

## BÖLÜM 2/7

SOSYAL MEDYA ŞİRKETLERİNİN  
TÜRKİYE'DE TEMSİLCİLİK AÇMA  
ZORUNLULUĞUAYBERK KONURALP ÖZYILMAZ  
SEDA SUNA  
RECEP KÖROĞLU

## ÖZET

Yakın tarihte "İnternet Kanunu" olarak bilinen 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun 23.05.2007 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Kanun'un 1. maddesinde Kanun'un amacı; içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usulleri düzenlemek olarak belirlenmiştir. Sosyal ağların gelişmesi ve yaygınlaşması, hukuk alanında da ilave düzenlemeler yapılması ihtiyacını doğurmuş ve 1 Ekim 2020'de yürürlüğe giren 7253 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile Kanun'da değişiklikler yapılmıştır. Bu çalışmada bu Kanun ile getirilen sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye'de temsilcilik kurmalarına ilişkin yükümlülüklerin uygulanması, güncel durum ile birlikte ele alınarak değerlendirilmiştir.

## → ANAHTAR KELİMELEER

SOSYAL MEDYA YASASI, TEMSİLCİ BELİRLEME,  
BİLDİRME YÜKÜMLÜLÜĞÜ, REKLAM YASAĞI.

## I. GİRİŞ

Bireylerin çeşitli etkileşimler kurarak sosyal ağları genişletmesi adına her geçen gün gelişen yapay zeka ve teknolojik yeniliklerin beraberinde sosyal medya platformlarının çeşitli kullanım alanlarında yer aldığı görülmektedir. Sosyal medya platformları, yalnızca bireyler arasında sosyal etkileşim kurmak amacı ile sınırlı kalmayıp, ticari amaç ve uygulamalar da dahil çeşitli amaçlara hizmet etmek bakımından uygun ortamlar haline gelmişlerdir. Bu vesileyle gerçek veya tüzel kişiler kendi profillerini oluşturmak adına verilerini bu mecralarda kullanarak bir iletişim ve haberleşme ortamı yaratmaktadır. Yapay zekanın da bireylerin etkileşimine sosyal medya platformları aracılığı ile dahil edilmesi, sosyal medyanın hizmet ettiği çeşitli amaçların gerçekleşmesini büyük oranda etkilemektedir. Örneğin, kişilerin sık kullandığı sitelerden veya kelimelerden, kişinin ilgi alanları tespit edilebilir ve bu kişi sosyal medya platformlarında ilgi duyduğu alanlara yönlendirilebilir. Gündelik hayatta sıklıkla karşılaştığımız bir arama motorunda aradığımız kelimelerle ilişkili, hatta bazen çok uzaktan ilişkili reklamların karşımıza çıkarılması, internet ortamında maruz kaldığımız her türlü profillemeye, yapay zeka eliyle veri işlenmesinin en yaygın ve en anlaşılabilir örnekleridir<sup>1</sup>. Bu düzen ile birlikte sosyal medya platformlarının kullanımı zaman içerisinde oldukça yaygınlaşmış olsa da, hızlı haberleşme ve etkileşim gibi sağladığı olumlu etkilerin ve kolaylıkların yanında, kullanıcıları olumsuz yönde etkileyen tarafları da bulunmaktadır. Bunların en başında 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'a ("Kanun") 7253 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun<sup>2</sup> ("Değişiklik Kanunu") ile getirilen düzenlemede amaç ve gerekçe olarak; kişilik hak ve hürriyetlerinin korunması konusunda söz konusu platformların kullanıcıların güvenliğini korumakta yetersiz kalması, sosyal ağ kullanım amacının dışında ve özellikle sahte hesap adı altında şiddet, çocuklara karşı cinsel istismar, terör amaçlı örgütlenme, tehdit gibi kötü niyetle, bireylerin hak ve hürriyetlerini zedeleyebilecek ve kamu düzenini tehlikeye sokabilecek birtakım fiillerin engellenmesinde sosyal ağ sağlayıcılarından ihtiyaç duyulan önleyici ve koruyucu mekanizmaları geliştirmemeleri ya da etkin kullanmamaları veya kullanıcıların ve devletlerin haklı taleplerine direnç göstermeleri ile devletlere düşen pozitif yükümlülüğün yerine getirilmesinde zorlukların yaşandığı belirtilmiştir<sup>3</sup>. Bu vesileyle, Değişiklik Kanunu ile sosyal medyanın olumsuz etkilerini en aza indirmek bakımından, sosyal ağ sağlayıcılara Türkiye'de temsilci atama zorunluluğu getirilmiş ve bu temsilcilerin nasıl bir amaca hizmet edeceği belirlenmiştir. Değişiklik Kanunu; Türkiye'de sosyal ağ sağlayıcıları bakımından kullanım yoğunluğu esas alınarak sosyal ağ kullanıcılarına yetkili bir temsilci atama yükümlülüğü getirip muhataplık ilişkisi kurmayı, bu temsilcilerin; kişilerin başvurularını cevaplandırarak yetkili makamlar tarafından gönderilen tebligat, bildirim veya talepleri alıp devletin pozitif yükümlülüğü gereği sosyal ağ kullanıcılarının kişilere sunduğu hizmetin devamlılığı bakımından aşamalı ve yargı denetimine açık bir yöntem ile bir denge kurmayı hedeflemektedir<sup>4</sup>.



## DİPNOT

**1** Murat Volkan Dülger, "Yapay Zeka Teknolojileri ve Veri Koruma Hukuku", <https://dulger.av.tr/portfolio/yapay-zeka-hukuku/> (Erişim Tarihi: 25.01.2021).

**2** İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 31.07.2020 tarih ve 31202 sayılı Resmî Gazete.

**3** 31.07.2020 tarih ve 31202 sayılı Resmî Gazete.

**4** 31.07.2020 tarih ve 31202 sayılı Resmî Gazete.

## BÖLÜM 2/7

## II. SOSYAL AĞ SAĞLAYICILARININ YÜKÜMLÜLÜKLERİ

## A. Sosyal Ağ Sağlayıcısı Kavramı ve Kapsamı

Sosyal ağ sağlayıcısı, Değişiklik Kanunu 1. maddesinde; "sosyal etkileşim amacıyla kullanıcıların internet ortamında metin, görüntü, ses, konum gibi içerikleri oluşturmalarına, görüntülemelerine veya paylaşmalarına imkân sağlayan gerçek veya tüzel kişileri" olarak tanımlanmıştır<sup>5</sup>. Sosyal ağ sağlayıcısının internet ortamında yarattığı görsel ve işitsel içerikler bakımından hangi kapsamda değerlendirilmesi gerektiği konusu, başta bir belirsizlik yaratıyor olsa da kanun koyucu internet ortamındaki her içeriğin yayını konusunda öncelikle "sosyal etkileşim" amacı gütmelerini aramaktadır. Bununla birlikte sosyal ağ sağlayıcısı kavramının hangi kapsamda değerlendirilebileceği konusunun netleştirilmesi bakımından Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu ("BTK") tarafından 29 Eylül 2020 tarihinde 2020/DK-İD/274 karar numarası ile Resmi Gazetede yayımlanan Sosyal Ağ Sağlayıcı Hakkında Usul ve Esaslar ("BTK Kararı") ile sosyal ağ sağlayıcılarının yükümlülüklerinin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar düzenlenmiştir.

BTK Kararı'na göre bu usul ve esaslar Türkiye'den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt içi veya yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcıyı kapsamaktadır. Ancak BTK Kararı'nın 22. maddesinin ikinci fıkrasına göre, ilgilinin hukuki sorumluluğu için Türkiye'den günlük erişimin bir milyondan fazla olması aranmamaktadır. BTK Kararı'nın uygulanmasında; internet ortamında yapılan yayının sadece belirli bir kısmında sosyal etkileşim amaçlı içeriğe yer veren gerçek veya tüzel kişilerin, sosyal ağ sağlayıcı olarak değerlendirilmeyeceği; kişisel internet siteleri, elektronik ticaret siteleri ve haber siteleri gibi sosyal etkileşim amaçlı içeriğin ikincil ve yan bir hizmet olarak sunulduğu platformların kapsam dışında olduğunu belirtmektedir. Bu durumda Türkiye'den erişimin bir milyondan fazla olduğu ve sosyal etkileşim amacını temel almadan sosyal etkileşimi yalnızca yardımcı hizmet olarak kullanan sözlük, haber, forum ve blog siteleri gibi sosyal platformlar Kanun'a göre sosyal ağ sağlayıcısı olarak değerlendirilmeyecektir. Uygulamada bugüne kadar Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun ("Kurum") internet üzerinde sosyal medya platformlarına yaptığı çağrılarda, yükümlülüklerini yerine getirmesi konusunda örnek olarak Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Tiktok, Pinterest, Dailymotion gibi mecraları sosyal ağ sağlayıcısı olarak saymış olduğu görülmektedir.

Değişiklik Kanunu ile sosyal ağ sağlayıcılarına getirilen yükümlülükler aşağıda sayılmıştır:

- Türkiye'de en az bir temsilci belirleme yükümlülüğü,
- Kişiler tarafından yapılan başvurulara cevap verme yükümlülüğü,
- Türkçe hazırlanmış raporların 6 aylık dönemlerle Kurum'a bildirilmesi yükümlülüğü,
- Türkiye'deki kullanıcıların verilerinin bulundurulması yükümlülüğü,
- Hukuka aykırılığı, hâkim veya mahkeme kararı ile tespit edilen içeriği yirmi dört saat içerisinde kaldırma veya engelleme yükümlülüğü.

## B. Sosyal Ağ Sağlayıcılarının Türkiye'de Temsilcilik Açmasına İlişkin Düzenleme

Değişiklik Kanunu, Türkiye'den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcısının en az bir kişiyi Türkiye'de temsilci olarak belirleme yükümlülüğü getirmiştir. Kanun'un Ek madde 4'üne göre temsile yetkili sosyal ağ sağlayıcısı; kurumlardan, birliklerden, adli veya idari makamlarca gönderilecek tebligat, bildirim veya taleplere ilişkin gereğinin yerine getirilmesi ve kişiler tarafından bu Kanun kapsamında yapılacak başvuruların cevaplandırılması, raporlama yükümlülüğünü yerine getirmesi, sosyal ağ sağlayıcısının içerik veya yer sağlayıcı olmasından doğan sorumlulukları ve yükümlülükleri ile ilgili Kanun kapsamındaki diğer yükümlülüklerin yerine getirilmesinden sorumlu olacaktır<sup>6</sup>.

Temsilcilerin niteliklerine bakıldığında; gerçek kişi olarak belirlenen temsilci veya temsilcilere Türk vatandaşı olma zorunluluğu getirilmiştir. Bu durumda yabancı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcısının da gerçek kişi temsilcisinin Türk vatandaşı olması zorunlu kılınmıştır. Tüzel kişilerin temsilci olma şartında ise kanun koyucu, Türkiye'de kurulmuş ve Türk mevzuatına göre tüzel kişiliği kazanmış olma şartını aramaktadır. Temsilcinin iletişim bilgileri ise sosyal ağ kullanıcılarının kolaylıkla erişebileceği şekilde web sitesinde yer alacak olup, bu iletişim bilgilerinde herhangi bir değişiklik olması durumunda değişiklik derhal web sitesinde yer alacaktır. Bu

nunla birlikte sosyal ağ sağlayıcı; temsilci veya temsilcilerin kimlik, unvan ve iletişim bilgilerini Kurum'a bildirmekle yükümlü olup, bilgilerde değişiklik olması durumunda en geç yirmi dört saat içerisinde olmak kaydıyla ilgili değişikliği derhal Kurum'a bildirmekle yükümlü olacaktır. Temsilci belirleme ve bildirme kapsamında 2020 Kasım ayında yalnızca Rusya merkezli sosyal medya platformu VKontakte (VK) Türkiye'de temsilci belirleyeceğini ilan etmiştir<sup>7</sup>.

## III. TÜRKİYE'DE TEMSİLCİ BULUNDURMAYAN SOSYAL AĞ SAĞLAYICILARINA YÖNELİK YAPTIRIMLAR

Türkiye'de günlük erişim sayısı bir milyondan fazla olan sosyal ağ sağlayıcılarının temsilci belirleme ve bildirim yükümlülüğünü yerine getirmeyen sosyal ağ sağlayıcılarına, Kanun'da öngörülen yaptırımlar; aşamalı idari para cezası, reklam yasağı ve aşamalı internet trafiği bant genişliğinin daraltılması şeklinde uygulanacaktır.

## A. Yaptırımların İçeriği

Değişiklik Kanunu ile Kanun'a eklenen ek madde 4'e göre temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünü yerine getirmeyen sosyal ağ sağlayıcıya aşamalı olarak idari para cezası ve reklam yasağı öngörülmüştür.

## 1. İdari Para Cezası

Kurum tarafından temsilci atamayan sosyal ağ sağlayıcıya bildirimde bulunulur. Bildirimden itibaren otuz (30) gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde sosyal ağ sağlayıcısına BTK Başkanı ("Başkan") tarafından ilk aşamada on (10) milyon Türk lirası idari para cezası verilir. Verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren (30) otuz gün içinde temsilci açma yükümlülüğünün yerine getirilmemesi hâlinde ise ikinci aşamada otuz (30) milyon Türk lirası daha idari para cezası verilir.

## 1 Ekim 2020 tarihinde yürürlüğe giren Değişiklik Kanunu kapsamında, sosyal ağ sağlayıcılarına temsilcilik açmaları için 2 Kasım 2020'ye kadar süre tanınmıştı.

Bu kapsamda; 1 Ekim 2020 tarihinde yürürlüğe giren Değişiklik Kanunu kapsamında, sosyal ağ sağlayıcılarına temsilcilik açmaları için 2 Kasım 2020'ye kadar süre tanınmıştı. 2 Kasım 2020'ye kadar temsilcilik açmayan sosyal ağ sağlayıcıları olan Facebook, Instagram, Twitter, Periscope, YouTube, TikTok, Pinterest, LinkedIn ve Dailymotion'a ilk idari para cezası olarak onar (10) milyon Türk Lirası ceza kesildi<sup>8</sup>. İkinci aşamada ise on (10) milyon Türk Lirası değerindeki idari para cezasının tebliğinden itibaren otuz (30) gün içerisinde bu yükümlülüğünü yerine getirmeyen aynı sosyal ağ sağlayıcılarına otuzar (30) milyon daha idari para cezası kesilerek<sup>9</sup> toplamda kırkar (40) milyon Türk Lirası idari para cezası kesildi.

## 2. Reklam Yasağı

İkinci kez verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren otuz (30) gün içinde temsilci belirleme ve bildirim yükümlülüğünün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan tarafından Türkiye'de mukim vergi mükellefi olan gerçek ve tüzel kişilerin ilgili sosyal ağ sağlayıcısına yeni reklam vermesi yasaklanacak ve bu kapsamda yeni sözleşme kurulamayacak olup buna ilişkin para transferi yapılamayacak şekilde düzenleme yapılmıştır.

## DİPNOT

<sup>5</sup> 31.07.2020 tarih ve 31202 sayılı Resmi Gazete.

<sup>6</sup> 31.07.2020 tarih ve 31202 sayılı Resmi Gazete.

## DİPNOT

<sup>7</sup> Sosyal ağlar için süre doldu: Sadece Rus platform VK temsilci atadı <https://tr.sputniknews.com/turkiye/202011031043145508-sosyal-aglar-icin-sure-doldu-sadece-rus-platform-vk-temsilci-atadi/>, (Erişim Tarihi: 02.02.2021).

<sup>8</sup> <https://twitter.com/ofatihsayan/status/1323912827917225984?s=20>, (Erişim Tarihi: 31.01.2021).

<sup>9</sup> <https://twitter.com/ofatihsayan/status/1323912838801403904?s=20>, (Erişim Tarihi: 31.01.2021).



## BÖLÜM 2/7

Nitekim Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Dr. Ömer Fatih Sayan'ın resmi sosyal medya hesabında yaptığı açıklamalarda idari para cezalarının kesildiği sosyal ağ sağlayıcılarının sırası ile; 16.12.2021'de Youtube, 08.01.2021'de Tiktok<sup>10</sup>, 09.01.2021'de Dailymotion<sup>11</sup>, 15.01.2021'de LinkedIn<sup>12</sup> ve reklam yasağı uygulamasının başlamasından bir gün önce 18.01.2021 tarihinde Facebook ve Instagram<sup>13</sup>'ün Türkiye'de temsilcilik açacakları bilgisi paylaşılmıştır. 19.01.2021 tarihli 31369 sayılı Resmi Gazete'de Pinterest, Twitter ve Twitter (Periscope) sosyal ağ sağlayıcılarına ilgili sürelerde Türkiye'de temsilcilik açmadıkları gerekçesi ile reklam yasağı uygulamasının başlatılacağı konusunda Kurum kararı yayımlanmıştır<sup>14</sup>.

Kararın içeriğinde öncelikle Kanun'a getirilen değişiklikler ile sosyal ağ sağlayıcılarının temsilci belirleme ve bildirme yükümlülükleri sayılmış ve söz konusu sosyal ağ sağlayıcıları tarafına uygulanan ikinci idari para cezalarının tebliği üzerinden geçen otuz gün içerisinde temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünü yerine getirmediği gerekçesi ile ilgili Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrası gereğince Türkiye'de mukim vergi mükellefi olan gerçek ve tüzel kişilerin Pinterest, Twitter ve Twitter (Periscope) adlı sosyal ağ sağlayıcılarına yeni reklam vermesinin yasaklandığının ve bu yasak kapsamında yeni sözleşme kurulamayacağı ve buna ilişkin para transferi yapılamayacağı belirtilmiştir.

Elektronik ticaretin oldukça önemli olduğu bir dönemde reklam veren şirketlerin tüketiciye ulaşabildiği en yakın mecralar sosyal etkileşimin sıkça bulunduğu sosyal platformlardır. Bu platformlardaki paylaşımların bugünlerde neredeyse birçoğu reklam ve ticaret amacı üzerine kurulu iken, söz konusu yaptırım; reklam stratejisi ile kazanç sağlayan birçok şirketi olumsuz etkileyebilecek olup; bu mecralarda ticari amaçlı etkileşimi de o denli azaltacaktır. Bu durum elbette doğrudan sosyal ağ sağlayıcılarının reklam gelirlerine de olumsuz bir etki yaratacaktır. Sosyal İkiem Belgeseli'nde de belirtildiği üzere, sosyal ağ sağlayıcılarının elde ettiği gelir; doğrudan, kullanıcıların söz konusu platformlardaki kişisel paylaşımlarından, takipçilerinden veya kullanıcı hesaplarının tanınırlığından değil, büyük bir kısmı sosyal medyada yaptıkları reklamlar üzerinden, ürün geliştirme odaklı bir pazarlama ve reklam stratejisi ile elde ediliyor. Elbette burada kullanıcılar dolaylı olarak ürünün bizzat kendisi niteliğinde kullanıcı aktifliğine göre pazarlama stratejisinde kullanılıyor<sup>15</sup>. Türkiye'deki sosyal ağ kullanıcıları sayısına bakıldığında oldukça büyük bir orandan bahsedilebilir. We Are Social 2020 Raporu'na göre Türkiye'de aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 54 milyon olup, bu sayı nüfusun %64'ünü oluşturmaktadır. 2019 yılı verilerine göre ise dijital reklam pazarında sosyal medya reklamlarına toplamda 424 milyon Amerikan Doları harcama gerçekleştirilmiştir<sup>16</sup>. Kullanıcıların bu mecralarda açık veya gizli reklam içerikli paylaşımlara tıklamaları veya görüntülemeleri, paylaşımında bulunmaları veya takip etmeleri çevrimiçi reklamcılığı bakımından oldukça önem arz etmektedir. Söz konusu içeriklere ilişkin reklam verenler, çeşitli yöntemleri uygulayarak sosyal ağ sağlayıcılarına

## DİPNOT

<sup>10</sup> <https://twitter.com/ofatihhsayan/status/1347554342711255043?s=20>, (Erişim Tarihi: 31.01.2021).

<sup>11</sup> <https://twitter.com/ofatihhsayan/status/1347906904752848897?s=20>, (Erişim Tarihi: 31.01.2021).

<sup>12</sup> <https://twitter.com/ofatihhsayan/status/1350408360445829123?s=20>, (Erişim Tarihi: 31.01.2021).

<sup>13</sup> <https://twitter.com/ofatihhsayan/status/1351146507307769870?s=20>, (Erişim Tarihi: 31.01.2021).

<sup>14</sup> Bilgi Teknolojileri Ve İletişim Kurululu Kararı, 19.01.2021, 4202.

<sup>15</sup> Jeff Orlowski (Yön), Sosyal İkiem (The Social Dilemma), Netflix (Dağ.), ABD 09.09.2020.

<sup>16</sup> Simon Kemp, "Digital 2020", <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>, (Erişim Tarihi: 25.01.2021).



ödeme yapabilmektedir. Her ne kadar Kanun'da, sosyal ağ sağlayıcılarının reklam amaçlı ödeme alamaması hedeflenmiş olsa da bunun nasıl denetleneceği konusunda detaylı hükümlere yer verilmemiştir. Ayrıca, şu ana kadar temsilcilik açmamaları sebebiyle kendilerine Kanun çerçevesinde yaptırım uygulanan sosyal ağ sağlayıcılarının tümü yurt dışı merkezli olup, bu sosyal ağ sağlayıcılara reklam vermek isteyen kişilerin herhangi bir şekilde yurt dışından ödeme yapmalarının nasıl engellenebileceği ve ayrıca bu kişilerin sözleşme veya ödeme yapmaları durumunda kendilerine nasıl bir yaptırım uygulanacağı soruları da cevapsızdır.

## 3. İnternet Trafiği Bant Genişliğinin Daraltılması

Reklam yasağı kararının verildiği tarihten itibaren üç (3) ay içinde temsilci belirleme ve bildirim yükümlülüğünün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan, sosyal ağ sağlayıcının internet trafiği bant genişliğinin yüzde elli oranında daraltılması için sulh ceza hâkimliğine başvurabilecektir.

Başvurunun kabulüne ilişkin hâkim kararının uygulanmasından itibaren otuz (30) gün içinde temsilci belirleme ve bildirim yükümlülüğünün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan, sosyal ağ sağlayıcının internet trafiği bant genişliğinin yüzde doksan oranına kadar daraltılması için sulh ceza hâkimliğine başvurabilecektir.

Bant genişliği, bir internet bağlantısının belirli bir süre içerisinde iletebileceği maksimum veri miktarını ifade etmektedir. İnternet trafiği, bant genişliği daraltıldığı takdirde internet bağlantısındaki veri aktarım kapasitesini kaldırmayacağı için genişliğin daraltılmasından dolayı bir yoğunluk meydana gelecek olup, sosyal ağ kullanıcılarının ilgili mecralara ulaşımı kısıtlanmış olacaktır.

Söz konusu reklam yasağı uygulanan Pinterest, Twitter ve Twitter (Periscope) sosyal ağ sağlayıcıları reklam yasağı kararının tebliğinden itibaren üç (3) ay içerisinde, temsilcilik açma ve bildirme yükümlülüklerini yerine getirmedikleri takdirde Kurum tarafından tebliğde bulunan sosyal ağ sağlayıcılarının internet bant genişliğinin kademeli olarak daraltılması için Başkan tarafından sulh ceza hâkimliğine başvuruda bulunulabilecektir.

## Elektronik ticaretin oldukça önemli olduğu bir dönemde reklam veren şirketlerin tüketiciye ulaşabildiği en yakın mecralar sosyal etkileşimin sıkça bulunduğu sosyal platformlardır.

Kanun'un lafzından bant genişliğinin daraltılmasına ilişkin ilk talebe istinaden sulh ceza hakiminin bant genişliğinin yüzde elli daraltılmasına ilişkin kabul kararı vereceği anlaşılmaktadır. Bant genişliğinin daraltılmasına ilişkin ikinci talepte ise Başkan'ın bant genişliğinin yüzde doksana kadar daraltılması için başvuruda bulunabileceği, ancak sulh ceza hakiminin, yüzde elliden düşük olmamak kaydıyla, sunulan hizmetin niteliğini de dikkate alarak daha düşük bir oran belirleyebileceği düzenlenmiştir. Başkan'ın ikinci talebe istinaden verilen karara itiraz etmesine ilişkin bir mekanizma da Kanun'un ek madde 4'ünde yer almaktadır<sup>17</sup>.

## B. Yaptırımların Uygulama Mekanizması

Kurum'un, Değişiklik Kanunu ile getirilen temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğüne uymayan sosyal ağ sağlayıcılarına ilk etapta uygulanacak olan idari para cezalarını yazılı bir bildirim olarak tebliğ ettiği bilinmektedir. Konuya ilişkin gerek haberlerde gerek Kurum'un resmi sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları neticesinde söz konusu sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye'de bir ticari işletme kaydı bulunmaması sebebiyle bu tebliğlerin sosyal ağ sağlayıcılarının buldukları ülkedeki merkezlerine yapıldığı şeklinde anlaşılmaktadır.

## DİPNOT

<sup>17</sup> 31.07.2020 tarih ve 31202 sayılı Resmi Gazete.

## BÖLÜM 2/7

Twitter, Pinterest ve Twitter'a (Periscope) ilişkin reklam yasağı kararında, reklam yasağı kararının uygulanmasına ilişkin hususların kararda sayılan kanunlar çerçevesinde, ilgili kamu kurum ve kuruluşları tarafından takip edileceği belirtilmiştir. İlgili kamu kurum ve kuruluşlarının hangileri olduğu karar veya Kanun'da belirtilmemiş olsa da "BTK, BDDK, TCMB, VDK ve ilgili tüm kamu kurumları..."<sup>18</sup> olarak geniş bir biçimde sayılmış olan kurum ve kuruluşların, reklam yasağı uygulamasında sürece dahil olacak kurumlar olacağı düşünülebilir.

Reklam yasağına ilişkin bildirim yapıldığı tarihten itibaren üç (3) ay içerisinde temsilci belirlenmesine ilişkin yükümlülükler yerine getirilmediği takdirde Başkan, internet trafiği bant genişliğinin kademeli olarak önce yüzde elli ve bildirim ardından otuz (30) gün içerisinde yükümlülükleri yerine getirmediği takdirde yüzde doksan oranına kadar bant genişliği daraltılması için sulh ceza hakimliğine başvurabilecektir. İkinci kademedeki yüzde doksan oranı hâkimin takdirine bağlı olarak yüzde elliden az olamayacaktır. Bu oranlara ilişkin olarak 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu hükümlerine göre Başkan tarafından itiraz yoluna gidilebilecektir<sup>19</sup>. Ancak söz konusu itiraz mekanizması sosyal ağ sağlayıcılara tanınmamakla birlikte uygulamada bir belirsizlik bulunmaktadır. Bu kapsamda itiraz mekanizmasının yalnızca Başkan'a tanınmış olması teoride ve uygulamada adil yargılanma hakkı konusunda tereddütlere yol açmaktadır.

### C. Yaptırımların Kaldırılması ve Kapsam Dışı Sayılma

Temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünün yerine getirilmesine ilişkin uygulanacak tüm yaptırımlar bakımından yükümlülüklerin yerine getirilmesi hâlinde verilen idari para cezalarının dörtte biri tahsil edilecek ve reklam yasağı kaldırılacak olup, mahkeme kararları kendiliğinden hükümsüz kalacaktır<sup>20</sup>. Bu kapsamda, aşamalı idari para cezaları kapsamında; Youtube, Tiktok, Dailymotion, LinkedIn, Facebook ve Instagram, kırk (40) milyon Türk Lirası olarak verilen idari para cezalarının dörtte biri olan on (10) milyon Türk Lirasını ödemekle yükümlü olacaklardır.

İnternet trafiği bant genişliğine yapılan müdahalenin sona erdirilmesi için ise erişim sağlayıcılara Kurum tarafından bildirim yapılarak bant genişliği normale çevrilecektir.



#### DİPNOT

<sup>18</sup> <https://twitter.com/ofatihseyan/status/1351301960968908800?s=20>, (Erişim Tarihi: 31.01.2021).

<sup>19</sup> Bilgi Teknolojileri Ve İletişim Kurulu Kararı, 29.09.2020, 2020/DK-ID/274.

<sup>20</sup> 31.07.2020 tarih ve 31202 sayılı Resmî Gazete, Ek-Madde 4/ 2.fıkra vd.

Kanun koyucunun özellikle Değişiklik Kanunu'nun yapılaş amacında da belirttiği üzere aramış olduğu Türkiye'den günlük erişen sosyal ağ kullanıcı sayısının bir milyonun altına düşerek süreklilik arz etmesi durumunda BTK Kararı'nın 22. maddesindeki hukuki sorumluluk saklı kalmak kaydıyla, sosyal ağ sağlayıcısının düzenlenen Kanun kapsamı dışında olduğuna dair Kurum'a talepte bulunabileceği belirtilmiştir. Kurum, ilgili talebi teknik değerlendirmelerine göre inceleyecektir. Kurum'un talebi uygun bulması halinde ilgili sosyal ağ sağlayıcısının uygulama bakımından kapsam dışı olduğu bildirilecektir.

### IV. SONUÇ

Sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye'de temsilcilik açması; söz konusu platformlardaki içeriklere ilişkin olarak Türk Ceza Kanunu'nda yer alan suçların tespiti, delili, kişisel hak ve hürriyetlerin korunması ve devletin pozitif yükümlülüğü bakımından gereğini yapması ve bu kontrolleri sağlayarak hak mağduriyetlerini önlemek ve sosyal ağ sağlayıcıları ile muhataplık ilişkisi oluşturarak ortaya çıkabilecek mağduriyetlerin önüne geçmeyi amaçlaması bakımından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir.

Kullanıcıların ilgili platformlarda serbestçe hizmet alması ve bununla birlikte ortaya çıkabilecek olumsuzlukların yargı kanadında giderilmesi taleplerine karşın özellikle merkezi yabancı ülkelerde bulunan sosyal ağ sağlayıcıları ile iletişim kurabilmek adına hızlı ve nispeten daha kolay bir şekilde sağlanabileceği öngörülmektedir. Buna karşın, Değişiklik Kanunu ile getirilen yenilikte sosyal ağ sağlayıcılarına aşamalı olarak uygulanacak cezalar bakımından örneğin; reklam yasağı ve bant genişliği daraltılması kapsamında başvurabileceği bir itiraz mekanizmasının bulunmaması, uygulamada belirsizlik ve tereddütlerin de olduğu gözlemlenmektedir. Bu yönüyle kişilerin hak ve hürriyetlerinin korunması amacıyla, gerçek veya tüzel kişilerin söz konusu sosyal ağlardan hizmet alması sınırlandırılmadan adil bir yargılanma ortamı oluşturulması önem arz etmektedir. Mevcut düzenlemelerin bu konuda yetersiz kaldığı açıktır. Bu bakımdan gerek idare nezdinde gerekse sosyal ağ sağlayıcıları tarafında dengeli, ölçülü, şeffaf ve öngörülebilir bir uygulama mekanizması kurulması gerektiği değerlendirilmektedir.

#### KAYNAKÇA

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu Kararı, 29.09.2020, 2020/DK-ID/274.

Bilgi Teknolojileri Ve İletişim Kurulu Kararı, 19.01.2021, 4202.

İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, RG. 31.07.2020, Sayı: 31202.

**JEFF ORLOWSKI** (Yörn), Sosyal İkilem (Social Dilemma), Netflix (Dağ.), ABD 09.09.2020.

**MURAT VOLKAN DÜLGER**, "Yapay Zekâ Teknolojileri Ve Veri Koruma Hukuku", <https://dulger.av.tr/portfolio/yapay-zeka-hukuku/> (Erişim Tarihi: 25.01.2021).

**SİMON KEMP**, "Digital 2020", <https://datareporta.com/reports/digital-2020-turkey>, (Erişim Tarihi: 25.01.2021).

"Sosyal ağlar için süre doldu: Sadece Rus platform VK temsilci atadı", Sputnik News, <https://tr.sputniknews.com/turkiye/202011031043145508-sosyal-aglar-icin-sure-doldu-sadece-rus-platform-vk-temsilci-atadi/>, (Erişim Tarihi: 02.02.2021).