük teknoloji şirketlerinin gelirlerinin bir bölümünü basın yayıncılarıyla paylaşmasını istemektedir.

Daha önce Almanya ve İspanya kabul ettikleri yasalar ile haber toplayıcı uygulamaların basın kuruluşlarına telif hakkı ödemesi konusunda adımlar atmıştır. Almanya 2013'te "Leistungsschutzrecht für Presseverleger" ile çevrim içi haber toplayıcıların merkezi bir lisans ücretini ödemediği basın yayınlarını yeniden kullanmalarını kısıtlayan bir karar almış ancak bu yasa Avrupa Adalet Divanı tarafından usule ait gerekçelerle geçersiz kılınmıştır.<sup>7</sup> 2014'te ise İspanya çevrim içi haber toplayıcıların haberleri yeniden yayımlamaları için İspanyol haber

6 John Silk, "Top EU Court Rejects Polish Complaint Over Copyright Law", DW, 26 Nisan 2022.

7 "EU Court Says Germany has to Notify EU of Copyright Law Targeting Google", Reuters, 12 Eylül 2019.

kuruluşlarına merkezi bir lisans ücreti ödemesini zorunlu kılan bir yasa çıkarmıştır. Ancak bu yasa Google'ın Google Haberler'i artık İspanya'da yayımlamama kararı almasına yol açmıştır.<sup>8</sup>

AB Dijital Tek Pazar Telif Hakları Direktifi'ni ulusal yasa olarak benimseyen ilk ülke 2019'da Fransa olmuştur. Ancak Paris yönetiminin bu adımı sonrası Google yaptığı duyuruda bu ülkedeki basın yayıncılarına içeriklerini göstermeleri için ödeme yapmayacağını ve bunun yerine makalelerin arama sonuçlarında görünme şeklini değiştireceğini söylemiştir.<sup>9</sup> Google bu hamlesini “haber içeriğine ücret ödememe” politikası ile gerekçelendirmiştir.<sup>10</sup> AB ülkeleri ve Google arasında yaşanan bu karşılıklı hamleler pazarlığın çok çetin koşullar altında yürütüldüğünü gösteren emareler olarak yorumlanmıştır.

Google, AB ülkelerinde haber yayıncılığı hizmetlerini kesme tehdidini kullanarak özellikle küçük haber yayıncılarına yönelik ziyaretçi trafiğini azaltmak ve onların gelirlerini dolaylı olarak düşürmek seçeneğini ileri sürmüştür. Ancak aylar süren pazarlıklar ve müzakereler sonucunda Google basın yayıncıları ile anlaşmalar yapmayı kabul etmiştir. Google, Avrupa genelinde 750'den fazla yayıncıyla birlikte çalıştığı Google News Showcase isimli lisanslama programını başlatmıştır.<sup>11</sup> Google, AB ülkelerinin ulusal yasalara uygulama sürecinde olduğu AB Dijital Tek Pazar Telif Hakkı Direktifi kapsamında içerik lisanslaması için pazarlık yapmaya devam etmektedir. Şimdiye kadar Almanya, Macaristan, Fransa, Avusturya, Hollanda ve İrlanda'da 300'den fazla ulusal ve yerel haber yayını

kapsayan anlaşmalara imza atmıştır. Haber yayıncılarına ödenecek ücretler bu haber web sitelerinin ne sıklıkta görüntülediği ve haber içeriğinin ön izlemelerini de gösteren sayfalarda ne kadar reklam geliri elde edildiği de dahil olmak üzere, yasalara ve mevcut telif hakkı yönergelerine uygun biçimde hesaplanmaktadır. Bu gelişmeler AB bünyesindeki basın yayın kuruluşları ve gazeteciler için bir kazanım olarak yorumlanmıştır.

## AB'NİN 2030 DİJİTAL PUSULA HEDEFLERİ

Telif hakları yasası AB ülkeleri ile büyük teknoloji şirketleri arasındaki tartışmaları ve pazarlıkları beraberinde getirmiş ancak süreç halen tamamlanmamıştır. AB dijitalleşme sürecinde yeni yasal düzenlemeler yapma hazırlığındadır. Bu bağlamda Avrupa Komisyonu 9 Mart 2021'de Avrupa'nın dijitalleşme hedeflerini 2030'a kadar gerçekleştirmek üzere “Dijital Pusula” başlıklı bir plan ortaya koymuştur.<sup>12</sup> Avrupa'da dijital dönüşüm süreci yeşil dönüşüm vizyonu ile birlikte tasarlanan bir süreçtir ve kullandıkları araçlar birbirlerini tamamlayan niteliktedir.

Bu anlayışla dijital dönüşüm dört temel konuya odaklanmaktadır. Öncelikle 2030 itibarıyla AB içerisindeki tüm hanelerin 5G kapsama alanı içerisinde yer alması amaçlanmaktadır. 10 bin yüksek güvenli ve iklim nötr veri merkezinin kullanıma girmesi, AB'nin kendi yarı iletkenlerini üretmesi ve üstün kuantum teknolojilerinin kullanılması düşünülmektedir. İkinci olarak 2030 itibarıyla AB iş dünyasının yüzde 75'inin bulut, yapay zeka ve büyük veriden faydalanması ve iş dünyasının büyük oranda dijitalleşmesi hedeflenmektedir. Üçüncü olarak 2030 itibarıyla Avrupa'da yaşayan yetişkinlerin yüzde 80'inin temel dijital yeteneklere sahip olması ve 20 milyon bilgi ve iletişim teknolojisi uzmanının istihdam edilmesi planlanmaktadır. Son olarak AB vatandaşlarının önemli resmi işlemlerini çevrim içi şekilde yürütme imkanına kavuşması ve kendi sağlık kayıtlarına elektronik olarak ulaşmaları hedeflenmektedir. Tüm bu politikalar göz önünde bu-

8 “An Update on Google News in Spain”, Google Euro Blog, 11 Aralık 2014, <https://europe.googleblog.com/2014/12/an-update-on-google-news-in-spain.html>, (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

9 Laura Kayalı, “Google Refuses to Pay Publishers in France”, *POLITICO*, 25 Eylül 2019; Nicole Martin, “The Battle Between Google and EU Online Copyright Reform”, *Forbes*, 26 Eylül 2019.

10 Richard Gingras, “How Google Invests in News”, Google Blog, 25 Eylül 2019, <https://www.blog.google/perspectives/richard-gingras/how-google-invests-news>, (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

11 Sulina Connal, “Google Licenses Content from News Publishers under the EU Copyright Directive”, Google Blog, 11 Mayıs 2022, <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/google-licenses-content-from-news-publishers-under-the-eu-copyright-directive>, (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

12 “2030 Digital Compass: The European Way for the Digital Decade”, EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52021DC0118>, (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

ludurduğunda AB'nin stratejik hedefleri arasında vatandaşların dijital teknolojiler konusunda daha fazla etkinlik kazanmaları ve bu teknolojileri hem gündelik yaşamlarında hem de iş dünyasında bilinçli bir şekilde kullanmaları teşvik edilmektedir. AB, dijitalleşme stratejisi ile dijital ekonomide küresel bir rol model olmayı ve dijital standartlar belirleyerek bunların uluslararası alanda yaygınlaştırılmasını amaçlamaktadır. Avrupa Komisyonu ayrıca 26 Ocak 2022'de AB Dijital Haklar ve İlkeler Deklarasyonu teklifini sunarak dijital haklar konusunda Avrupa'nın ortak vizyonunu ifade eden bir referans kaynak oluşturmayı istemektedir.

### AB'NİN TEKNOLOJİ ŞİRKETLERİNE ARTAN BASKISI

AB, vatandaşlarının dijital ortamda bilgiye ve içeriğe daha kolay ve adil biçimde ulaşmasını temin etmek için 2030 hedefleri çerçevesinde yeni düzenlemeleri hayata geçirmeyi sürdürmektedir. Avrupa Dijital Piyasalar Yasası (Digital Markets Act) ve Dijital Hizmet Yasası (Digital Services Act) bu amaçla planlanan düzenlemelerdir.<sup>13</sup> Buna göre büyük çevrim içi platformlar dijital pazarlarda eşik bekçisi görevi görmektedir. Dijital Piyasalar Yasası, bu platformların çevrim içi ortamda adil bir şekilde davranmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu düzenlemeler sayesinde vatandaşlar, aralarından seçim yapabilecekleri daha fazla ve daha iyi hizmetlere, isterlerse hizmet sağlayıcılarını değiştirmek için daha fazla fırsata, hizmetlere doğrudan erişime ve daha uygun fiyatlara sahip olacaktır.

Yasa, büyük teknoloji şirketlerinin dijital pazar üzerinde hakimiyet kurmalarını engellemek için para cezaları ve hatta şirket bölünmeleri imkanını getirmektedir. Teknoloji şirketleri birincil gelir kaynakları olan mikro hedefli çevrim içi reklamlar için insanların verilerini kullanma konusunda kısıtlamalarla karşılaşacaklardır. Yeni düzenlemeyle rekabet kuralları gereği farklı mesajlaşma hizmetleri veya sosyal medya platformlarının birlikte çalışmaları gerekecektir. Bu

13 "The Digital Markets Act: Ensuring Fair and Open Digital Markets", Avrupa Komisyonu, [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en), (Erişim tarihi: 16 Haziran 2022).

ve benzeri değişiklikler teknoloji şirketleri üzerindeki baskıyı artırırken sıradan vatandaşların ve piyasaya yeni girecek girişimcilerin haklarını daha fazla koruma altına almaktadır. Aynı zamanda küresel teknoloji şirketlerinin faaliyet gösterdiği siber alanda Avrupa ülkelerinin egemenlik haklarını hatırlatarak yasal denetim mekanizmasını da güçlendirmektedir.

### DİJİTAL TELİF HAKLARI VE TÜRKİYE'DE HABER ÜRETİMİ

AB bünyesindeki medya kuruluşları ile Google arasında telif hakkı ödenmesine ilişkin anlaşmalar sonrasında Türkiye'deki medya temsilcileri benzer düzenlemelerin ülkelerindeki kuruluşlarla da gerçekleştirilmesi gerektiğini dile getirmiştir. Bu bağlamda Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi ile Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde Türkiye'deki yayıncıların telif hakkı alabilmesi için yasa çalışması başlatılmıştır.<sup>14</sup> Ayrıca Türkiye Büyük Millet Meclisi Dijital Mecralar Komisyonu Başkanı Hüseyin Yaman Google ve YouTube temsilcileri ile görüşmeler gerçekleştirilerek Türkiye'nin yol haritasının çıkarılması konusunda çalışmalar yapıldığını belirtmiştir.<sup>15</sup> Türkiye'de basın yayın kuruluşlarının haklarını korumak ve ürettikleri içeriklerden daha fazla gelir elde etmeleri için büyük teknoloji şirketleri ile yürütülecek müzakerelerde devletin varlığını göstermesi büyük önem arz etmektedir. AB'nin son on yılda büyük teknoloji şirketleri ile yürüttüğü müzakerelere bakıldığında pazarlıkların oldukça çetin geçtiği söylenebilir. Teknoloji devleri başlangıçta gelir paylaşımına yanaşmamış ve yayın kuruluşlarına bazı kısıtlılıklar getirerek ziyaretçi trafiğini azaltmıştır. Ancak bugün gelinen noktada AB'nin hayata geçirdiği telif hakları yasası ve diğer dijital düzenlemelerle büyük teknoloji şirketlerinin bu yeni düzenlemelere uyum sağlamak zorunda kaldığı görülmektedir. Bu noktada Türkiye gelecek dönemde uygulayacağı politika adımlarında şu hususlara dikkat etmelidir:

14 "Google'a Telif Hakkı için Yasa Hazırlığı", CNN Türk, 8 Haziran 2022.

15 "Meclis'te Google Yetkilileri ile Telif Hakları Görüşülecek", TRT Haber, 11 Haziran 2022.

- Telif hakları yasası tek başına ele alınmamalı, Türkiye'nin dijital dönüşüm stratejisi bağlamında diğer hedefleriyle bütünlük arz edecek biçimde bir uygulama mekanizması oluşturulmalıdır.
- Büyük teknoloji şirketleri ile yürütülecek müzakerelerde ve ikili anlaşmalarda orta ve küçük ölçekli yayıncıların ezilmemesi ve haklarının korunması için güç dengesizliği göz önünde bulundurulmalıdır.
- Vatandaşların kişisel verileri ve hakları büyük şirketler karşısında korunmalıdır. Aynı zamanda vatandaşların dijital okuryazarlık konusunda bilinçlenmeleri için programlar tasarlanmalıdır.
- Dijital alanın doğası gereği dinamik yapısı teknoloji şirketlerinin yasal düzenlemeler karşısında yeni yöntemler geliştirmesini beraberinde getirebilir. Bu nedenle yasal düzenlemelerin altında yatan gerekçeler, dinamikler ve aktörler net biçimde tanımlanmalı ve üzerinde mutabık kalınmalıdır.
- Dijital alandaki yasal düzenlemeler öncesinde bu alanda çalışan akademisyenler, sivil toplum kuruluşları, şirket temsilcileri, uzmanlar ve siyasetçilerin bir araya geldiği istişare toplantılarının yapılması önem taşımaktadır.
- Türkiye genç nüfusu ve güçlü ekonomisi itibarıyla teknoloji şirketleri için önemli bir pazar konumundadır. Bu potansiyel Türkiye'nin teknoloji şirketleri ile yürüteceği müzakerelerde yapıcı bir rol oynayacaktır.

Bu yayındaki fikirler tamamen yazarına aittir ve SETA Vakfı'nın yayın politikasını yansıtmayabilir.



SIYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI  
FOUNDATION FOR POLITICAL, ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH  
مركز الدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية

[www.setav.org](http://www.setav.org) | [info@setav.org](mailto:info@setav.org) | [@setavakfi](https://twitter.com/setavakfi)