

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANA BİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON BİLİM DALI

**SOSYAL MEDYADA HAK VE ÖZGÜRLÜKLERİN KULLANIMI VE
SINIRLANMASI
“İLETİŞİM HUKUKU AÇISINDAN BİR İNCELEME”**

Yüksek Lisans Tezi

ASLIHAN BULUT

İSTANBUL, 2018

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANA BİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON BİLİM DALI

**SOSYAL MEDYADA HAK VE ÖZGÜRLÜKLERİN KULLANIMI VE
SINIRLANMASI
“İLETİŞİM HUKUKU AÇISINDAN BİR İNCELEME”**

Yüksek Lisans Tezi

ASLIHAN BULUT
Danışman: DR. ÖĞR. ÜYESİ ALİ MURAT KIRIK

İSTANBUL, 2018



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA Anabilim Dalı RADYO TELEVİZYON Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi ASLIHAN BULUT'ın SOSYAL MEDYADA HAK VE ÖZGÜRLÜKLERİN KULLANIMI VE SINIRLANMASI: "İLETİŞİM HUKUKU AÇISINDAN BİR İNCELEME" adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 5.07.2018 tarih ve 2018-18/31 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 19 / 07 / 2018

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

	Öğretim Üyesi Adı Soyadı	İmzası
1.	Tez Danışmanı Dr. Öğr. Üyesi ALİ MURAT KIRIK	
2.	Jüri Üyesi Prof. Dr. FİLİZ AYDOĞAN BOSCHELE	
3.	Jüri Üyesi Prof. Dr. CEYHAN KANDEMİR	

GENEL BİLGİLER

Ad-Soyad	<i>Aslıhan BULUT</i>
Anabilim Dalı	<i>Radyo Televizyon ve Sinema</i>
Programı	<i>Radyo Televizyon</i>
Tez Danışmanı	<i>Dr. Öğr. Üyesi Ali Murat KIRIK</i>
Tezin Türü	<i>Yüksek Lisans</i>
Yıl	<i>2018</i>

ÖZET

Sosyal Medyada Hak Ve Özgürlüklerin Kullanımı Ve Sınırlanması “İletişim Hukuku Açısından Bir İnceleme”

Günümüzde bilgi işlem teknolojileri ve buna bağlı olarak internet büyük bir hızla değişmekte ve gelişmektedir. İnternetin bu gelişimi, enformasyonun yayılması anlamında önemli bir gelişme olmakla birlikte, bir takım sorunları da beraberinde getirmekte ve ortaya çıkan sorunlar ise bu alanın hukuki olarak da ele alınması gerektiğini göstermektedir. Bu çalışma söz konusu gerekliliğin bir sonucu olarak ve yaşanan hukuksal problemlere karşı farklı bir bakış açısı geliştirerek, çözüm önerileri sunabilmek adına hazırlanmıştır.

Çalışmada sosyal medya ekseninde kişilik hakları ve ifade özgürlüğü arasındaki ilişki analiz edilmiş, sosyal medya sitelerinde ifade özgürlüğünün hukuksal sınırlarının ne ölçüde olması gerektiği irdelenmiştir. Çalışmanın alt yapısını ise internet, sosyal medya, ifade özgürlüğü ve kişilik hakları bağlamında sosyal medya, uluslararası sözleşmelerle ve ulusal hukukumuzda sağlanan koruma sistemi, kişisel verilerin korunması konusundaki tartışmalı hususlar ve Avrupa Siber Suç Sözleşmesi gibi konular oluşturmaktadır.

Yine son kısımda derinlemesine mülakat yöntemi ile tartışmalı bazı hususlar irdelenmiş ve alanında uzman beş kişiden oluşan katılımcılara çeşitli sorular

yöneltirerek “sosyal medyada hak ve özgürlüklerin kullanımı ve sınırlanması” konusu hukuki açıdan ele alınmıştır. Yeni medya araçlarının güvenilirliği, yapılan hukuki düzenlemelerin yeterliliği, sosyal paylaşım ağlarının hukuki ihlaller karşısındaki tutumu yine kitlesel hareketlerdeki etkileri gibi konuların ele alındığı bu bölümde, hem teorik bilgiler pekiştirilmiş hem de uygulamadaki aksaklıklar tartışılarak, alternatif çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Sosyal Medya, İfade Hürriyeti, Kişilik Hakkı, İletişim Hukuku, Kişisel Veri



GENERAL KNOWLEDGE

Name-Surname	<i>Aslıhan BULUT</i>
Field	<i>Radio Television and Cinema</i>
Programme	<i>Radio Television</i>
Supervisor	<i>Dr. Öğr. Üyesi Ali Murat KIRIK</i>
Degree Awarded	<i>Master</i>
Year	<i>2018</i>

ABSTRACT

Use and Restriction of Social Media Rights and Freedoms

"An Investigation in terms of Communication Law"

Today, information processing technologies and the Internet are changing and developing at a rapid pace. This development of the Internet is an important development in the sense of information dissemination, it brings with it several problems and the emerging problems show that this field should be taken as legal. This study was prepared in order to present a solution proposal by developing a different point of view as a result of the necessity and against the living legal problems.

In the study, the relationship between personality rights and freedom of expression was analyzed on the axis of social media, and the legal limits of freedom of expression in social media sites should be examined. The foundation of the study is consist of, social media, international conventions and the protection system provided in our national law in the context of the internet, social media, freedom of expression and personality rights, controversial issues concerning the protection of personal data, and the European Cybercrime Convention.

In the last part, some controversial issues were discussed through in-depth interview method and the question of "use and restriction of rights and freedoms in social media" was handled from a legal point of view by directing various questions to the participant composed of five experts in the field. In this section where new media tools are trusted, legal regulations are made, attitudes of social networks against legal violations and effects of mass movements are discussed, both the theoretical knowledge and the problems in implementation are discussed and alternatives are suggested.

Keywords: Internet, Social Media, Freedom of Expression, Personal Right, Communication Law, Personal Data



İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	III
ABSTRACT.....	V
TABLO LİSTESİ.....	X
GRAFİK LİSTESİ.....	XI

1.GİRİŞ.....	1
1.1.Problem.....	2
1.2.Amaç.....	3
1.3.Önem.....	4
1.4.Varsayımlar.....	4
1.5.Sınırlılıklar.....	4

2. İNTERNET TEKNOLOJİSİ VE SOSYAL MEDYA.....	6
2.1. İnternet Nedir?.....	6
2.2. İnternet Teknolojisinin Tarihsel Gelişimi.....	6
2.3. İnternet Kullanım İstatistikleri.....	7
2.4. İnternetin Yapısı.....	10
2.5. Web 1.0'dan Web 2.0'a Geçiş Süreci.....	11
2.6. Kavramsal Olarak Sosyal Medya.....	15
2.7. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi.....	16
2.8. Sosyal Medyanın Temel Nitelikleri.....	19

2.9. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanım Oranları	21
2.10. Sosyal Medyanın Kitlesel Hareketler Üzerindeki Etkisi	21
2.11. Yeni İletişim Araçları	26
2.11.1. Bloglar	26
2.11.2. Medya Paylaşım Siteleri	34
2.11.3. Wikiler	41
2.11.4. Sosyal İşaretleme	42
2.11.5. Etiket ve Etiketleme	44
2.11.6. Podcasting	45
2.11.7. Sosyal Ağ Siteleri	46
2.11.8. Katılımcı Sözlükler	56
2.11.9. Sanal Gerçeklik	58
2.11.10. Çevrimiçi Topluluklar	59
3. HUKUKSAL BAĞLAMDA SOSYAL MEDYA	60
3.1. İfade Özgürlüğü	60
3.1.1. İfade Özgürlüğünün Tanımı ve Kapsamı	60
3.1.2. Uluslararası Sözleşmelerle Sağlanan Koruma Sistemi	65
3.1.3. Ulusal Hukukumuzda Sağlanan Koruma Sistemi	68
3.1.4. İfade Özgürlüğü ve Sosyal Medya	72
3.2. Kişilik Hakkı	77
3.2.1. Kişilik Hakkının Tanımı ve Kapsamı	77
3.2.2. İletişim Saldırılarına Konu Olma Yönünden Kişilik Hakları	80
3.2.3. Kişilik Haklarının Korunması	81
3.2.3.1. Özel Hukuk Bakımından Koruma	81

3.2.3.2. Kamu Hukuku Bakımından Koruma	84
3.2.4. Sosyal Medyada Kişilik Hakkı İhlalleri.....	88
3.2.4.1. Paylaşılan İçerik Nedeniyle İhlaller.....	88
3.2.4.2. Güvenlik Sorunları Nedeniyle İhlaller.....	91
3.2.4.3. Bilişim Suçları Nedeniyle İhlaller	95
3.3. Kişisel Verilerin Korunmasıyla İlgili Tartışmalı Hususlar	98
3.3.1. Kriptoloji.....	98
3.3.2. Anonimlik ve Unutulma Hakkı	100
3.3.4. Çerezler (Cookie).....	105
3.3.5. Çevrimiçi Sosyal Ağ İzleme (Online Social Network Tracking).....	107
3.4. Avrupa Siber Suç (Budapeşte-Sanal Suçlar) Sözleşmesi ve Ülkemiz Açısından Önemi.....	108
4. SOSYAL MEDYADA HAK VE ÖZGÜRLÜKLERİN KULLANIMI VE SINIRLANMASINA YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA.....	111
4.1. Araştırma Modeli.....	111
4.2. Evren ve Örneklem.....	112
4.3. Veri Toplama Araçları.....	112
4.4. Bulgular ve Yorum.....	112
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	122
6. KAYNAKÇA.....	126

TABLO LİSTESİ

Tablo: 1 İnternet Ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri.....	9
Tablo: 2 İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Oranlarındaki Artış.....	9
Tablo: 3 Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri.....	10
Tablo: 4 Türkiye’de En Fazla Kullanıcısı Olan Web Siteleri.....	22
Tablo: 5 Sosyal Medya Platformlarının Yaş, Cinsiyet ve Eğitim Durumuna Göre Kullanımı.....	34
Tablo: 6 Instagram Kullanıcı İstatistikleri.....	36
Tablo: 7 Yıllara göre Pinterest Kullanıcı Sayısı.....	37
Tablo: 8 Türkiye’de En Fazla Kullanılan Sosyal Medya Platformları.....	39
Tablo: 9 Küresel Çapta En Fazla Aktif Kullanıcısı Bulunan Sosyal Ağlar.....	50
Tablo: 10 LinkedIn’de En Fazla Bağlantıya Sahip Ülkeler.....	53
Tablo: 11 Cihazların Facebook Kullanım Payı.....	55

GRAFİK LİSTESİ

Grafik: 1 Türkiye’de Bilişim Teknolojileri Kullanım Oranları.....	8
Grafik: 2 08.07.2016-17.07.2016 Tarihleri Arasında Türkçe Tweet Trendi.....	25
Grafik: 3 16 Temmuz 2016’da Twitter’da En Fazla Konuşulan Konular.....	25
Grafik: 4 Google+’ın İlk 3 Haftalık Ziyaretçi Artışı.....	51
Grafik:5 Diğer Web Sitelerine En Fazla Trafik Sağlayan Sosyal Ağlar.....	107



1. GİRİŞ

İnternet çok yakın bir geçmişte hayatımıza girmekle birlikte yeni bir iletişim çağı başlatmış, ancak pek çok sorunu da beraberinde getirmiştir. Özellikle sosyal medya sitelerinde hesap sahibi olan herkesin içerik belirleyicisi olabilmesinin bir neticesi olarak hem kamu hukuku hem de özel hukuk alanını kapsayan çeşitli sorunlar meydana gelmektedir. Bununla birlikte hukukun durağan yapısı nedeniyle teknolojik gelişmelerin gerisinde kalması, problemler ortaya çıktıkça yasal düzenlemeler yapılması da nazara alındığında sosyal medya kullanımı ile ilgili hukuki ilkelerin dünya çapında devam edegelen bir süreç olduğu görülmektedir. “Sosyal Medya’da Hak ve Özgürlüklerin Kullanımı ve Sınırlanması ‘İletişim Hukuku Açısından Bir İnceleme’” isimli bu çalışma hızla gelişen bu alanla ilgili hukuki düzenlemelerin mahiyeti ve yeterliliği konusunda fikir sahibi olmak ve bir bakış açısı kazandırmak amacıyla hazırlanmıştır.

Bu alandaki diğer tüm çalışmalarda olduğu gibi çalışmamızda da, öncelikle internet kavramına kısaca değinilmiş ve internetin tarihsel gelişimi irdelenmiştir. Sonrasında ise sosyal medya kavramı, sosyal medyanın tarihçesi, temel nitelikleri ve yeni iletişim araçları (bloglar, mikrobloglar, wikiler, medya paylaşım siteleri, sosyal işaretleme, etiket ve etiketleme, podcasting, katılımcı sözlükler, sosyal ağ siteleri, sanal dünyalar ve çevrimiçi topluluklar) ayrı ayrı ele alınmış, bunların toplumsal hareketlerin ortaya çıkması ve sürdürülmesindeki rolüne de değinilmiştir. Zira, sosyal medya dağınık halde bulunup organize olmak isteyen kalabalıkların yararlandığı bir sisteme de olanak tanımaktadır ve son yıllarda ortaya çıkan Gezi Parkı, Arap Baharı gibi toplumsal hareketleri sosyal medyadan bağımsız düşünmek olanaksızdır.

Bireyleri pasif okuyucu olmaktan çıkarıp, online ağlardaki içeriğe katkı sunmalarına imkân veren sosyal medya iletişim alanında da önemli bir dönüşüme sebep olmuştur. “Hukuksal Bağlamda Sosyal Medya” başlıklı 3. bölümde bu dönüşüme işaret edilerek, ifade hürriyeti ve kişilik hakkı gibi kavramlara değinilmiş, demokratik hukuk devletinde bu iki kavramın da ayrı ayrı önemi vurgulanmıştır.

Sosyal medya, bireylere duygu ve düşünceleri, kişisel durumları, siyasi eğilimleri, fotoğraf, video ve ses kayıtları gibi çeşitli değerlerini etkileşimli bir ağ içerisinde paylaşma imkânı sunmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya ile ihlal edilmesi muhtemel değerlerin başında kişilik hakkı gelmektedir. Zira sosyal medya

platformlarında paylaşılan bu değerler kişilik hakkının kapsamını oluşturmaktadır. Diğer yandan sosyal medya günümüz insanının en temel ifade özgürlüğü alanı olarak görülebilmekte ve ifade özgürlüğü hiç olmadığı kadar önem taşımaktadır.

Sosyal medya hukuksal bağlamda değerlendirilirken son olarak, Türkiye tarafından 29.09.2014 tarihinde onaylanıp, 01.01.2015 tarihinde yürürlüğe giren Avrupa Siber Suç Sözleşmesi irdelenmiş ve konumuz açısından önemine değinilmiştir. Söz konusu Sözleşme internet aracılığıyla işlenen suçlarla ilgili ilk uluslararası düzenleme olması ve teknolojik gelişmeler karşısında geçerliliğini kaybetmemesi için teknolojiden bağımsız bir dil kullanılması sebebiyle önem arz etmektedir. Yine, ülkemizin Avrupa Konseyi çerçevesinde oluşturulan ortak hukuk sistemine siber suçlarla mücadele kapsamında da dâhil olmasını sağlayarak, uluslararası itibarına katkıda bulunacağı gibi bilişim suçlarıyla etkin bir şekilde mücadele edilmesi kapsamında da önemlidir. Nitekim birçok devlet sınırları içerisinde aynı anda işlenebilen, sınır tanımayan, soruşturulması ve kovuşturulması çok teknik bir süreç gerektiren ve delillerin hızlı-kolay bir şekilde ortadan kalkabildiği bir suç türüyle mücadelede uluslararası işbirliğinin varlığı şarttır.

Sonuç olarak internette yaşanan gelişmeler karşısında, hukuki anlamda da yeni problemlerle karşılaşılması kaçınılmaz görünmektedir. Bu durumda önemli olan husus ise, yasa koyucunun öncelikle bu alandaki yasal gereksinimleri *-gerekirse uzmanlardan görüş alarak-* tespit etmesi, günün koşullarına göre düzenlemeler yapılması ve asıl önemlisi hızla gelişen internet hayatı karşısında bu duruma ayak uydurabilmesidir. Çalışmamızın son bölümünde yapmış olduğumuz “derinlemesine mülakat yöntemi” ile bu alanda uzman kişilerden almış olduğumuz cevaplar da bu hususa işaret etmektedir.

Bununla birlikte çağımızın en etkili iletişim araçlarından biri olan internetin fikir özgürlüğü anlamında önemini kabullenip, uygunsuz içerikle mücadele ederken web sitelerine erişimin tamamen engellenmesi yerine zararlı içeriğin çıkarılmasının ve yasal düzenlemelerin de bu bilinçle hazırlanmasının Türkiye'nin demokratik, çağdaş ve bilimsel birikimine daha faydalı olacağı aşikârdır.

1.1. Poblemler

İnternet ifade özgürlüğünün en etkin şekilde kullanıldığı mecradır. İnternet dışındaki tüm alanlar (yazılı-görsel basın) bir şekilde engellenebilmekte ve etkilenebilmektedir.

Ancak internet yapısı gereği bu türlü engellemelere elverişli değildir. Bu sebeple özellikle sosyal medya açısından ifade özgürlüğü daha da önemli hale gelmekte ve hem ulusal hem de uluslararası düzeyde korunması gerekmektedir. Aksi takdirde ne demokrasiden ne de özgür bir ülkeden bahsedemeyiz.

Küresel bir köy haline gelen dünyada sosyal medya ile yazılı, görsel ve işitsel içerikler çoğu zaman kitlelere kontrolsüzce yayılmaktadır. Bu bağlamda ifade özgürlüğü değerlendirilirken hukuksal sınırlarının ne olması gerektiği hususu da önem taşımaktadır. Sosyal medya platformları fikirlerin özgürce ifade edildiği ortamlar olsa da, bu özgürlüğün belirli sınırlarının olduğu aşikârdır. Bu sınırlardan biri de “başkalarının hak ve özgürlükleri” olup bunların hukuk literatüründeki karşılığı ise kişilik haklarıdır. Zira internet ve özellikle sosyal medya kişilik hakkı ihlallerini çoğaltan ve hızlandıran bir yapıya sahiptir. İnternet sitelerinde ya da sosyal medyada birçok şekilde ve birçok araçla kişilik hakları ihlal edilebilmektedir. İletişim saldırılarına en fazla konu olan kişilik hakları ise şeref ve haysiyet, özel yaşamın giz alanı ile özel alanı, aile yaşamı, cinsel yaşam, sosyal ve duygusal kişilik değerleridir. İletişim araçlarıyla kişilik haklarının ihlali ile ilgili yeterli düzenleme olmaması ise bu alanda büyük bir boşluk oluşturmakta ve hukuksal sorunlara yol açmaktadır.

Bu çalışmanın problematiğini, sosyal medya platformlarında yaşanan hukuki problemlerle ilgili demokratik çözüm yöntemlerinin bulunması ve hukuksal bir zeminin sağlanması hususları oluşturmaktadır. Nitekim ifade özgürlüğünü korumak ne kadar önemli ise diğer kişilerin haklarını korumak ve hukukun üstünlüğünü sağlamakta o kadar önemlidir.

1.2. Amaç

Günümüzde sosyal medya kullanım oranı hızla artmakta ve isteyen herkesin istediğini paylaşabildiği bu ortamlarda birçok hukuki problem ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada, sosyal medya platformlarında ifade özgürlüğünün sınırlarının ne olması gerektiği, hangi durumlarda kişilik hakkı ihlallerinin gerçekleştiği, uluslararası sözleşmelerle ve ulusal hukukumuzda sağlanan koruma yöntemlerinin yeterliliği gibi hususlar irdelenmiş ve yeni bir bakış açısı geliştirerek çeşitli çözüm yolları sunabilmek amaçlanmıştır.

1.3. Önem

Bu çalışmada, sosyal medya kavram ve kapsam olarak incelendikten sonra hukuksal bağlamda değerlendirilmeye çalışılmıştır. Yeni bir alan olması ve dinamik yapısı nedeniyle çok fazla eser bulunmaması, sınır tanımayan yapısı nedeniyle kesin bir çerçeve oluşturulamaması ve alanında uzman kişilerle yapılan “sosyal medyada hak ve özgürlüklerin kullanımı ve sınırlanması”na yönelik nitel bir araştırma olması sebebiyle özgün bir eserdir ve sonraki çalışmacılara yol gösterecek niteliktedir.

1.4. Varsayımlar

Etkileşimli özelliğiyle, bireylerin birbirleriyle çeşitli bilgi ve içerikleri paylaşabildikleri sosyal medya bir taraftan bireysel ve kitlesel ifade özgürlüğünü sağlamakta, ancak diğer taraftan özel hayatın gizliliğinden bilgi güvenliğine, telif haklarından nefret söylemlerine ya da çocuk pornografisinden tehdite kadar çeşitli hukuki sorunlarla karşımıza çıkmaktadır. Durağan yapısı sebebiyle teknoloji kadar hızlı olamaması ve yapılan düzenlemelerin teknolojik gelişmeler karşısında geçerliliğini kaybetmesi gibi hususlar dikkate alındığında bu alandaki düzenlemelerin devam eden bir süreç olduğu görülmektedir.

Uluslararası işbirliğinin sağlanması, teknolojiden bağımsız bir dil kullanılması, alanı düzenleyenlerin sadece hukuki anlamda değil sosyal medya alanında da uzman olması ve her şeyden önemlisi hızla gelişen internet hayatı karşısında bu duruma ayak uydurulabilmesi ile bu alanda yaşanan hukuki boşlukların doldurulabileceği kanaatindeyiz.

1.5. Sınırlılıklar

Çalışmamızın hem iletişim alanında hem de hukuk alanında kapsamının geniş olması sebebiyle genel bir çerçeve çizilmiş ve bu çerçevenin dışına çıkılmamaya çalışılmıştır. Örneğin, başlı başına bir tez konusu olabilecek telif hakkı, etik sorunlar, sosyal medya sitelerindeki kullanıcı sözleşmelerinin hukuki durumu gibi konulara hiç değinilmemiş ve başka çalışmacılara bırakılmışlardır. Konunun özü, ifade özgürlüğü ve kişilik hakları bağlamında değerlendirilmeye çalışılmış ve tartışmalı bazı hususlara değinilerek ulusal/uluslararası düzenlemeler değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Bununla birlikte son bölümde nitel bir araştırma yöntemi olan “Derinlemesine Mülakat” yöntemi ile “Sosyal Medyada Hak Ve Özgürlüklerin Kullanımı ve Sınırlanması”na yönelik beş kişi ile mülakat yapılmış ve alanında uzman bu beş kişi çalışmanın ana kitlesini oluşturmuştur.



2.BÖLÜM

İNTERNET TEKNOLOJİSİ VE SOSYAL MEDYA

İnternet tüm dünyada birbirine bağlı milyonlarca bilgisayarın oluşturduğu bir ağıdır ve her geçen gün kullanıcı sayısını artırmaktadır. Dünyayı etkisi altına alan bu ağ içerisinde, aklınıza gelebilecek her türlü konuyla ilgili bilgi parçası sunan milyonlarca sayfa bulunmaktadır. Kısa bir tarihsel geçmişi olmasına rağmen internet, küresel bir iletişim aracı olarak tüm toplumları etkilemektedir. İşte bu yapısı sebebiyle devletler interneti kontrol altına alınması gereken bir mecra olarak görmektedir.

Sosyal medya ise ileride ayrıntılı olarak ele alacağımız üzere, zaman ve mekân sınırı olmadan, paylaşım ve etkileşimin temel alındığı bir platformdur. Bu platformların en önemli özelliği, herhangi bir kişinin içerik yaratabilmesi, yorum yapabilmesi ve katkıda bulunabilmesidir. (Scott,2010:38)

2.1. İnternet Nedir?

İnternet iletişimi, enformasyonun ses, metin, video ve grafik gibi birden fazla iletişim biçiminin bir araya gelmesiyle işleyen bir süreçtir. Yerel, ulusal ve uluslararası erişim olanakları sağlayan internet, zaman ve mekân sınırını ortadan kaldıran evrensel bir iletişim şeklidir. Bu nitelikleri interneti sadece mesaj üreten, toplayan ve dağıtan bir teknoloji olmanın ötesine taşımakta ve birey-birey, grup-birey, birey-grup etkileşimlerine olanak tanıyarak toplumsal bir iletişim ağı yaratmaktadır. (Timisi, 2003:132) Yeni iletişim ortamlarını ve interneti diğer iletişim araçlarından ayıran en önemli özellik işte bu etkileşimli yapısıdır. Etkileşim, geniş anlamıyla bireyin iletişim ortamında, iletişim biçimini, içeriğini değiştirme ve etkilemedeki katılımı şeklinde ifade edilmektedir. (Steur akt. Timisi, 2003:133)

2.2. İnternet Teknolojisinin Tarihsel Gelişimi

Bilgisayarın ortaya çıkışı 70'li yıllardaki bilgi devrimine denk gelmektedir. İnternet ise, ilk olarak 1969 senesinde, Amerika Savunma Bakanlığı Araştırma Dairesi tarafından bakanlık bilgisayarları arasındaki bilgi akışını sağlamak amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Arpanet adlı ilk bilgisayar ağı 1 Eylül 1969'da faaliyete

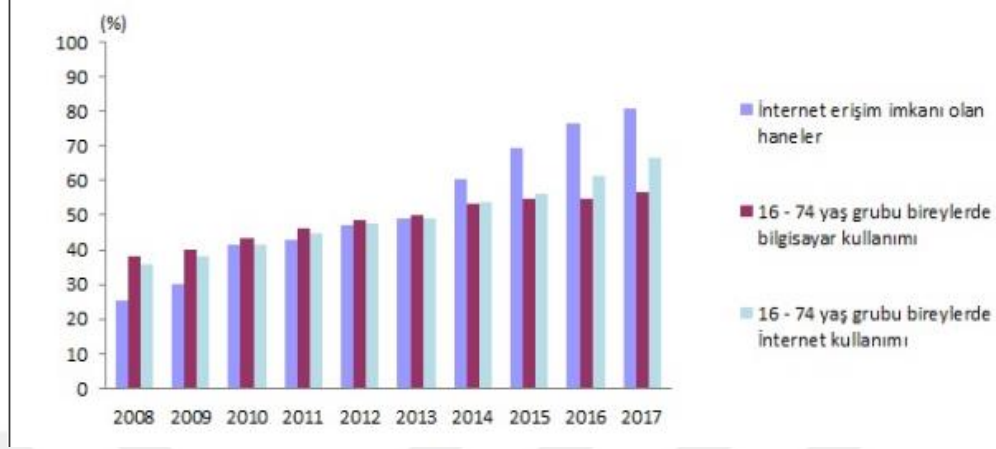
başlamış, yirmi yıla yakın bir çalışmadan sonra teknolojik açıdan yetersiz kalması nedeniyle 28 Şubat 1990'da kapatılmıştır. Arpanet'in kapatılmasının ardından, Ulusal Bilim Vakfı'nın işlettiği NSFNet (National Science Foundation Network)'te ticari baskılar ve özel şirket ağlarının büyümesi gibi sebeplerle 1995 yılında kapatılmış ve böylece internetin tümüyle özelleştirilmesinin önü açılmıştır.

Ülkemizde, internet ilk kez 1990'lı yıllarda kullanılmaya başlanmış, ilk kullanıcılar aktif olmadan sadece katılımcı olarak internetten faydalanmıştır. 12 Nisan 1963'de ise Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'ndaki yönlendiriciler kullanılarak, 64 Kbps kapasiteli kiralık hat ile ABD'de NSFNet'e TCP/IP protokolü üzerinden ilk internet bağlantısı gerçekleştirilmiştir.

Zaman içinde bilişim ve internet sektörü hızla gelişmiş günlük hayattan iş hayatına kadar her alanda kullanılır hale gelmiştir. 1990'lı yılların başında CERN tarafından "www" kodunun ortaya atılması, bilgi aktarım hızının artmasına yönelik teknolojinin hızla gelişmesi ve yine Microsoft şirketi tarafından bilgisayar kullanımını kolaylaştıran Windows 95 ara yüzünün piyasaya sunulması gibi teknolojik gelişmeler bilgisayar ve internet kullanımını inanılmaz ölçüde arttırmıştır. Çoğu kullanıcı için internet e-posta kullanımından, alış-verişe, otel ve havayolları rezervasyonundan, haber sitelerine, sosyal ağlardan, dijital müzik dinlemeye ve her türlü bilgiye ulaşabileceği forumlardan, resim ve video paylaşım sitelerine kadar genişlemiştir. Bu açıdan bakıldığında, internet erişimi artık lüks değil gerekliliktir.

2.3. İnternet Kullanım İstatistikleri

Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) tarafından 2017 yılında gerçekleştirilen Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması raporuna göre, ülkemizde bulunan hanelerin %80.7'si internet erişimi olanağına sahiptir. Bu oran 2016 yılında ise %76.3'tür. Yine bu rapora göre, bilgisayar ve internet kullanımı erkeklerde %65.7 ve %75.1 iken, kadınlarda %47.7 ve %58.7'dir. 2016 yılı Mart ayı ile 2017 yılı Nisan ayı arasındaki 12 aylık dönemde bireylerin %42.2'si kamu kurum ve kuruluşları ile iletişime geçerek kamu hizmetlerinden yararlanmak amacıyla, %24.9'u ise internet üzerinden alışveriş yapmak amacıyla interneti kullanmıştır. ([http://]www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 01.02.2018)



Grafik: 1 Türkiye’de Bilişim Teknolojileri Kullanım Oranları

İngiltere merkezli bir sosyal medya ajansı olan We Are Social ile Hootsuite, Statista, Global Webindex, Similarweb ve Alexa gibi büyük platformların işbirliğiyle hazırlanan ve 29.01.2018 tarihinde yayınlanan “Digital in 2018” raporu da internetin günümüzde geldiği noktayı anlamamız açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte internet, mobil cihaz ve sosyal medya kullanım oranları gibi detaylara girmeden evvel, araştırmada tespit edilen bazı hususlara değinmenin faydalı olacağı kanaatindeyiz. Söz konusu rapora göre;

- Artık dünyanın yarısından fazlası internet kullanmaktadır.
- Dünya genelinde web trafiğinin neredeyse yarısı cep telefonundan gelmektedir. Çeşitli yıllara ait internet kullanım istatistiklerine bakıldığında, mobil kullanımın artış gösterdiği bilgisayar kullanımının ise azaldığı görülmektedir.
- Sosyal medya kullanıcıları dünya nüfusunun %40’ını oluşturmaktadır.
- 2.95 milyar mobil sosyal medya kullanıcısı dünya nüfusunun %39’unu oluşturmaktadır.

Web Index verileri doğrultusunda hazırlanan bu rapora göre dünya üzerinde 4.021 milyar kişi internete bağlanmakta ve 3.196 milyar kişi aktif olarak sosyal medya platformlarında yer almaktadır. 5.135 milyar mobil cihaz kullanıcısının 2.958 milyarı

ise sosyal medyayı bu cihazlar ile takip etmektedir. ([http://] digitalreport.wearesocial.com, Erişim Tarihi: 03.02.2018)



Tablo: 1 İnternet Ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri

Aynı rapora göre; bir önceki yıla göre internet kullanımı %7, aktif olarak sosyal medya kullanımı %13 ve sosyal medyayı mobil cihazla kullanım ise %14 oranında artmıştır. ([http://] digitalreport.wearesocial.com, Erişim Tarihi: 03.02.2018)



Tablo: 2 İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Oranlarındaki Artış

Yine söz konusu rapora göre Türkiye’de; toplam 81.33 milyon nüfusun, 54.33 milyonu internete, 51 milyonu ise aktif olarak sosyal medyaya bağlanmaktadır. Mobil kullanıcı sayısı 59.05 milyonken, sosyal medyaya mobilden girenlerin sayısı ise 44 milyondur. Kullanıcılar gün içinde ortalama 7 saatlerini bilgisayar başında, 3 saatlerini mobilden internete girerek ve 3 saatlerini ise sosyal medya mecralarında geçirmektedirler. En fazla kullanılan sosyal medya platformu Youtube iken, bunu az bir farkla Facebook izlemektedir. ([https://]www.slideshare.net, Erişim Tarihi: 03.02.2018)



Tablo: 3 Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri

2.4. İnternetin Yapısı

Yakın bir zamanda hayatımıza giren internet, yeni bir iletişim çağı başlatmış ancak bununla birlikte birçok problemi de beraberinde getirmiştir. Çok hızlı değişen teknolojik yapısı ile bu değişimi öngörebilmek ve ortaya çıkan *–çıkacak-* problemlere kesin çözümler bulabilmek ise olası görünmemektedir. Şöyle ki; yeni gelişen teknoloji de bulunan çözümü geçersiz kılabilen, çözümler teknolojinin hızına yetişememektedir. Bu nedenle anı kurtaracak çözümler yerine teknolojiden bağımsız, genel, esnek ve kalıcı çözümler bulunması gerektiği ortadadır.

İnternet yapısı gereği bir yandan bilgiye erişme, paylaşım, haberleşme, ifade özgürlüğü ve buna bağlı toplantı ve gösteri yürüyüşü gibi temel hak ve özgürlüklerin kullanımını kolaylaştırmakta; fakat diğer yandan özel hayatın gizliliği, haberleşmenin gizliliği gibi diğer bir kısım özgürlükler aleyhine etki yaratabilmektedir.

İşte bu noktada internetin denetimi tartışmaları başlamakla devletlerin ise bu konudaki tutumu farklılık göstermektedir. Demokratik devletler internet ile ilgili düzenleme yaparken “ifade hürriyeti”ni gözetmekte, demokratik açıdan sorunlu devletler ise sansüre varan düzenlemeler yapabilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus şu olmalıdır; yapılan düzenlemeler insan hakları ve demokrasi ile ne kadar bağdaşmaktadır?

“Bilgi” kavramının dahi yeniden sorgulanmasını sağlayan internet, bireysel ölçekte denetlenebilir olmasına rağmen küresel ölçekte değerlendirildiğinde denetimi mümkün olmayan bir ortam olarak karşımızda durmaktadır. Teorik olarak sansürden uzak bir kitle iletişim aracı olması gerekmele birlikte, internetin bu özelliği hiçbir zaman kişilik haklarının zedelenmesi, suç işlenmesi ve anarşi ortamı yaratılmasına dayanak yapılmamalıdır.

2.5. Web 1.0’den Web 2.0’a Geçiş Süreci

Web İngilizce kökenli bir kelime olup “ağ” anlamına gelmektedir. Web Sistemi ise; internet üzerinden bilgisayarlar arasında etkileşim kurmak için tasarlanmış bir bilgisayar programı olarak ifade edilmektedir. (Naik ve Shivalingaiah, 2008) İnternetin kullanımıyla birlikte ilk olarak Web 1.0 dönemi yaşanmış ve internet teknolojisinin hızlı bir şekilde gelişim göstermesiyle ise etkileşimli web uygulamaları (web 2.0) yaygınlaşmaya başlamıştır.

Dünya çapında ağ olarak da çevirebileceğimiz World Wide Web (kısaca WWW veya Web), internet üzerinden yayımlanan birbiriyle bağlantılı hiper-metin dökümanlarının oluşturduğu bir sistem olup, bu dökümanlara ise web sayfası adı verilmektedir. Kullanıcı web sayfalarına web tarayıcıları aracılığıyla ulaşmakta ve web sayfalarında yazı, resim, ses, film, animasyon gibi multimedya öğeleri bulunabilmektedir. Ayrıca, kullanıcı diğer bağlantı veya link adı verilen hiper-bağlantılar ile başka sayfalara da geçiş yapabilmektedir.

Web 1.0, ilk olarak Mart 1989’da CERN’de (European Particle Physics Laboratory) “Yüksek Enerji Fiziği” konusunda dünyanın değişik yerlerinde araştırmalar yapmış bir haberleşme platformu olan Tim Berners-Lee’ nin HTML adlı metin işaretleme dilini

geliştirmesiyle ortaya çıkmıştır. ([http://]content.lms.sabis.sakarya.edu.tr, Erişim Tarihi: 10.08.2016)

Webin ilk döneminde (web 1.0), web sayfalarını az sayıda içerik yaratıcı oluşturuyor ve oluşturulan bu içeriği ise daha fazla sayıda kullanıcı okuyordu. Kullanıcı katılımının çok az olduğu bu dönemde, katılımcılar sadece bilgiye ulaşma ve okuma olanağına sahipti. Yorum yapma ve içerik üretme gibi bir olanak yoktu. Bu dönemin internet anlayışı genel olarak etkileşimin olmadığı, tek yönlü bir sistem üzerine kurulmuştu.

Sınırlı bant aralığı sebebiyle görsel/işitsel içeriğin çok zayıf olduğu web 1.0 heyecan verici bir gelişme olsa da tüm bu özellikleri sebebiyle, sadece teknoloji uzmanlarının yer aldığı kapalı bir havuz olmaktan öteye gidememiştir. Teknolojinin hızla gelişmesi ve insanların internette daha fazla vakit geçirmeye başlamasıyla birlikte ise Web 2.0 kavramı ortaya çıkmıştır. Web 2.0 ile internet sitelerini ziyaret edenler sadece tüketici değil aynı zamanda üretici pozisyonuna geçmişlerdir.

Web 2.0 kavramı ilk olarak 1999 yılında Darcy DiNucci tarafından “Parçalanmış Gelecek” isimli makalede tanımlanmış; sonrasında ise O’Reilly Medyanın sahibi Tim O’Reilly tarafından 2004 yılındaki Web 2.0 konferansında isimlendirilerek bilinir hale gelmiştir. DiNucci söz konusu makalede mevcut web teknolojisinin bir embriyo olduğunu, artık bu embriyonun gelişeceğini, webin sadece web tarayıcısını doldurmaktan ibaret olmayacağını, etkileşimli, bilgisayardan televizyona, araba konsoluna ve hatta cep telefonlarına kadar kullanılacağını söylemiştir. ([http://]www.simsekb.wordpress.com, Erişim Tarihi: 10.08.2016) Günümüzde geldiğimiz noktada DiNucci’nin öngörülerinin ne kadar isabetli ve hatta eksik olduğu görülmektedir.

Web 2.0 O’Reilly’in ifadesiyle; “ağın daha çok insan tarafından kullanılabilmesi için yeniden programlandığı bir işletme devrimidir ve bizlere sunduğu en büyük getiri, içeriğin mikro boyutlara indirgenmesidir.” Yine O’Reilly Web 2.0’ın bazı temel özelliklerini; “ortam olarak web’i kullanma, dinamik ve karıştırılabilir (remix) veri kaynakları oluşturma, kullanıcıların katılımı ile ortak zekadan yararlanma, paket yazılım yerine hizmetleri, hafif programlama modellerini kullanma ve zengin kullanıcı deneyimi yaratma” olarak belirtmiştir. (O’Reilly, 2005)

Günümüzde Web 2.0 -*önceki internet teknolojilerinden farklı olarak*- internet ortamının bilginin depolandığı yer olarak değil de kullanıcılar tarafından oluşturulup geliştirildiği ve sonrasında kolaylıkla aktarılabilirdiği yer olarak kullanıldığı teknik bir kavram halini almıştır. (Albion; Franklin ve Van Harmelen akt. Yükseltürk ve Top, 2013)

Web 2.0 teknolojileri herkesin içerik yaratabilip, bunları paylaşabileceği bir ortam sağlamaktadır. Hizmet ve servis kalitesi olarak web 1.0 teknolojisinden çok daha üstün olan web 2.0 kullanımı ile milyonlarca insan aynı platformlarda yer almış ve internet kullanım anlayışı da hızla değişmiştir. Etkileşim ve paylaşımın bir araya gelmesi ile iletişim farklı bir boyut kazanmış, bu durum ise aktif kullanıcıların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bununla birlikte, kullanıcı içeriğin oluşturulmasında etkin bir rol almış; bloglarda yazı yazmaya, sosyal ağlarda profil oluşturmaya ve bu profillerde metin, resim, video, ses gibi paylaşımlarda bulunmaya, podcastlerle yayıncılık yapmaya, wikilere katkı sağlamaya kadar bir çok avantaja kavuşmuştur. Ancak, Web 2.0 bu yapısı nedeniyle yanlış bilgi ve amatörlik kültürüne zemin hazırladığı gibi bir takım eleştirilere de maruz kalmıştır.

Web 1.0'ın etkileşimsiz, tek kişilik ve program tabanlı üretici anlayışı karşısında Web 2.0'ın etkileşimli, kullanıcılara içerik oluşturma olanağı tanıyan, sosyal tabanlı yapısı, sosyal medyanın ortaya çıkmasında etkili olmuştur. (Bozarth, 2010:11) Daha önce de belirttiğimiz gibi, web 2.0'ın çok yönlü iletişim imkanı vermesi etkileşim kavramını ortaya çıkarmış ve etkileşim ise sosyal medyanın ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Sosyal medya, en basit ifade ile web 2.0 teknolojisinin kullanıldığı iletişim ortamları olarak tanımlanmaktadır. Bu iki kavram birbiriyle ilişkili olmakla beraber aynı şeyleri ifade etmemektedir. Web 2.0 bir uygulamalar platformunu ifade etmekte iken, sosyal medya bu alt yapıları kullanan iletişim araçlarının bütünüdür. (Yayla, 2010) Web 2.0 sosyal medyanın teknik kısmı olarak öne çıkan, çevrim içi hizmetleri ve teknolojileri içeren, sosyal aktivite ve medya paylaşımı içermesine gereksinim duyulmayan bir kavramdır. (Lietsala ve Sirkkunan, 2008:18)

Kimileri için iletişim, kimileri için propaganda, kimileri için reklam ve tanıtım kimileri içinse eğlence aracı olan sosyal medyanın gelişiminde önem arz eden web

2.0'ın bileşenleri ise Dasgupta tarafından şu şekilde ifade edilmektedir; (Dasgupta, Dasgupta: akt. Kırık, 2013:73)

- **Topluluklar:** Farklı ya da benzer düşüncedeki kişilerin bir araya gelerek oluşturdukları gruplardır. Etkileşim unsuru sayesinde birbirleriyle çift ya da çok yönlü iletişim sağlayabilmektedirler.

- **Bloglar:** Genellikle güncelden eskiye doğru yazı ve yorumların yer aldığı, web tabanlı bir yayın olarak tanımlanmaktadır. Blog yazarının tercihi göre, diğer kullanıcılar okudukları içerik hakkında yorum yapabilirler. Bloglar, bloggerlar arasındaki etkileşimi sağlaması açısından önemli görülmektedir ve ilk web siteleri blog görünümündedir.

- **Wikiler:** Kullanıcıların herhangi bir web tarayıcısı kullanmak suretiyle web sayfası içerikleri yaratmalarını ve bunları düzenleyebilmelerini sağlayan bir platformdur. En popüler wiki sitesi Wikipedia, kullanıcılarına birlikte çalışarak içerik üretme, bununla birlikte önceden kesinliği belli olan lokal, durağan ansiklopedilere karşı değişiklik yapma imkânı sunmaktadır. (Paroutis ve Saleh, 2009)

- **Etiketleme (Folksonomy):** Bu özellik sayesinde kullanıcılar resim, video ve fotoğraf gibi içeriklerde etiketleme yapabilmektedir. Böylece aranılan içeriği bulma daha kolay hale gelmektedir.

- **Dosya Paylaşımı (File Sharing) / İçerik Dağıtımı (Podcasting):** Çeşitli yöntemler aracılığıyla görsel ve işitsel nitelikteki dosyaların dağıtımını ve paylaşımını ifade eder. Podcast 2004 yılında kullanılmaya başlanmış olup, istenildiğinde herhangi bir ses veya görüntü dosyasının RSS vasıtasıyla paylaşılmasını sağlayan sistemin adıdır. Podcast ile takip edilmek istenilen televizyon ya da radyo programları kaydedilebilmekte ve istenildiği vakit, istenilen araçla izlenebilmektedir.

- **Birleştirme (Mashup):** Birbirinden bağımsız web servisi sağlayıcılarının uygulamalarını birleştirerek yeni bir uygulama yaratma anlamına gelmektedir. Bir

mashup uygulamasının amacı tek başına çok işlevsel olmayan verileri daha kullanışlı, eğlenceli, analiz edilebilir ve hatta getiriye dönüştürebilir hale getirmektir.

Web 2.0'ın başarısı, kullanıcıları kendisine bağlayan özgün yapısından ileri gelmekte (Kesselman akt. Vural ve Bat, 2010) ve web 2.0'ın bileşenleri ise sosyal medyanın temel taşını oluşturmaktadır. Günümüzde sosyal medya kullanımı, her kesimden insanın taleplerine yanıt verirken, birçok eleştirinin de odak noktasında bulunmaktadır.

2.6. Kavramsal Olarak Sosyal Medya

Sosyal medya ile ilgili çok fazla tanımlama yapılmış olmakla beraber bunlardan bazıları dikkat çekmektedir. Safko sosyal medyayı, kişilerin sosyalleşmek maksadı ile kullandığı medya, başka bir deyişle araçlar olarak tanımlamıştır. (Safko akt. Özgen ve Kara, 2012:214) Sosyal medya, her şeyden önce zaman ve mekân sınırı olmaksızın, paylaşım ve etkileşimin esas olduğu bir platformdur.

Milyonlarca kişiyi bir arada bulundurması, kullanıcıların sanal ortamlarını daima denetim altında tutmak istemeleri ve herhangi bir sınırlama olmaksızın herkese hitap etmesi sosyal medyanın popülaritesinin artmasını sağlayan en önemli sebeplerdir. Sosyal medya, kullanıcı tabanlı olmasının yanı sıra kitlelerin ve insanların bir araya gelerek aralarındaki etkileşimin artmasını sağlaması bakımından da önemlidir.

Sosyal medya geleneksel medyadan farklı niteliklere sahiptir. Özgünlüğünü sağlayan en önemli niteliği ise, herhangi bir bireyin sosyal medyanın içeriğini oluşturabilmesi, yorum yapabilmesi ve katkıda bulunabilmesidir. (Scott, 2010:38) “Sosyal medya” denilince akla ilk olarak Facebook, Twitter ve Instagram gelse de iletişimden haberciliğe, siyasi propagandadan ticarete, eğlenceden marka yaratmaya, toplumsal farkındalıktan fenomenliğe kadar birçok farklı amaca hizmet eden sosyal ağlar vardır.

Safko'ya göre; etkileşimli medya vasıtasıyla bilgi ve düşünceleri paylaşmak için gerçekleştirilen uygulamalar, davranışlar ve faaliyetler sosyal medyayı oluşturur. Yine Safko ve Brake göre, bu iletişim sürecinde kilit sözcük; iş birliği (collaboration) olup, sosyal medya sistemi içerisinde fotoğraf, ses ve video paylaşım siteleri, sosyal ağlar, içeriği ne olursa olsun hedef kitlelerle iletişime geçmek için yararlanılan wikipedia,

mikrobloglar, eğitim ve eğlenmeye yönelik yayıncılık uygulamaları, web tabanlı uygulamalarla gerçekleştirilen yayıncılık, ağ günlükleri, sanal dünyalar, oyunlar, içerik üretme siteleri, yahoo gibi neredeyse bütün kategorileri buluşturan uygulamalar (productivity applications), arama motorlarıyla yapılan internet araştırmaları (Google v.b. siteler), mobil ortamlar ve kişilerarası iletişim ortamları (Skype v.b.) olmak üzere onbeş temel kategoriden bahsedilir. (Safko ve Brake akt. Özgen ve Kara, 2012:4-5)

Mayfield ise sosyal medyayı insan olma hususiyetleriyle yakından ilişkilendirir. Yazara göre, sosyal medya duygu ve düşünce paylaşımı, bir araya gelme, arkadaş arama, ticaret yapma gibi insana özgü hususiyetlerin internete yansımalarıdır ve çok hızlı bir şekilde yayılması da buna bağlıdır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, fotoğraf makinelerinin ve dijital kameraların ucuzladığı, hızlı internet iletişiminin sağlandığı gibi bu sektördeki maliyetlerin azalması ve kullanımın basitleşmesiyle de insanlar kendi düşüncelerinden, fotoğraflarından ve videolarından kendi içeriklerini yaratarak bunları yayabilme imkânı sağlamıştır. ([http://]www.ab.org.tr, Erişim Tarihi: 17.08.2016)

En genel anlamıyla ifade etmek gerekirse, sosyal medya; kullanıcıların diğer kullanıcılarla online metin, fotoğraf ve video gibi çeşitli içerikler paylaşmasını sağlayan bir platformdur.

2.7. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi

Sosyal medya, bireylerin zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın, samimi bir şekilde düşünce, duygu ve durumlarını açıklamalarına(Özgen ve Kara, 2012:196) ayrıca ilgilendikleri ve bilgi sahibi oldukları alanlarda da paylaşımında bulunmalarına olanak sağlamaktadır. Sahip olduğu bu gibi imkânlar sebebiyle kısa sürede güçlenen sosyal medya, milyonlarca insan tarafından kullanılan bir platform haline gelmiştir. Peki son yıllarda hayatımızda önemli bir yer edinen sosyal medyanın gelişim süreci ne şekilde olmuştur?

Daha önce de ifade ettiğimiz gibi, sosyal medya kavramı web 2.0 teknolojisinin bir ürünüdür. Sosyal medyanın ortaya çıkışının tarihsel süreci ise 1970'li yıllara rastlamaktadır. Ward Christensen ve Randy Suess adındaki iki kişi 1978 yılında çevreleriyle irtibat kurmak için kullanıcı profilleriyle etkileşim sağlayan ilk altyapı olan

BBS (Bulletin Board System) isimli yazılımı kurmuş ve böylece ilk sosyal ağ oluşturulmuştur.

Yine 1979 yılında Jim Ellis ve Tom Truscott tarafından haber takibi ve haberler üzerine tartışma imkânı sağlayan ilk platform olma özelliği taşıyan(Özcan ve Akıncı, 2017:142) Usenet kurulmuştur. Usenet, dünya üzerindeki bütün internet kullanıcılarına mesaj gönderebilme olanağı sağlayan bir platformdur.

Günümüzdeki anlamda sosyal medyanın ortaya çıkması ise 1989 yılında Bruce ve Susan Abelson tarafından “Open Diary Web” sitesinin kurulması ile gerçekleşmiştir. Open Diary Web sitesi çevrim içi günlük yazan kişileri bir araya toplayan bir web sitesidir. Weblog kavramı da aynı yıl içerisinde ortaya çıkmış ve sonrasında blog yazarlarının “weblog” terimini “we blog” olarak kullanımı ile de blog kavramı oluşmuştur.

1997 yılında bugünküne en yakın sosyal medya anlayışı olarak gösterebileceğimiz, ilk çevrim içi sosyal ağ sitesi Six Degrees kurulmuştur. Bu web sitesinin getirdiği yenilik, arkadaşlık sitelerinde bulunan kullanıcı profili özelliğini daha ileri taşıyarak anlık mesajlaşma sistemlerindeki arkadaş listesi özelliği ile birleştirmesidir. Böylece, arkadaş listeleri aracılığıyla ilk grup haritaları oluşmaya başlamış ve bireyler arasındaki bağlantılar ortaya çıkmıştır. (Güçdemir, 2010:35) Six Degrees ilk açıldığı yıllarda milyonlarca kullanıcıya ulaşmakla beraber ilerleyen yıllarda bu ilgiyi koruyamamış ve 2000 yılında kapanmıştır.

1999 yılına kadar geçen süreç sosyal medyanın tam anlamıyla sanal olduğu dönemdir. 1999 yılında Microsoft tarafından Messenger programı geliştirilene dek kullanıcılar kendileri hakkında bilgi vermekten çekinmiştir. Messenger programı, kullanıcıları sanal adlardan kurtararak, gerçek adlarını kullanabilecekleri bir ortam sunmuş ve böylece sosyal iletişim sanallıktan kurtularak, gerçek olana dönüşmeye başlamıştır.

2002 yılında kurulan Friendster, flört sitesi olan Match.com’a rakip olarak düzenlenmiş ve sosyal ağların biraz daha yaygınlaşmasını sağlamıştır. İlk kullanıcıları arasında bloggerlar, Burning Man sanat festivaline katılanlar ve eşcinsel bireyler olan site, kullanıcı profili oluşturmanın yanı sıra, bireylerin kendi arkadaşlarıyla ve arkadaşlarının arkadaşlarıyla da iletişim kurabilmelerini sağlayarak kullanıcı sayısını bir

hayli arttırmış, 2003 yılı Mayıs ayında ise 300.000 kişiye ulaşmıştır. Hızla büyümesinin ardından bir takım teknik ve toplumsal sorunlar yaşamaya başlayan site, bu sorunların üstesinden gelemeyerek zamanla kullanıcı sayısını düşürmüş ve popülerliğini yitirmiştir. Kullanıcıların fotoğraf paylaşmasına olanak sağlayan photobucket sitesi ise 2003 yılında faaliyete geçmiş ve flicker, picassa gibi fotoğraf merkezli sitelerin öncüsü olmuştur.

2003 yılından itibaren bir çok profil merkezli sosyal ağ sitesi kurulmaya başlanmıştır. Aynı yıl Reid Hoffman tarafından geliştirilen LinkedIn yalnızca iş odaklı olarak faaliyet göstermeye başlamış; kullanıcılar site üzerinden tüm meslektaşlarıyla bağlantı kurma, onlardan tavsiyeler alma ya da tavsiyelerde bulunma ve iş hayatlarıyla ilgili yeni bağlantılar kurma şansı yakalamışlardır. LinkedIn kendi sitesinde vizyonunu *“Dünyanın ilk Ekonomik Grafiğinin devam eden gelişiminde global iş gücünün her üyesi için ekonomik fırsat yaratmak.”*, misyonunu ise *“Daha verimli ve başarılı olmaları için dünya profesyonellerinin birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlamak.”* olarak açıklamıştır. ([[https://](https://about.linkedin.com/tr-tr)about.linkedin.com/tr-tr, Erişim Tarihi: 14.08.2016) 2018 yılı Ocak ayına gelindiğinde sitenin dünyada 530 milyon civarında kullanıcıya ulaştığı görülmektedir. ([[https://](https://expandedramblings.com)expandedramblings.com, Erişim Tarihi:03.02.2018)

Friendster’ a rakip olarak gösterilen arkadaş ve profil odaklı MySpace ise 1 Ekim 2003 tarihinde Tom Anderson tarafından kurulmuş ve bilhassa müzisyenlerin dikkatini çekmiştir. Müzik paylaşımı, şarkı listesi oluşturma ve profilde paylaşma gibi özelliklerle ön plana çıkan MySpace bazı sanatçıların keşfedilmesine de olanak sağlamıştır. 2005 yılında BBC Medya tarafından 580 milyon dolara satın alınan site (Boyd Ellison, 2008:217) medyanın da dikkatini çekerek hızla büyümüş ve 2006 yılında dünyanın en büyük sosyal medya sitesi haline gelmiştir. Facebook’un popüler olmasıyla 2008 yılında oldukça büyük bir düşüş yaşayan site, 2012 yılında Specific Media tarafından satın alınmıştır.

Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulan Facebook, yılsonunda yaklaşık olarak bir milyon aktif kullanıcıya ulaşmıştır. (Kennedy akt. Özgen ve Kara, 2012:219) Site ilk kurulduğunda sadece Harvard Üniversitesi öğrencilerinin kullanımında iken, daha sonra bağlı buldukları üniversitenin mail adresine sahip olmak koşuluyla tüm Amerikan Üniversitelerinin,

2005 itibariyle lise öğrencilerinin ve nihayetinde tüm dünyanın kullanımına açılmıştır. Facebook kullanıcılarının eğitim, yaş, cinsiyet, doğum günü v.s. bilgileriyle profil oluşturmalarına, gerçek hayatta tanıdığı ya da tanımadığı kişilerden bir arkadaş listesi oluşturmalarına, çeşitli uygulamalarla duvarında fotoğraf ve video paylaşmasına, arkadaşlarını etiketlemesine, yorumlar yapabilmesine ve çevresi ile etkileşim kurmasına olanak sağlamaktadır. 2017 Kasım ayı itibariyle 2,07 milyar kullanıcıya ulaşan Facebook, dünya çapında en fazla kullanıcısı olan sosyal ağıdır. ([https://]expandedramblings.com, Erişim Tarihi: 03.02.2018)

“Sosyal Medya Araçları” başlığı altında ele alacağımız üzere, Facebook’u 2005 yılında video esaslı web sitesi ve arama motoru olarak kurulan Youtube ve 2006 yılında ise mikroblog sitesi olarak kurulan Twitter takip etmiştir.

2.8. Sosyal Medyanın Temel Nitelikleri

Sosyal medya sadece bilgi kavramına değil; arkadaşlık, paylaşım, özgürlük, habercilik, yaratıcılık ve ünlü olma gibi pek çok kavrama da yeni anlamlar kazandırmıştır. Sosyal medya aracılığıyla insanlar hiç görmedikleri kişilerle arkadaşlık kurabilmekte, attıkları bir “tweet” ile tüm ülkede ve hatta dünyada ün kazanabilmektedir. Peltekoğlu’na göre sosyal medya her şeyden öte, dijital ortamda paylaşılan bilgi ve belgelerin tamamını depolayabilen, montajın da ileri seviyede olduğu bir sistemin parçasıdır. (Büyükaslan ve Kırık, 2013:7)

Wright ve Hinson’un sosyal medya araçlarının halkla ilişkiler uygulamalarına etkileri üzerine IPRA üyelerine 4 yıl üst üste yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre hazırladıkları rapor şu şekildedir; (Wright ve Hinson akt. Güçdemir, 2010:132)

- Sosyal medya araçları, bilgi, fikir ve önerilerin aktarımı ve paylaşımı amacıyla ücretsiz forum ortamı sağlamaktadır.
- Sosyal medya araçları iletişimi hızlandırmakta ve çeşitli kamuoyu platformları oluşturmaktadır.
- Geleneksel medyanın ulaşamadığı daha genç ve yeni kitlelere ulaşım sağlamaktadır.

- Sosyal medya sağladığı yeni fırsatlarla hedef kitlelerle etkileşimi sağlamaktadır. Ancak negatif bilgiler de hedef kitleleri etkileyeceğinden sosyal medyayı halkla ilişkilercilerin benimseyip benimsemeyeceği şüphelidir.

- Sosyal medya bugünün dünyasının iletişim kurma biçimidir.
- Bloglar sayesinde kurumlar, ürünleri ve servisleri ile ilgili tüketicilerin ya da hedef kitlelerin neler söylediklerini çabucak öğrenebilmektedir.
- Sosyal medya sayesinde çeşitli uzmanlık dallarından kişiler Facebook veya LinkedIn gibi sosyal platformları kullanarak bir araya gelmektedir.
- Sosyal medya, kişiselleştirme özelliği ile geleneksel medyaya oranla daha kolay ve hızlı bir şekilde hedef kitleye ulaşmakta ve çok yönlü bir diyalog oluşturmaktadır.

Günümüzde 7.593 milyar nüfusa sahip dünya üzerinde 4.021 milyar aktif kullanıcı 3.196 milyar aktif sosyal medya hesabı olduğu ([https://]digitalreport.wearesocial.com, Erişim Tarihi: 03.02.2018) düşünüldüğünde sosyal medyanın hedef kitleye erişim gücünün tartışılmaz olduğu ortadadır. Sadece bireysel ya da örgütsel iletişim için değil, sosyal dönüşüm için de bir araç haline gelen sosyal medya bazı temel özelliklere sahiptir. Blossom'a göre (2009 akt. Kırık, 2013:76-77) sosyal medyanın temel özellikleri şu şekildedir:

Sosyal medya erişilebilir, ölçeklenebilir ve kullanışlı bir teknolojidir: Sosyal medya teknolojileri bireylerin genel bir kitleye erişebilmesine olanak tanımaktadır. Bununla birlikte bireysel eğilimleri ve davranışları da sosyal medya ile ölçümlemek mümkündür. Sosyal medya araçları hemen herkes tarafından hiçbir maliyet olmaksızın ya da az bir maliyetle kullanılabilir. İnternetin bulunduğu her yerden kolaylıkla ulaşılabilen bu teknolojiyi birçok iletişim aracı da desteklemektedir.

Sosyal medya bireysel ve kitlesel iletişim kurmaya olanak tanımaktadır: Sosyal medya kullanıcılarına, düşüncelerini ve eserlerini paylaşma olanağı tanıyan, paylaşımın ve fikir alışverişinin esas alındığı bir platform sunmaktadır. Sosyal medya kullanıcı tabanlı olmasının yanı sıra toplumlara ve bireyleri bir araya getirmesi ve etkileşimi artırması yönünden de önemlidir.

Sosyal medya derin bir etkileme gücüne sahiptir: Sosyal medya kamuoyu oluşturma ve bireyleri etkileme gücüne sahiptir. İşte bu sebeple devletler interneti kontrol altına alınması gereken bir mecra olarak görmektedirler.

Yine Mayfield (2008 akt. Kara ve Özgen, 2012:215) sosyal medyanın aşağıda belirtilen özelliklerin hepsini ya da bir kısmını barındıran, yeni bir tür online medya olarak tanımlandığında daha iyi şekilde anlaşılacağını ifade etmektedir:

- **Katılımcılık:** Sosyal medya ile kullanıcılar cesaretlenmekte ve ilgili olan herkesten geri dönüş alınmaktadır.

- **Açıklık:** Sosyal medyadaki birçok hizmet geri bildirim ve katılıma açıktır. Bu servisler bilgi paylaşma, yorum yapma ve oy verme gibi konularda kullanıcılarına cesaret vermekte ve nadiren olarak ulaşım yönünden engeller konulmaktadır.

- **Sohbet:** Geleneksel medya yayınıla ilgili bir kavram iken, sosyal medya ise iki ya da çok yönlü bir paylaşımı ifade etmektedir.

- **Toplum:** Sosyal medya toplumun hızlı bir şekilde etkileşime geçmesine olanak tanımaktadır. Böylece toplum içinde yaşayan kişiler fotoğraf merakından çeşitli mesleklere, siyasal konulardan sağlıkla ilgili konulara kadar ortak ilgi alanlarını paylaşmaktadır.

- **Bağlantılılık:** Sosyal medya diğer sitelerin, araştırmaların ve insanların ilgili oldukları konularda link(bağlantı) verilmesine imkân sağlamaktadır.

- **İşbirliği:** Sosyal medyada iletişimin çift ya da çok yönlü olmasının bir sonucu olarak işbirliği esastır. Kullanıcılar söz konusu içeriği birlikte oluştururlar

2.9. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanım Oranları

Türkiye İstatistik Kurumu’nca (TUİK) 2017 yılında gerçekleştirilen Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması raporunda sosyal medya kullanımı ile ilgili bilgiler yer almazken, internet kullanım oranı %66.8 olarak belirtilmiştir. Bununla

birlikte bir önceki yıl hazırlanan rapora göre ise; yılın ilk üç ayında internet kullanan kişilerin yüzde 82.4’ü sosyal medya üzerinde profil oluşturma, fotoğraf, video vb. içerik paylaşma ve ya mesaj gönderme eylemlerini gerçekleştirmiş; bunu takiben yüzde 74.5 paylaşım sitelerinde video izleme, yüzde 69.5 gazete, haber veya dergi okuma, yüzde 65.9 sağlıkla ilgili bilgi arama, yüzde 65.5 mal ve hizmetler hakkında bilgi arama ve %63.7 internet üzerinden müzik dinleme (web radyo) eylemleri gerçekleştirilmiştir.

Yine “Digital in 2018 Asia” raporuna göre; Türkiye’de en fazla kullanıcısı olan web siteleri sırasıyla Google, Youtube ve Facebook olup, Twitter beşinci, Instagram ise sekizinci sırada yer almaktadır. Aynı rapora göre Türkiye’deki aktif sosyal medya kullanıcı sayısı ise 51 milyondur. ([https://]www.slideshare.net, Erişim Tarihi: 03.02.2018)

#	WEBSITE	CATEGORY	MONTHLY TRAFFIC	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM.TR	SEARCH	2,337,700,000	8M 44S	6.9
02	YOUTUBE.COM	TV & VIDEO	845,800,000	22M 23S	11.3
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	785,500,000	11M 28S	11.6
04	GOOGLE.COM	SEARCH	741,000,000	5M 34S	6.1
05	TWITTER.COM	SOCIAL	188,000,000	10M 37S	9.9
06	YANDEX.COM.TR	NEWS & MEDIA	166,700,000	8M 22S	8.9
07	HURRIYET.COM.TR	NEWS & MEDIA	157,500,000	11M 04S	7.9
08	INSTAGRAM.COM	SOCIAL	136,800,000	7M 33S	14.3
09	SAHIBINDEN.COM	SHOPPING	132,200,000	12M 11S	21.0
10	EKSISOZLUK.COM	REFERENCE	127,000,000	6M 40S	4.8

Tablo: 4 Türkiye’de En Fazla Kullanıcısı Olan Web Siteleri

2.10. Sosyal Medyanın Kitlesel Hareketler Üzerindeki Etkisi

Sosyal medya dağınık halde bulunup, organize olmak isteyen kalabalıkların yararlandığı bir sisteme olanak tanımaktadır. Günümüzde toplumsal hareketlerin çoğunu sosyal medya olmadan düşünmek olanaksızdır. Yine sosyal medya, toplumsal hareketliliğin duyurulması, örgütlenmesi, mobilizasyonu ve sürdürülmesinde, geleneksel medya araçlarının hiçbir zaman sahip olmadığı geniş olanaklara sahiptir.

Ayrıca, birçok yaşam alanında, yeni bir kültür, siyaset ve yaşam biçiminin kurgulanarak hayata geçirilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır.

Sosyal medyanın getirdiği teknolojik olanaklar bireylerin ve toplumun geleceğini değiştirme potansiyeli taşıdığı gibi, aynı bireylerin ve toplumun büyük bir dezenformasyon içerisinde yaşamalarına da sebep olabilmektedir. Günümüzde sosyal medya kullanımının mobil teknolojiler ve cep telefonu kullanımı ile iç içe geçmiş olması bu durumu daha da vahim hale getirmekte; sosyal medyada paylaşılan bir ileti, resim, ses ya da video çok hızlı ve kolay bir şekilde yayılabilmektedir. Dahası kimse bunu denetleyememekte, önüne geçilememektedir.

Gelinen noktada ise, toplumsal hareketlerin çoğunu sosyal medya olmadan düşünmek mümkün görünmemektedir. Toplumsal hareket yöntemleri, geleneksel medya kullanımları halen etkin bir şekilde kullanılmakla birlikte hareketliliğin duyurulması, örgütlenmesi, mobilizasyonu ve sürdürülmesinde sosyal medya diğer medya araçlarının hiçbir zaman sahip olmadığı geniş olanaklar yaratmaktadır. 2013 yılında ülkemizde yaşanan Gezi Parkı protestolarında da Twitter, Facebook, Youtube gibi sosyal medya araçları etkin bir biçimde kullanılmıştır. 28 Mayıs 2013 tarihinde Taksim Yayalaştırma Projesi kapsamında Taksim Gezi Parkı'nın bir duvarı yıkılmaya başlanmış, bazı ağaçlar taşınmış ve bu durum sosyal medya üzerinden topçu kışlası inşaatına başlandığı şeklinde yayılmıştır. Bu haberin yayılmasıyla birlikte bazı aktivistler oturma eylemine başlamış ve polisin müdahalesi ile eylemler büyük bir protestoya dönüşmüştür. Taksimde oturma eylemi ve protesto şeklinde başlayan olaylar zamanla hükümet karşıtı eylemlere dönüşmüş ve ülkenin birçok şehrine de yayılmıştır. Ana akım medyanın olaylara karşı kayıtsız kaldığını savunan protestocular daha çok sosyal medya üzerinden organize olmuş, Youtube, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya araçları ile yaşananları tüm dünyaya duyurmuşlardır. Bu süreçte çeşitli illegal örgütler de protestolara dâhil olmuş, Taksim'de canlı yayın araçları ateşe verilmiş, polis otoları yakılarak ters çevrilmiş, banka ATM'leri kırılmış ve devlete ait birçok mala da zarar verilmiştir.

Kimilerine göre çevreci amaçlarla başlayan ve Ak Parti Hükümeti'nin izlediği politikaların etkisiyle büyüyen; kimilerine göre ise iç-dış güçlerin desteği ile

profesyonel olarak hazırlanmış Gezi Parkı protestoları, bazı çevrelerden destek görürken bazı çevrelerden de tepkiyle karşılanmıştır.

Ülkemizde ilk kez bir olayda bu kadar yoğun şekilde sosyal medya kullanılmış, özellikle Twitter kullanımında olağanüstü artış olmuştur. 2013 yılı Mayıs ayında 11 milyon olan Twitter kullanıcı sayısı 31 Mayıs-12 Haziran tarihleri arasında %6 artış göstermiş; “direngeziparkı” hashtag’iyle 8 milyon, “occupygezi” hashtag’iyle 3.8 milyon ve “direnankara” hastagh’iyle ise 2.2 milyon tweet atılmıştır. (İnal, 2014:16-17) Yine sadece 1 Haziran günü Ekşi Sözlük’te 30-40 bin arası entry girilmiş, facebook, youtube ve Instagram derken sosyal medya üzerinden çok büyük bir bilgi kirliliği oluşturulmuştur. Belirtilen tarihler arasında sosyal medya sitelerinde yer alan içerikler incelendiğinde nefret söylemini oluşturan hakaret ve küfürler de çok belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır.

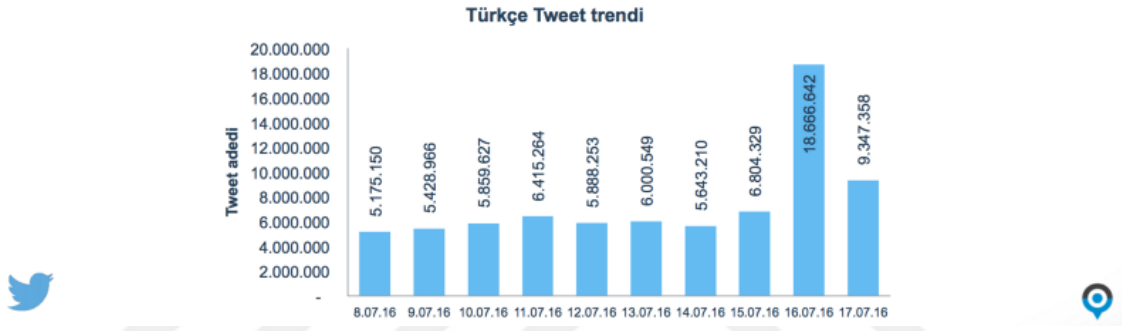
Gezi Parkı Olayları, sosyal medyanın ülkemizde daha çok fark edilmesini sağlamıştır. Taksim Dayanışma Platformu üyeleri tarafından Twitter üzerinden yapılan çağrılar önü alınamaz bir karmaşaya sebebiyet vermiş ve hem halk hem de devlet ciddi zararlar görmüştür. Anonymous ve Redhack gibi grupların da sürece katılmasıyla Gezi Parkı Protestoları sosyal medyada tam bir kaosa dönüşmüştür. (Banko ve Babadoğan, 2013:11)

Ülkemizde sosyal medya araçlarının etkin olarak kullanıldığı olaylardan bir diğeri de yakın tarihte yaşadığımız 15 Temmuz darbe girişimidir. 15 Temmuz gecesi İstanbul’da boğaz köprülerinin darbeci askerler tarafından kapatılmasıyla başlayan süreç, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın facetime üzerinden CNN Türk canlı yayımına bağlanarak halkı demokrasiye sahip çıkmak üzere meydanlara davet etmesiyle farklı bir boyut kazanmıştır. Başkent Ankara’da ve İstanbul’da yoğun jet uçuşlarının yaşandığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin bombalandığı, TC. Cumhurbaşkanı’nın kaldığı otele bordo bereli askerler tarafından baskın yapıldığı ve daha birçok olayın yaşandığı gecede 247 vatandaş ise hayatını kaybetmiştir.

Sosyal ağ araştırma şirketi Monitera’nın verilerine göre, darbe girişimi gecesi Twitter kullanımı normalin 35 katına çıkmış ve dört saatte yaklaşık 495 bin tweet atılmıştır. ([http://]www.hurriyet.com.tr, Erişim Tarihi: 19.08.2016) Olayların ilk saatlerinde sosyal medyaya erişim kısıtlanmasına rağmen, bu durum kullanıcıların paylaşım

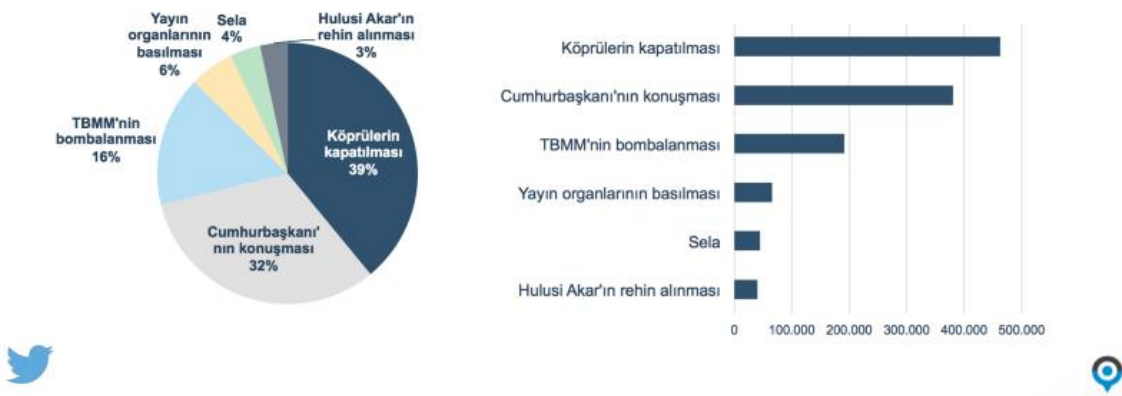
yapmasının önüne geçememiştir. Atılan tweetlerin yüzde 59'unu erkekler, yüzde 41'ini kadınlar gönderirken, paylaşımlarda en çok akıllı telefonlar ve tabletler kullanılmıştır. Twitter'da 15 Temmuz'da başta #DarbeyeHayır etiketi olmak üzere birçok etiketle darbe karşıtı tweetler atılmış, 16 Temmuz'da meydanlara çıkan darbe karşıtları ise #MilletçeMeydanlardayız etiketi ile organize olmuşlardır.

Yine Sosyal medya ölçme, analiz ve araştırma hizmetleri sunan Somera'nın verilere göre 16 Temmuz tarihinde atılan tweet sayısı yüzde 223 artmış, 15 Temmuz ile 17 Temmuz tarihleri arasında ise 34 milyon 818 bin 329 tweet atılmıştır. ([http://]www.aljazeera.com.tr, Erişim Tarihi: 19.08.2016)



Grafik: 2 08.07.2016-17.07.2016 Tarihleri Arasında Türkçe Tweet Trendi

Darbe girişimi gecesinde Twitter'da en fazla konuşulan başlık ise "Köprülerin Kapatılması" olmuştur. ([http://]www.aljazeera.com.tr, Erişim Tarihi: 19.08.2016)



Grafik: 3 16 Temmuz 2016'da Twitter'da En Fazla Konuşulan Konular

Darbenin duyurulması ve organize olunmasında etkili olan sosyal medyada bilgi akışının hızlanmasıyla birlikte yoğun bilgi kirliliği yaşanmış, gerçek olmayan birçok fotoğraf ve video sahte hesaplar üzerinden yayınlanmıştır. Özellikle “kafası kesilen Türk askeri” fotoğrafı herkes tarafından tepkiyle karşılanmış, kısa bir süre içerisinde ise görüntünün 2013 yılında Suriye’de çekildiği anlaşılmıştır.

Darbe girişimine karşı çıkmak için meydanlara koşanlar, ülke genelindeki durumu Facebook ve Periscope üzerinden canlı yayınlarla anlık olarak aktarmış ve ilk kez sosyal medya bir darbe girişiminin engellenmesinde rol oynayarak tarihte önemli bir yer edinmiştir.

2.11. Yeni İletişim Araçları

Yeni iletişim araçları günümüzde en çok tercih edilen dijital mecralardır. Teknolojik alandaki gelişmeler her alanı olduğu gibi kişiler arası iletişim süreç ve biçimlerini de değiştirmektedir. Bireyler siyasetten ticarete, eğlenceden iletişime, habercilikten kitle yönlendirmeye, marka yaratmadan her konuda gerekli gördükleri bilgi ve fikirlerini paylaşmaya kadar yeni iletişim araçlarını kullanmaktadır. Breakenridge insanların yeni iletişim araçlarını kullanarak, düşüncelerini, görüşlerini ve deneyimlerini dünya genelinde paylaşma olanağı bulduğunu söylemekte, ayrıca halkla ilişkiler uygulamalarında hedef kitleleri ikna etmekte kullanılan geleneksel iletişim araçlarının ulaşamadığı hedef kitlelere ulaşmada yeni iletişim araçlarının denenmemiş yeni yollar ve araçlar önerdiğini ifade etmektedir. (Solis ve Breakenridge akt. Güçlüdemir, 2012:131)

Kullanıcı tabanlı içeriklerin paylaşılması ve etkileşim esasına dayanan yeni iletişim araçları, bazı özellikleri itibariyle birbirinden farklılaşmaktadır. Bloglar, medya paylaşım siteleri, podcastlar, wikiler, sosyal ağlar ve sözlükler yeni iletişim araçlarından bazılarıdır.

2.11.1 Bloglar

Gazeteci Marino Niola bloğu, “Kışları ılık, yazları havadar, bir adresi ve posta kutusu olan, aynı mahalledeyseniz içini görebileceğiniz pencerelere sahip ve girmek istiyorsanız kapısı olan bir yer” olarak ifade etmiştir. (Niola akt. Stano 2014:200)

Yine Zarrella'ya göre blog, bireylerin ileti olarak isimlendirilen kısa makaleleri kolayca yayınlamasına olanak tanıyan bir içerik yönetim sistemidir.(Content Management System-CMS) (Zarrella, 2010:9) Genelde yazıların yoğunlukta olduğu bir ağ olarak görünse de, resim, video ve ses dosyaları gibi farklı türlerde içeriklerin oluşturduğu bloglar da vardır. Bloglara örnek olarak Wordpress, Blogspot, Livejournal ve BlogCatalog gösterilebilir.

Blog genellikle güncelden eskiye doğru sıralanmış metin ve yorumların bulunduğu, aynı zamanda fotoğraf, video ve ses dosyaları ile zenginleştirilebileceğiniz bir ağ profilini belirtir. Bloglarda, çoğunlukla her gönderi altında yazarın adı ve gönderi tarihi belirtilir. İlk bloglar elle yazılıp güncellenmesine rağmen günümüzde bu iş için özel olarak yazılmış yazılımlar kullanılmaktadır.

Bireylerin bilgi, fikir, fotoğraf, video (vlog) ya da farklı konulardaki düşüncelerini paylaşabilmelerine imkân sağlayan ve bireysel olma özelliği taşıyan bloglar çok fazla teknik bilgi gerektirmediği ve kullanımı kolay olduğu için kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir.

Hiyerarşik olmayan bir örgütlenme tarzı içinde bilgi ve görüşlerin karşılıklı olarak ve anlaşılır şekilde değiş-tokuş edilmesini mümkün kılan bloglar, “merkezi ve çevresi olmayan” (Maistrello akt. Çoban, 2014:202) bir iletişim akımı yaratmaktadır. Basit olması ve kullanımının düşük maliyet gerektirmesi gibi sebeplerle herkes blog oluşturabilmekte ve bu bloglar üzerinde bir şeyler paylaşabilmektedir. Bunun için tek ön koşul ise internete bağlı olmaktır.

Blog kavramı belirli bir süreç içerisinde ortaya çıkmış olup, ne zaman kullanılmaya başlandığı konusunda tam bir bilgi bulunmamaktadır. İlk blog 1997 yılında Amerikalı John Barger tarafından oluşturulmuş ve oldukça beğeni kazanmıştır. Siyaset, ekonomi, internet kültürü, teknoloji, yapay zeka, kitaplar ve bir çok konunun tartışıldığı “Robot Wisdom” (Robot Bilgelik) adındaki bu blog zamanla entelektüel okuyucu kitlesine sahip online bir dergi halini almıştır. Yine aynı yıl “weblog” sözcüğü kullanılmaya başlanmış ve zamanla bu sözcük “we blog” yani “blogluyoruz” olarak değiştirilmiş, böylelikle internet üzerinde tutulan günlüklere “blog”, bu işi yapmaya “blogging” ve bu işi yapanlara ise “blogger” denmeye başlanmıştır.

1999 yılında Blogger ve LiveJournal sitelerinin açılması ile birlikte blog yazma işi bilinir hale gelmiş ve Google'nin 2003 yılında Blogger'ı satın almasıyla blog kullanımı iyice yaygınlaşmıştır. Bütün bu gelişmelerle birlikte, Google'ın araç çubuğuna, ziyaret edilmekte olan sayfanın adresini direkt bloga girme imkânı sağlayan 'Blog This!' tuşu yerleştirmesi de bu hususta önemli bir adımdır. Blogların artmasıyla birlikte kişisel paylaşımlar artmış ve konusunda uzman kişiler ortaya çıkarken internet ortamına aktarılan bilgi de hızla artmıştır.

Bloglar genellikle blog yazarlarının ilgi alanlarına göre şekillenmekte; bazı blog yazarları kişisel hayatlarını okuyucularla paylaşırken bazısı da gündemle ilgili düşünce, deneyim ve görüşlerini paylaşabilmektedir. Turin Üniversitesi İletişim Bilimleri doktora öğrencisi olan Simona Stano'a göre blog; insanların sanal bir ağ içinde, belli olaylara ilişkin farklı fikirlerini, herkesin dikkatini çeken konularla ilgili görüşlerini ve farklı alanlardaki bilgilerini paylaşabileceği bir mecrayı temsil etmektedir. (Stano, 2014:200) Kişisel blogların yanında, belirli konular hakkında bilgi toplayan birçok profesyonel ve örgütsel webloglar, gazetecilerin güncel olaylara ilişkin fikirlerini ortaya koyduğu sözde gazeteci blogları, gözcü bloglar, seyahat blogları veya traveloglar, fotologlar, kamu idaresi ve politik iletişim ortamlarında kullanılan kentsel bloglar, videolardan oluşan vloglar ve daha birçok farklı blog türü bulunmaktadır. (Stano, 2014:201)

Bloglar birçok farklı konuda (kişisel-topluluk-medya-işletme-sağlık v.s.) ve formatta olabilmekle beraber bir takım temel özellikleri de bulunmaktadır. Bu özelliklerden bazıları şöyledir;

- **Blogroll:** Bloglarda bulunan ve blog yazarlarının takip ettiği blogların listelenmiş halde bulunduğu bölüme denmektedir.
- **Permalink:** İngilizce bir kelime olup, "kalıcı bağlantı" anlamına gelmektedir. Permalink sık sık değiştirilen ve güncellenen bloglar için kullanılmaktadır. Bu özellik sayesinde blogdaki belli bir ileti veya gönderinin linki paylaşılabilir.
- **Yorumlar:** Blog kültüründe çok önemli bir öge olup yapılan yorumlar sayesinde yazar ve okuyucular arasında etkileşim sağlanmaktadır. Yine yazarın yazdıklarının

okunduğuna ve önemli bulunduğuna dair bir işarettir ki bu da bloğun uzun ömürlü olmasına etkendir.

- **Geri İzleme (trackback):** Bir bloğun başka bir blogdan kaynak göstermesini ifade eder. Geri izleme mekanizmasıyla bir yazı ile ilgili olarak yazılan diğer yazıların belirlenmesi mümkündür.

- **Abone olma (subscribe):** Beğenilen ya da takip edilmek istenen blogların abone olma uygulamaları aktif hale getirilerek, bu bloglardaki gönderilerden, güncellemelerden ve yorumlardan e-posta vasıtasıyla haberdar olmayı ifade eder.

Yine bunların dışında şu özellikleri de söyleyebiliriz;

- **Basitlik:** Bloglar çok fazla teknik bilgi gerektirmeyen ve kullanımı kolay platformlardır. Bu nedenle birçok kullanıcı tarafından da tercih edilmektedirler.

- **Ters Kronolojik sırayla sıralanma:** Bloglar genellikle ters kronolojik olarak (güncelden eskiye doğru) sıralanmış metin ve yorumların bulunduğu ağ profilini belirtirler.

Socialmediatoday isimli web sitesinin 2016 yılında yayınlamış olduğu verilere göre internet kullanıcılarının %77'si blog okumakta ve blog okuyanların çoğunluğunu ise kadınlar oluşturmaktadır. ([http://]www.socialmediatoday.com, Erişim Tarihi: 23.08.2016)

Mikrobloglar ise özelleşmiş bir blog türü olup, Genelius'un ifadesiyle; "genelde 140 karakter veya daha az olmak koşuluyla, Twitter, Plukr, Jiku gibi çevrimiçi araçları kullanarak kısa güncellemeleri paylaşmaya olanak tanıyan bir web sitesi görünümü"nü ifade etmektedir. (Genelius,2011:81)

Bu tarz uygulamalar istediğiniz zaman, kısa bir ifadeyle nerede bulunduğunuzu ya da o an neler yaptığınızı arkadaşlarınızla (takipçilerinizle) paylaşabilme imkânı sağlamaktadır. En bilinenleri arasında Twitter, Friendfeed ve Tumblr'ı sayabileceğimiz bu uygulamaların bu kadar popüler hale gelmesinin en önemli sebeplerinin başında içerik paylaşımının kolay olması, çok fazla teknik bilgi gerektirmemesi ve konusunda uzman kişilerle iletişime geçebilme olanağı sağlaması yatmaktadır.

Son zamanlarda çok fazla kullanılmaya başlanan Foursquare’de lokasyon temelli bir uygulama olarak oldukça ilgi görmektedir. Mobil cihazlardaki GPS teknolojisinden faydalanarak kullanıcıların buldukları yerlerde check-in yapmasını sağlayan bu uygulama yer ve mekânlar hakkındaki görüş ve yorumlarınızı paylaşabilmenize de olanak tanımaktadır. Yine gez, gör, paylaş mantığı ile hareket eden uygulamadan elde edilen veriler şirketlerin pazarlama stratejilerine de katkı sağlamaktadır.

Mikrobloglar bir blog yayın biçimi olarak sınıflandırılabilirle beraber, içerik ve dosya boyutu bakımından farklılık göstermektedirler. Yine mikrobloglar kullanıcılarına küçük içerik parçalarını paylaşmak için ortam sağlamakta ve özellikle profesyoneller tarafından enformasyon ve haber paylaşımı amacıyla kullanılmaktadır. Mobil cihazlar ile kolayca kullanılabilirleri ve sınırlı içerik ile güncellenebilirleri nedeniyle, dünyanın herhangi bir yerinde olan olayı en hızlı şekilde duyuran platformlardır.

Diğerleri ile kıyaslandığında daha popüler olduğu için bu kategorideki en bilinen örnek Twitter’dir. Yine Facebook kullanıcılarının “Ne düşünüyorsun? (Status)” konuları da bir mikroblog örneği olarak değerlendirilmelidir. (Brown, 2009:37)

2006 yılında Amerikalı yazılım mimarı ve iş adamı Jack Dorsey tarafından “Twtr” adıyla kurulan ve daha sonra günümüzdeki ismini alan Twitter; en fazla 140 karakterden oluşan ve tweet adı verilen internet kısa mesajlarının paylaşıldığı, diğer kullanıcıların mesajlarının da okunabildiği bir mikroblog servisi olarak ifade edilmektedir. İlk olarak şirket içi mesajlaşma ile bağlantıda olma amacıyla kurulan Twitter, artık sanal ortamda hayatın her alanında entegre olabileceğiniz ve gündemi takip ederek katkıda bulunabileceğiniz bir platform haline gelmiştir.

Twitter’ın diğer yeni iletişim araçlarından en önemli farkı kullanıcıların arkadaşlık vasıtasıyla değil de takip etme ile bağlantıya olmasıdır. Twitter kullanıcılarına izlenimlerini dünyayla özgürce paylaşma imkânı vermektedir ve bu nedenle site ile ilgili en yaygın şikâyet sağlanan enformasyonun zayıf güvenilirliğe sahip olması ile ilgilidir.

Twitter; kendi terminolojisine sahip bir sosyal medya aracı olup, sitede kullanılan bazı kavramlar şu şekildedir; (Genelius, 2011:82-83)

- **Tweet:** 140 ya da daha az karakterden oluşan, kullanıcıların profilinde yayınladığı iletiye verilen addır.

- **Zaman Akışı:** Kullanıcıların paylaştığı tweetlerin güncelden geçmişe doğru sıralandığı arşivdir.
- **Takip Etme:** Başka bir kullanıcının tweetlerini almayı kabul etme anlamında kullanılmaktadır.
- **Retweet:** Bir kullanıcının paylaştığı tweetin başka kullanıcılar tarafından tekrar paylaşılmasını ifade eder ve bir tweetin ne kadar retweetlendiği ne kadar beğenildiğini de göstermektedir.
- **@Bahsedener:** Öne çıkarılmak istenen kişinin isminin tweette yer alması için “@” işareti kullanılmaktadır.
- **Mesajlar:** Kullanıcıların kendilerini takip eden diğer kullanıcılarla özel mesajlar yoluyla iletişime geçmesini ifade eder.
- **# Hastagh:** “#” sembolü kullanılarak kullanıcıların belirli bir konu hakkındaki kelimeyi hızlı ve kolay şekilde bulmaları sağlanmaktadır.

Twitter’da sayıca fazla takipçiye sahip olan hesaplara “fenomen” adı verilmektedir. Yine Twitter, popüler olduğuna inandığı konuları “Trend Topic” başlığı altında toplamakta, bunu yaparken de gündem oluşturabilecek kelimeyi konuşan kişilerin (hesapların) etkileşim enerjisine, takipçilerinin etkileşim enerjisine, farklı içerik kabiliyetlerine, atılan mentionlara, yapılan Retweet’lere, Retweet yapan kişilerin etkileşim puanlarına ve o kelime gurubunun kaç kez tekrarlandığına göre bir algoritma işletmektedir. (Tuncer, 2014:56)

Twitter anlık paylaşım platformudur. Twitter’ın arama kısmına rastgele girdiğiniz bir kelime için o anda dünyada ne konuşulduğunu öğrenmeniz mümkündür. Arama motorlarının kullanıcıya sağlayamadığı ender hizmetlerden biridir bu. Çünkü arama motorlarında bir bilgiye ulaşabilmek için, o bilginin önceden indekslenmiş olması gerekmektedir.

Twitter’in kullanım sebepleri (Jose van Dick akt. Bayraktutan ve ark. 2012:16);

- Sohbet ve diyalog özelliği
- Dayanışma ve değişime imkân vermesi (belirli kullanıcılarla)
- Öz-ifade ve öz-iletişime imkân vermesi (blogging benzeri)
- Statü güncelleme ve kontrol etme

- Enformasyon ve haber paylaşımı
- Pazarlama ve reklam olarak belirtilmektedir.

Yine Zhao ve Rosson'un yaptıkları çalışmaya göre Twitter kullanıcılarının üç temel amaçla tweet attıkları ifade edilmektedir: Arkadaşlarıyla iletişim içinde olmak, bir bilgi arayışında olmak ve bunun için Twitter üzerinden yapılan bilgi paylaşımından yararlanabilmek, stres atabilmek. (Sanlav, 2014:110)

Twitter doğası gereği bir krize neden olabileceği gibi, potansiyel krizlerin takip edilebileceği ve kriz sırasında hedef kitlelerle iletişime geçilebileceği bir mecra olma özelliği de taşımaktadır. Ülkemizde yaşanan Gezi Parkı Protestoları ve 15 Temmuz Darbe Girişimi, ABD'de yaşanan "Wall Street'i İşgal Et" Hareketi ve Ortadoğu'da yaşanan Arap Baharı gibi birçok olayda Twitter olayların başlaması ve organizasyonunda önemli işlev görmüştür.

Ülkeler bazında atılan bir tweet o ülkenin yasalarını ihlal ediyorsa, bu tweete erişim bölgesel bazda yani sadece o ülkede engellenebilmektedir. Twitter'ın bu politikası kullanıldığı ülkelerdeki yasalara uygun hareket etme çabasıyla birlikte kullanıcılarının ifade özgürlüğünü de korumaktadır. Karar verilirken talebin tutarlılığına ve mutlaka bir mahkeme kararı olmasına dikkat edilmekte, son olarak ise bunun kendi hizmet koşullarını ihlal edip etmediğine bakılmaktadır.

Bununla birlikte Twitter ile ilgili çok fazla tartışılan bir konu da; ABD merkezli olan bu sosyal ağın çocuk pornosu ve uluslararası terör suçları haricinde kullanıcıların IP adresini vermemesi ve bu sebeple bazı durumlarda kimlik tespiti yapılamadığından soruşturmanın takipsiz kalması durumudur. *5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun*'un 4. Maddesinde içerik sağlayıcısının sorumluluğu düzenlenmekte olup, madde metnine göre içerik sağlayıcısı, paylaştığı her türlü içerikten sorumludur. Twitter üzerinden suç konusu paylaşımlar yapan kullanıcılar ise, genellikle gerçek kimlik bilgilerini kullanmamaktadır. Şüpheliler hakkında işlem yapılabilmesi için, öncelikle gerçek kimliklerinin tespit edilmesi bu noktada önem arz etmektedir.

Twitter hızı ve güncelliği nedeniyle her geçen gün kullanıcı sayısını arttırmakta ve internet üzerindeki etkisi de artmaktadır. “Digital İn 2018 Asia” raporuna göre; Türkiye’de 81.33 milyon nüfusun 51 milyonu aktif olarak sosyal medyada yer almaktadır. Bununla birlikte Twitter %36’lık kullanım oranı ile Facebook, Whatsapp ve İstagram’dan sonra en çok kullanılan dördüncü yeni iletişim aracıdır. ([https://]www.slideshare.net, Erişim Tarihi: 03.02.2018)

Yine Pewinternet isimli sitenin 2017 yılında hazırlamış olduğu sosyal medya broşüründe yaş, cinsiyet ve eğitim durumuna bağlı olarak sosyal medya platformlarının kullanım oranları ele alınmıştır. Bu broşüre göre internet kullanıcılarının eğitim oranı arttıkça twitter kullanımı da artmaktadır. ([http://]www.pewinternet.org, Erişim Tarihi: 03.02.2018)

	Facebook	Instagram	Pinterest	LinkedIn	Twitter
“Total	68%	28%	26%	25%	21%
Men	67%	23%	15%	28%	21%
Women	69%	32%	38%	23%	21%
Ages 18-29	88%	59%	36%	34%	36%
30-49	79%	31%	32%	31%	22%
50-64	61%	13%	24%	21%	18%
65+	36%	5%	9%	11%	6%
High school or less	56%	19%	18%	9%	14%

	Facebook	Instagram	Pinterest	LinkedIn	Twitter
Some college	77%	35%	31%	25%	24%
College graduate	77%	32%	33%	49%	28%
Less than \$30,000	65%	29%	23%	16%	18%
\$30,000-\$49,999	68%	27%	27%	11%	16%
\$50,000-\$74,999	70%	30%	29%	30%	26%
\$75,000+	76%	30%	34%	45%	30%
Urban	70%	34%	26%	29%	22%
Suburban	68%	24%	29%	26%	21%
Rural	65%	25%	20%	15%	19%

Tablo: 5 Sosyal Medya Platformlarının Yaş, Cinsiyet ve Eğitim Durumuna Göre Kullanımı

2.11.2. Medya Paylaşım Siteleri

Medya paylaşımı denildiğinde akla öncelikle resim ve video paylaşım platformları gelmektedir. Resim ve video paylaşım platformları, kolay yayımlama aracı olmaları, sosyal özelliklere sahip olmaları, düşük maliyet gerektirmeleri ve entegre olduğu diğer platformlarda da yayınlamaya izin vermeleri gibi sebeplerle kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir.

Etiketleme, yorumlama ve diğer sitelerde gömülü olarak yayınlama gibi özellikleri ile resim paylaşım siteleri amatör fotoğrafçıları birer içerik üreticisi haline getirmektedir. (Weinberg, 2009:267) İnternette fotoğraf paylaşmak uzun zamandır popüler olsa da Fillickr, İnstagram, Pinterest gibi sadece fotoğraf paylaşmak için değil, aynı zamanda fotoğraflar üzerinden etkileşim sağlamak için de tasarlanmış siteler, kullanım oranını daha da arttırmaktadır.

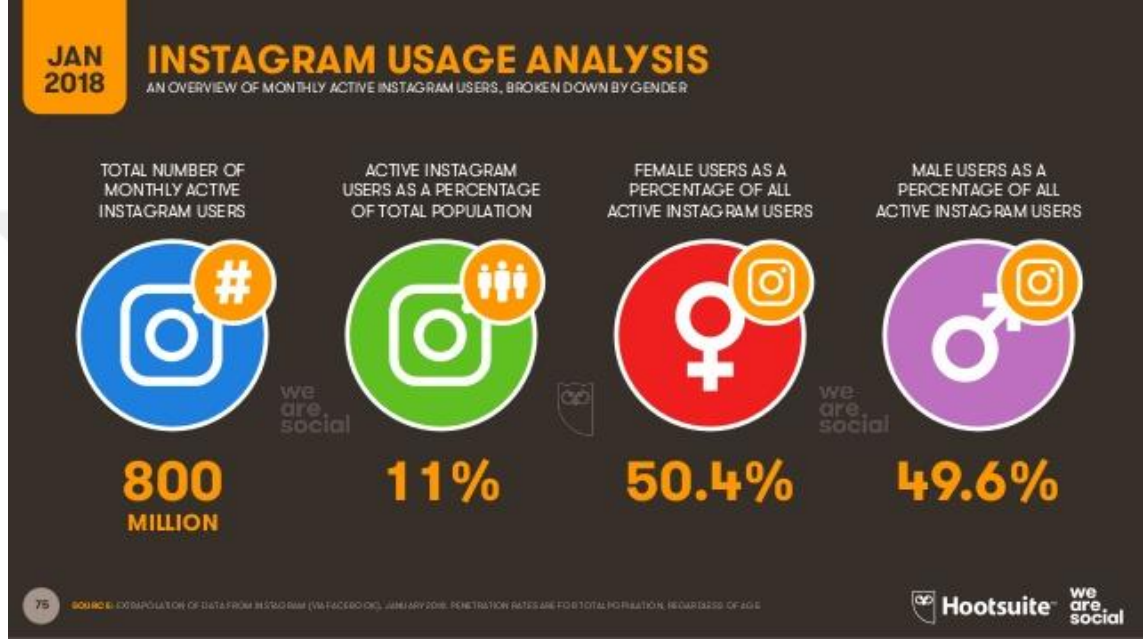
Bu tür sitelerin en önde gelenlerinden biri 2004 yılında Lurdikorp tarafından geliştirilen Flick.com'dur. Site üyelerine resimlerini siteye yükleyebilme ve kimler tarafından görülebileceğine karar verme imkânı tanımaktadır. Fotoğrafları kelimeler ve insanlar ile etiketleme olanağı sağlaması Flickr'ın bir diğer özelliğidir. Ücretsiz kullanıcıların toplam 1TB boyutunda fotoğraf gönderme hakkı olan sitede çevrimiçi topluluk araçları fotoğrafları etiketlemeye yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte, Flickr'da birçok üye grubu bulunmaktadır.

Flickr bu önemli başarısının sonucu olarak 2005 yılında Yahoo tarafından 35 milyon dolara satın alınmış (Sanlav, 2014:81) ve özellikleri iyileştirilerek 2008 yılında video paylaşımına da izin vermeye başlamıştır. 2015 yılı sonunda ise özel kameralarla çekilen 360 derecelik fotoğrafları destekler hâle gelmiş ve içinde bulundurduğu fotoğraf sayısı ise 15 milyarı aşmıştır. ([http://]www.wikipedia.org, Erişim Tarihi: 26.01.2017) Flickr'ın bu kadar popüler olmasının sebeplerinden biri de, blogger'ların siteyi fotoğraf deposu olarak kullanmasından kaynaklanmaktadır.

Yine 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından ilk olarak İOS için geliştirilmiş, ancak sahip olduğu iyi filtreler ve sosyal ağ gibi özellikleri ile kısa sürede oldukça popüler hale gelmiş Instagram'da bu alanda önde gelen sitelerden bir diğeridir. Instagram bu popüleritesinin sonucu olarak 2012 yılında 1 milyar dolara Facebook tarafından satın alınmıştır. Flickr, Facebook, Twitter, Foursquare ve Tumblr gibi sosyal medya platformları ile entegre çalışması nedeniyle de hızla büyüyen sitenin 26 Eylül 2017 tarihi itibarıyla yıllık aktif kullanıcı sayısı 800 milyon, günlük aktif kullanıcı sayısı ise 500 milyon olarak açıklanmıştır. Yine yapılan açıklamaya göre, sitede günde 80 milyondan fazla fotoğraf paylaşmakta, site içeriğinin %91,7'sini ise bu fotoğraflar oluşturmaktadır. Şirket tarafından açıklanan istatistiksel veriler bunlarla da sınırlı değil.

10 çevrimiçi kullanıcıdan 6'sı Instagram'ı kullanmakta ve günlük beğeni sayısı ise 4,2 milyarı bulmaktadır. ([http://]blog.instagram.com, Erişim Tarihi: 06.02.2018)

Instagram'da 15 saniyeye kadar uzunlukta video da yayınlanabilmekte ve hazırlanan videolar direk Facebook zaman tüneline yayınlanabilmektedir. Aşağıdaki tabloda 2018 yılı Ocak ayı itibariyle siteye ait kadın erkek kullanıcı dağılımı da görülmektedir. ([https://]wearesocial.com, Erişim Tarihi: 06.02.2018)



Tablo: 6 Instagram Kullanıcı İstatistikleri

Sınırsız alana sahip bir depo olarak tanımlanan Pinterest, 2009 yılında Paul Sciarra, Evan Sharp ve Ben Silbermann tarafından geliştirilmiştir. Site, sanal dünyada paylaşmak istenilen görsel öğelerin düzenlenmesini ve kolayca paylaşımını sağlamaktadır. Twitter ve Facebook üzerinden de girilebilen site de, Twitter'dan farklı olarak sadece yazılı olarak değil, resimler ön plana çıkartılarak paylaşım yapılmaktadır. Kullanıcılar beğendikleri her türlü görsel içeriği, notu ya da belgeyi paylaşabilmekte, bu işleme ise "pinleme" denilmektedir. Ev dekore etmek, çeşitli çalışmalarını sergilemek, infografik yayınlamak ve yemek tarifi paylaşmak gibi çok çeşitli amaçlarla kullanılan sitede, paylaşılan resimlerin altına 500 karakterlik bir açıklama yapılabilmekte, ayrıca bağlantı da eklenebilmektedir.

Site 2017 yılı Nisan ayı itibariyle aylık 175 milyon aktif kullanıcıya sahip olup, bu kullanıcıların %81'ini kadınlar oluşturmaktadır. Toplam pin sayısının 50 milyarı aştığı siteyi en fazla kullanan ülke ise Amerika'dır. ([http://] business.pinterest.com, Erişim Tarihi: 06.02.2018)



Tablo: 7 Yıllara göre Pinterest Kullanıcı Sayısı

Medya paylaşım sitelerinin bir diğer örneği olan video paylaşım siteleri ise, kullanıcılarının bir profil sahibi olduğu ve siteye çeşitli video içeriklerini yükleyebildikleri platformlardır. Günümüzde birçok video paylaşım sitesi bulunmasına rağmen (Vimeo, Dailymotion, İzlesene, UzmanTv) en popüler olanı Youtube'dur.

Youtube 2005 yılında internet konusunda uzman üç kişi tarafından kurulmuş ve kısa sürede büyük bir başarı elde etmiştir. Sitenin kuruluş hikâyesi şu şekildedir; Amerikan e-ticaret firması PayPal'da beraber çalışan Steve Chen ve Chad Hurley, 2005 yılının Ocak ayında bir partide çektikleri fotoğraf ve videoları arkadaşlarıyla paylaşmak istemiş, ancak büyüklükleri nedeniyle e-posta ile gönderimde zorluk çekmişlerdir. Dosya paylaşımı için daha iyi bir metot bulmak üzere çalışmalara başlayan ikili 2005 yılının şubat ayında ise günümüzün en popüler video sitesi olan Youtube'u kurmuşlardır.

Siteye ilk video parasal sorunlar nedeniyle 23 Nisan 2005 yılında yüklenmiş olup süresi 19 saniyedir. San Diego Hayvanat Bahçesi'nde çekilen videonun ismi ise "Mee at the Zoo" dur. Kurucular ilk etapta siteye reklamların dâhil edilmemesine ilişkin olarak kesin karar almış ve başka kaynaklardan fon almayı tercih etmişlerdir. Site Kasım

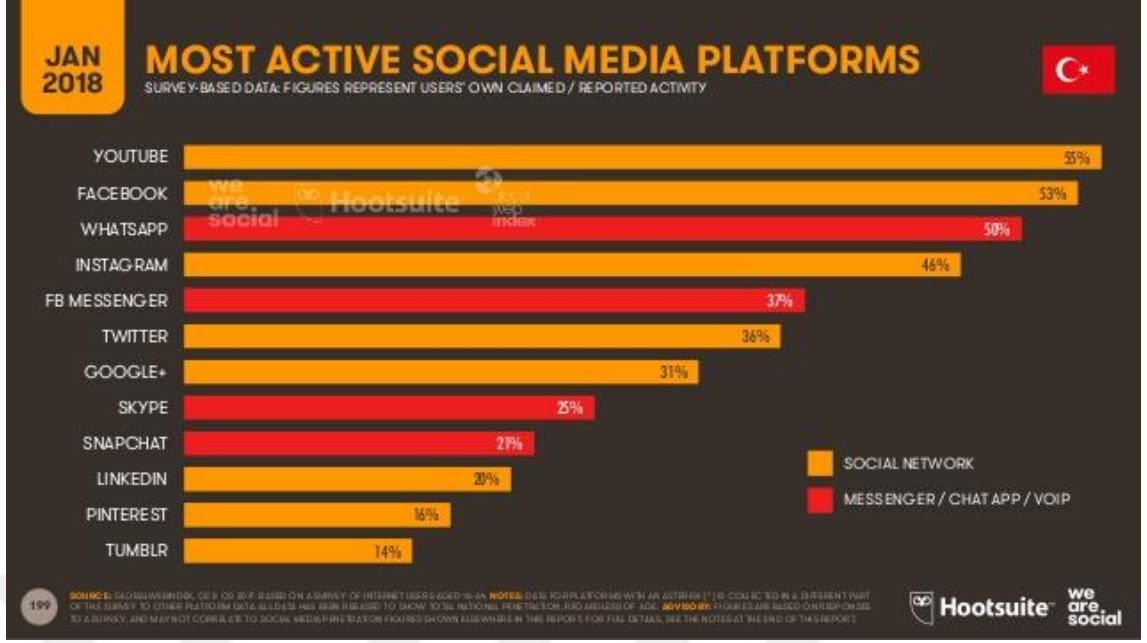
2005'te Sequoia Capital'den yaklaşık 10 milyon dolarlık bir fon almıştır. (Kara, 2013:215)

2005 yılında Google, Google Video adlı bir video hizmeti başlatmış, ancak başarılı olamamıştır. Youtube'un kısa sürede elde ettiği başarıyı gören Google bunun üzerine, 2006 yılında 1.65 milyar dolara Youtube'yi satın almış ve kullanıcılara daha iyi ve hızlı bir servis sağlamıştır. Google'nin bu satın almadaki amacı dünyadaki tüm enformasyonu organize etmek ve bunu evrensel olarak erişilebilir hale getirmektir.

Günümüzde artık Youtube dünyanın en büyük video paylaşım sitesi haline gelmiştir. Kullanıcılar tarafından Youtube üzerinden çeşitli videolar paylaşılabilen, başkaları tarafından paylaşılan videolar da izlenebilmektedir. "Broad Yourself" (Kendini Yayınla) sloganı ile yola çıkan Youtube neredeyse her sorunun cevabını bulabileceğiniz en büyük video arşivini bünyesinde barındırmakta ve ayrıca müzik kutusu olarak da kullanılmaktadır. Sitede video yayınlamak istendiği takdirde, kullanıcı tarafından hesap oluşturulması gerekmekte, ancak bir videoyu izleyebilmek için kayıt gerekmemektedir. Kayıtlı kullanıcılar videolarını izleyecek kişileri seçme hakkına da sahiptir. Yine Youtube, yayınlanacak videonun içeriğinin kısaca belirtilmesini ve etiketlenmesini de istemektedir. Etiketler videonun konusu ve içeriğine ilişkin bilgilerle bağlantı oluşturmak amacıyla kullanılmakta; Youtube arama motoru, videonun tanımı, etiketi veya kullanıcı adında bulunmasına göre sonuçları sıralamaktadır. (Popoli, 2014:217)

Misyonunu "herkese sesini duyurma ve dünyayı tanıma şansı verme" olarak belirleyen site, değerlerini ise şu dört temel özgürlüğe dayandırmaktadır; ifade özgürlüğü, bilgi edinme özgürlüğü, fırsat özgürlüğü ve aidiyet özgürlüğü. ([https://]www.youtube.com, Erişim Tarihi: 06.02.2018)

2018 yılı Ocak ayı itibariyle sitenin aktif kullanıcı sayısı 1 milyar 500 milyon olup, kullanıcılarının çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. ([https://]www.alexa.com, Erişim Tarihi: 06.02.2018) Bu haliyle Facebook'tan sonra dünyada en çok kullanılan ikinci sosyal medya platformu olan Youtube, Türkiye'de ise %55 aktif kullanıcı oranı ile birinci sırada yer almaktadır. ([http://]wearesocial.com, Erişim Tarihi: 06.02.2018)



Tablo: 8 Türkiye’de En Fazla Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Youtube’un bu denli popüler olması ve kullanıcıların her türlü içerikteki videoyu yükleyebilme imkânları bir takım ihtilafları da beraberinde getirmiştir. Paylaşılan videolar herkese açık olduğu için dikkat edilmesi gereken bazı hususlar bulunmaktadır. Youtube kendi içerisinde oluşturduğu şikâyet mekanizması ile “Topluluk Kuralları” oluşturmuş ve bunu Youtube.com sitesinde yayınlamıştır. Eğer şikâyet konusu video “Topluluk Kuralları”na da aykırı ise yayından kaldırılmaktadır. Topluluk Kuralları’na göre; çıplaklık ve cinsel içerik, şiddet barındıran veya sansürlenmemiş içerik, zararlı veya tehlikeli içerik, telif hakkı ihlali, nefret söylemi ve tehdit barındıran içerik, spam, yanıltıcı meta veriler ve hilekârlık barındıran videoların engellenmesi söz konusu olmaktadır. ([http://]www.youtube.com, Erişim Tarihi: 01.09.2016)

Youtube amatörler tarafından eğlence vb. amaçlarla kullanılabildiği gibi, tanıtım ve reklam amacıyla profesyonel anlamda ünlü markalarca da kullanılabilen, büyük bir gösteri platformudur. Birçok video, oyuncusunu veya şarkıcısını bu platformda üne kavuşturmuştur. Örneğin, Lady Gaga ve Justin Bieber Youtube’nin ünlendirdiği şarkıcılardandır.

Youtube -Twitter’da olduğu gibi- bazı spesifik videoları ülkeler bazında ve ulusal hukuk çerçevesinde bloklamakta, ancak söz konusu videolar Youtube’un dünya

versiyonunda yayınlanmaya devam edilmektedir. Bu noktada, hassasiyeti olan ülkeler Youtube ile anlaşarak söz konusu videonun ulusal versiyondan çıkarılmasını sağlamış, ancak Youtube bu durumda dahi kullanıcılarına ulusal versiyon ile dünya versiyonu arasında seçim imkânı tanımıştır.

Yine Youtube sosyal medyanın ilk ve en büyük görsel mecrası olmanın yanında politik aktivizm ve sivil katılım açısından da önemli bir araç haline gelmiştir. Site, 24.08.2010 tarihinde yayınladığı “Online İnsan Hakları İçin Ne Düşünüyorsunuz?” başlıklı makalede ([http://]youtube.googleblog.com, Erişim Tarihi: 28.08.2016) Witness adlı insan hakları örgütü ile iş birliği yaptığını duyurmuş ve kullanıcılarına insan hakları ihlallerini içeren videoları Youtube’ye yüklemeleri çağrısında bulunmuştur. Yine “citizentube” adında bir bölüm açmış ve tüm kullanıcılarının politik konulardaki ifadelerini içeren videolarını paylaşmalarını sağlamıştır. Youtube tüm bu sebeplerle birçok ülkede erişime engellenmiş; bazı devletler spesifik bir video içeriğini filtrelerken, bazı devletler ise tamamen erişime engelleme yolunu tercih etmişlerdir.

Vimeo ABD tabanlı bir video paylaşım sitesi olup, Zach Klein ve Jake Lodwick tarafından 2004 yılının Kasım ayında kurulmuştur. ([http://]sosyalmedyakulubu.com.tr, Erişim Tarihi: 28.08.2016) HD video desteğini ilk kez kullanan video paylaşım sitelerinden biridir ve içeriğinde belirli görüntü kalitesinin üzerindeki videolara yer vermektedir.

Youtube’nin en büyük ve başarılı rakiplerinden biri olan Dailymotion ise 2004 yılında Fransa’da kurulmuş, ([http://]ipfs.io, Erişim Tarihi: 28.08.2016) ancak yayın hayatına 2005 yılında başlamıştır. Türkçe desteği de bulunmakta olan site ayrıca geniş bir içeriğe sahiptir.

2006 yılında kurulan İzlesene Türkiye’nin ilk video paylaşım sitesi olup, daha çok yerel içerikli videolara ağırlık verdiği için popüler olamamıştır. Site alexa verilerine göre Türkiye’de dahi en fazla ziyaret edilen 96. Web sitesidir. ([http://]www.alex.com, 26.01.2017)

Medya paylaşım siteleri tıpkı Wikipedia gibi kullanıcıların ortak üretimine dayanmakta olup, katılım çok sayıda ve çok yönlüdür. Katılımın gönüllülüğe dayandığı bu sitelerde kimse bu katılım dolayısıyla para veya ödül almaz.

2.11.3. Wikiler

Havaii dilinde “hızlı” anlamına gelen “wiki” sözcüğü, ilk olarak 1995 yılında Ward Cunningham tarafından kurulan wikiwikiweb.com adlı internet sitesinde kullanılmış, daha sonra ise içeriğin kullanıcı tarafından oluşturulduğu katılımcı platformların ortak adı haline gelmiştir. İşbirliğine dayalı sistemler olarak Wikiler, çok sayıda kişinin bir araya gelerek çevrimiçi bir belge ya da belgeler topluluğu oluşturması temelinde işlemektedir. Bu şekilde kullanıcılar herhangi bir konu hakkındaki bildiklerini ilgili olduğu başlık altına yazmakta ve böylece ortak bir bilgi havuzu oluşturulmaktadır. “Toplumsal açıdan çevrimiçi işbirliğine dayalı bu sistemler, toplumsal süreçlerin, toplumsal ilişki içerisindeki insanlar tarafından üretildiği ve toplumsal sistemlerde kullanıldığı yazılımlar” olarak ifade edilmektedir. (Fuchs akt. Çoban, 2014:136)

Wikiler, kullanıcılarının toplu olarak içerik üretmek amacıyla bir araya geldiği ağlar olarak diğer sosyal medya ağlarından ayrılmaktadır. Maddelere herkes ekleme ve çıkarma yapabildiği için bir hata görüldüğü zaman diğer kullanıcılar tarafından düzeltilebilmekte ve yine bir paylaşım ile ilgili çok fazla şikâyet olduğu takdirde, o paylaşım otomatik olarak kaldırılmaktadır. Bu noktada paylaşımın içeriğinin herhangi bir önemi bulunmamakta, eğer paylaşım sahibi itiraz ederse konu incelenerek önceden belirlenmiş kurallara göre karar verilmektedir.

Hareketli bir çevrimiçi topluluk olan Wikiler, bilginin paylaşarak çoğalmasını sağlayan internet sayfalarıdır. Bunun yanı sıra bu alanlarda bilgi metalaşmamıştır; kullanıcılar herhangi bir gelir elde etmek için değil, bilgilerini paylaşmak için gönüllü olarak yazmaktadır. Ward Cunningham, wiki teknolojisini üç madde ile izah etmektedir (Leuf ve Cunningham, 2001);

- Bir wiki, kullanıcılarını yeni sayfalar oluşturmaya ve olan sayfalarda düzeltmeler yapmaya davet etmelidir.
- Wiki, anlam olarak ilişkili sayfalar arasında linkler yaratarak bağlantılar oluşturmalıdır.
- Bir wiki, kullanıcılarının ziyaret etmek veya bakıp geçmek üzere kullanacağı bir siteden ziyade içerik oluşturmanın ve katılımın olduğu bir mecra olmalıdır.

Wikipedia, Wikisource, Wikibook gibi içeriği kullanıcı tarafından oluşturulan wiki platformları, genellikle öz benlik sunumunun ve medya zenginliğinin düşük olduğu

sitelerdir. Bu sitelerde kullanıcının kişisel özelliklerinden çok konuya ilişkin bilgisi ön plandadır. Wiki kullanıcıları öncelikle genel kategoriler ve bu kategorilerin altında alt kategoriler oluşturmakta, sonrasında ise bu kategorilerde bulunan maddelere içerik eklemektedir. Kullanıcılar o madde ile ilgili görüş bildirmekte ve ayrıca diğer kullanıcılar ile fikir alışverişinde bulunabilmektedir. Bununla birlikte, wikilerde telif hakkı bulunmamaktadır. Yayınlanan her şey özgür paylaşımına tabi hale gelmekte ve yazar da bunu bilerek paylaşımında bulunmaktadır.

Günümüzde en popüler wiki sitesi Wikipedia olup, site Jimmy Wales ve Larry Sanger tarafından 15 Ocak 2001 tarihinde kurulmuştur. Kuruluşundan itibaren 1 yıl içerisinde 18 dilde 20.000 makale sayısına ulaşan Wikipedia'da günümüzde ise 280 dilde, 5.56 milyon makale bulunmaktadır. ([http://]expandedramblings.com, Erişim Tarihi: 07.02.2018)

Siteye 29.04.2017 tarihinden itibaren *“Türkiye’yi terör örgütleriyle iş birliği içerisinde göstermeye çalışan, milli güvenliğe aykırı ve kamu düzenini ihlal edici nitelikteki içeriklerle ilgili olarak, 5651 sayılı yasanın 8/A maddesi kapsamında, site tarafından içeriklerin çıkarılmaması ve teknik olarak ihlale ilişkin içeriğe erişimin engellenmemesi”* gerekçeleriyle Türkiye’den erişim engellenmiş olup, BTK tarafından yapılan açıklama ise şu şekildedir; *“Bu internet sitesi (wikipedia.org) hakkında; T.C Ankara 1.Sulh Ceza Hakimliği tarafından verilen 29/04/2017 tarih ve 2017/2956 D.İş sayılı karara istinaden Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından koruma tedbiri uygulanmaktadır.”* ([http://]internet.btk.gov.tr, Erişim Tarihi: 07.02.2018) Şunu söylemek gerekir ki, wikipedia kararında olduğu gibi siteye erişimin tamamen engellenmesi durumlarında sadece ifade özgürlüğü değil, diğer bireylerin bilgi alma özgürlüğü de ihlal edilmektedir. Hal böyle iken verilecek olan kararlarda daha hassas davranılması ve sitenin tamamının değil sadece hukuka aykırı içeriğin engellenmesi gerektiği kanaatindeyiz.

2.11.4. Sosyal İşaretleme

Sosyal işaretleme, kullanıcılarına beğenilen web sayfalarını online olarak saklama, not etme ve yönetme olanağı veren bir tür web 2.0 uygulaması olarak ifade edilmektedir. (Akar, 2010:17) Yine başka bir tanımlamaya göre sosyal işaretleme,

internette hızla çoğalan ve popülerlik kazanan, en yeni sosyal yazılım teknolojilerinden biridir. (Toksarı, Mürütsoy ve Bayraktar, 2014)

İnsanlar herhangi bir web sitesini beğendiklerinde genel olarak onu “favoriler” kısmına kaydetmekte, internete bir sonraki girişlerinde ise tarayıcıyı açarak favoriler bölümünden ihtiyaç duydukları sayfaya kolay ve hızlı bir şekilde erişim sağlayabilmektedir. Sosyal işaretlemede ise; kullanıcılar, arkadaşlarıyla paylaşımda bulunmak için kendi yer imlerini çevrim içi olarak kaydetmekte, böylece yer imleri, her yerden ve bilgisayardan erişilebilir hale gelmektedir. Sosyal işaretlemenin, işaretlemeden farkı; kaliteli sosyal ağlarda paylaşım yapılması ve çok daha fazla ziyaretçi tarafından görülmesidir.

Sosyal işaretleme siteleri kullanıcıların paylaştıkları içerikleri ve linkleri etiketler yardımıyla listelemektedir. Bu nedenle etiketleme özelliği bu tür sosyal medya siteleri için önemlidir. Etiketleme sadece bir sosyal işaretleme özelliği olmayıp, insanların çevrim içi verilerin izini kaybetmemelerini ve sonrasında ise verilerin olduğu sayfaların yerini saptamalarını kolaylaştırmaktadır (Weinberg, 2009:200).

1996 yılında kurulan ve saklanmak istenilen linklerin listelenmesine olanak tanıyan ITList ilk sosyal işaretleme sitesidir.1997 yılında kurulan Slashdot ile 1999 yılında kurulan Fark web siteleri de sosyal işaretleme sitelerine örnek verilebilir.

Sosyal işaretlemenin amacı, kullanıcıların yararına olacak şekilde bilgiye erişimi kolaylaştırmak ve paylaşılmasını sağlamaktır. Bu sayede aynı görüşlere sahip insanlar ilgili içeriği kolaylıkla paylaşma imkânı yakalamaktadır.

En popüler sosyal işaretleme sitesi delicious.com’ dur. Bu siteye üyelik sürecinden sonra beğenilen sitenin linki kaydedilebilmekte, hatta daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilmek için gruplanabilmekte ya da etiketlendirilebilmektedir.

Benbunan-Fich ve Koufaris’in ifadesiyle, “sosyal işaretleme siteleri herkes tarafından görülebilen ve etiket işaretleri ile oluşan bellekleri kullanıcılarına sağlayan sistemlerdir.” (Benbunan-Fich ve Koufaris akt. Anlı, 2017) Bu süreç “folksonomi” olarak tanımlanmaktadır. Folksonomi, kullanıcılar tarafından içeriği gruplandırmak için etiketlerin oluşturulması ve yönetimi için kullanılan yöntemler ve uygulamalardan türetilen bir sınıflama sistemidir. (Thomas, Caudle ve Schmitz akt. Özel ve Çakmak 2010) Thomas Vander Wal tarafından 2007 yılında literatüre kazandırılan folksonomi

kavramı bir başka çalışmada ise sosyal etiketlerde yapılan tekrarlamaların toplamı ile ortaya çıkan kategoriler şeklinde ifade edilmektedir (Folksonomy akt. Özel ve Çakmak 2010)

Sosyal işaretleme siteleri insanların internet üzerinde bilgiyi bulma ve paylaşma tarzını değiştirmekte ve çevrim içi işbirliğinin gücünü göstermektedir. Bu sitelerin önemli yanları ise şunlardır;

- Başkalarının kaydettikleri yer imlerinin diğer tüm kullanıcılar tarafından okunmasıyla, arama motorları vasıtasıyla kaçırılacak yeni bilgi kaynakları keşfedilebilmekte, aynı zamanda diğer insanların ilgi alanlarını fark etme olanağı da ortaya çıkmaktadır.

- Sosyal işaretleme, popüler işbirlikçi etiketleme sosyal yazılım fenomenini güçlendirmekte; kullanıcılar kaydettikleri yer imlerini bulabilmek için anahtar kelimelere ya da etiketlere başvurabilmekte ve etiketlerle arama yapabilmektedir. İşbirlikçi etiketleme, biçimsel sınıflandırma sistemleriyle karşılaştırıldığında bilgiyi düzenleme konusunda kullanıcılarına daha fazla esneklik ve uyum yeteneği olanağı da vermektedir. ([http://]www.fabbarika.com, Erişim Tarihi: 03.09.2016)

2.11.5. Etiket ve Etiketleme

Etiketler literatürde çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bu tanımlamalardan birine göre etiketler; “kullanıcılar tarafından kaynaklara erişim için üretilen anahtar sözcüklerdir.” (Thomas Caudle ve Schmitz akt. Özel ve Çakmak, 2010) Yine Evans’ın tanımlamasına göre ise; bir tek kelimenin veya herhangi bir sözcük öbeğinin bir sosyal ağ içeriğine ilişkilendirilmesi ile elde edilen, bulunması ve paylaşımı kolaylaşmış bağlantıyı ifade etmektedir. (Evans akt. İşlek 2012)

Etiketleme, sosyal işaretlemeden önce de kullanılan bir özellik olup, kullanıcılar tarafından internet sayfalarının görüntülenmesi amacıyla kullanılan tarayıcılar vasıtasıyla sağlanan bir hususiyet olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal etiketleme uygulamaları ise kavramsal olarak kullanıcıların bilgi kaynaklarına etiket eklemesini sağlayan web tabanlı uygulamalar şeklinde açıklanmaktadır. Bu uygulamalar, kaynaklara atanan etiketlerin ağırlıklı kullanımlarına göre sıralanmasına ve bir bulut

halinde görüntülenmesine de olanak tanımaktadır. “Etiket bulutu” olarak da tanımlanan bu özellik, “etiketlerin önemlerine veya ağırlıklarına göre font boyutlarında ya da renklerinde değişiklikler yapılarak görsel bir biçimde betimlenmesi” olarak ifade edilmektedir. (Baca ve Shubutowski akt. Özel ve Çakmak, 2010)

Sosyal etiketlerin farklı türleri bulunmaktadır. Bunlar; tanımlayıcı etiketler, kaynağın türüne yönelik etiketler, kaynağın sahibine yönelik etiketler, kullanıcı görüşlerini açıklayan etiketler, gelecekte yeniden erişim için oluşturulan etiketler, görev düzenlemeye yönelik etiketler ve eğlence amaçlı olarak oluşturulan etiketlerdir. (Steele, Smith akt. Özel ve Çakmak, 2010)

Etiketleme, kullanıcıların içeriği tanımlamasını sağlamakta, böylelikle aranan her içeriği bulma-görüntüleme daha kolay bir hale gelmektedir.

2.11.6. Podcasting

Podcast sözcüğü 2000’li yıllarda “İpod” ve “broadcast” (yayın) kelimelerinin birleştirilmesinden türetilmiş olup düzenli bir frekansla yayınlanan ve üyelik sistemine dayalı ses bazlı programlar olarak ifade edilmektedir. Yine Podcast, ses ya da görüntü dosyalarının üye olan herkes için internete yerleştirilmesini sağlayan bir ağ beslemesi olarak da ifade edilmektedir. (Güçdemir, 2012:137)

Oxford Amerikan Sözlüğü “podcasting” kavramını şöyle açıklamaktadır; “Radyo yayını ya da benzer bir programın internetten çekilebilir ve kişisel ses cihazlarından dinlenebilir hale gelmesini sağlayan sayısal (dijital) kayıt”. ([<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>, Erişim Tarihi: 04.09.2016) Gelişen teknoloji ile birlikte İpodların video oynatmaya da izin vermesi, podcast tanımını videoyu da içine alacak şekilde genişletmiştir.

Podcast kullanıcılarına dinlenmek istenen yayının istenilen zaman ve yerde dinlenebilmesi, ilgi çeken programlara abone olunup yeni bölümlerinin kolayca takip edilebilmesi ve herhangi bir yayınevine muhtaç olmadan yayın oluşturulabilmesi gibi birçok avantaj sunmaktadır. Bilgisayardan ve uygun yazılım veya uygulamalara sahip olmak kaydıyla akıllı mobil cihazlardan podcastlere ulaşılabilmekte ve

indirilebilmektedir. Video özelliğine sahip podcastler “vodcast” olarak da isimlendirilmektedirler.

Podcastler ve ses/video dosyaları arasındaki en önemli fark içerikten öte, bunların gönderim metotlarıyla ilgilidir. Bir podcast’in oluşturulma süreci şu şekildedir;

- İçeriğin oluşturulması,
- Bir internet sitesi aracılığıyla yayınlanması,
- Abonelik sistemi ile dinleyicilerin içeriğe abone olması,
- İçeriğin, içerik yönetim programınca indirilmesi,
- İçeriğin indirildiği bilgisayarda veya uyumlu olan taşınabilir medya oynatıcısında izlenmesi veya dinlenmesi. (Meng akt. İşlek, 2012)

Podcasting, çevrimiçi yayının üyelik gibi yollarla kullanıcılara ulaştırılmasını sağlamaktadır. Podcasting’in öneminin ortaya çıkması ve bir sosyal medya platformu olarak kullanılmaya başlanmasının temeli, kullanıcılarına RSS yemleri ile abonelik hizmeti sunuyor olmasından kaynaklanmaktadır. Yine Apple’ın iTunes yazılımının 2005’in sonlarında çıkarılan sürümüne podcast desteği koyması ve internet kullanıcılarının podcast teknolojisi ile kendi radyo programlarını internete yüklemeleri Podcast’in popüler olmasında etkindir.

2.11.7. Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal ağ kavramının temelinde, 1930’larda gerçekleşen grup dinamikleri ve sosyometri çalışmaları yer almaktadır. (Moreno akt. Vural ve Bat, 2010:3355) Sosyal ağ teorisi ise disiplinler arası kuramsal bir çerçevede, ağların kullanıcıları arasındaki ilişkilerini ifade etmekte olup, bu teoride ağ yapısının kişilerden daha önemli olduğu ileri sürülmektedir. (Scott akt. Vural ve Bat, 2010:3355)

Sosyal ağ siteleri, sosyal ağların web ortamında kullanıldığı yapıları ifade etmektedir. Web tabanlı sosyal ağlar kullanıcılarının birbirleriyle ilişki kurabildiği, içerik paylaşabildiği sanal topluluklardır. (Carminati, Ferrari akt. Kara ve Özgen, 2012:114) Bu siteler kullanıcılarının profil oluşturmalarına, arkadaşlarını davet ederek grup kurmalarına, oyun oynamalarına, anlık mesajlaşmalarına ve çeşitli içerikleri beğenme ya da yorum yapmalarına olanak tanıyan ağ tabanlı uygulamalardır. Söz

konusu profilleri, fotoğraf, ses, video ya da başka bir internet sayfasının içeriklerini içerebilmekte ve genel olarak kayıt için herhangi bir ücret istenmemektedir.

Yine sosyal ağlar, kitlelerle bağlantı kurmak için kayıtlı olan profilin paylaşılmasını sağlayan, kullanıcıların arkadaş listelerine birbirlerini eklemesine ve aynı zamanda sistemde bulunan herkesin birbirini görmesine olanak tanıyan web tabanlı servis olarak da tanımlanmaktadır. (Labus ve diğerleri, 2012) Sosyal ağlar, en hızlı büyüyen ve dünyada en fazla ziyaret edilen mecralardır.

En sade haliyle sosyal ağlar, kullanıcıların birbirleriyle iletişime geçmelerine olanak tanıyan, kişisel içeriğin paylaşımı kadar kişisel bir ağ kurmayı da sağlayan online topluluklardır. Bu siteleri diğer web tabanlı sitelerden farklılaştıran bireylerin yabancılarla tanışmasına olanak sağlaması değil, kullanıcıları görünür kılması ve yine birbirleriyle bağlantı kurmaya imkân tanıyor olmasıdır.

İnsanlar, sosyal ağları birbirinden farklı sebeplerle kullanmaktadır. Üyelerin kullanım sebepleri, siteye göre farklılık taşımakla birlikte diğer bireylerle iletişim kurma, bilgiye ulaşma ve eğlenme amacı ile kullanımlar ön plana çıkmaktadır. Günümüzde gençler arasındaki iletişim büyük oranda sosyal ağlar üzerinden gerçekleşmekte ve bu sitelere olan ilgi gün geçtikçe daha da artmaktadır.

Sosyal ağlarda asıl amaç, sanal bir topluluk oluşturarak bu toplulukla birlikte hareket etme, görüş paylaşma ve yeni çözümler üretme gibi çalışmalar yapmaktır. Bu anlamda ilk sosyal ağ sitesi örnekleri “Classmates.com” ve “Sixdegrees.com” dur. Bunları ise BlackPlanet, Prakasan, AsianaVenue VE Moveon takip etmiştir. Classmates.com geçmişteki sınıf arkadaşlarını bulmaya yönelik bir site iken, Sixdegrees.com ise kullanıcılarına profil oluşturma ve arkadaşlarını listeleme imkânı sunmuştur. 2000’li yıllara girildiğinde sosyal ağların yükselişi başlamıştır. İnternetin yaygınlaşması ve hızının artması, bilgi ve iletişim teknolojilerine artan güven, çeşitli uygulama ve yazılımların sosyal ağların kullanımını geliştirmesi ve akıllı telefonlar aracılığıyla da bağlanabilme imkânının bulunması sosyal ağların gelişimine etki göstermiş; özellikle fotoğraf paylaşım siteleri ve blogların çıkışıyla bu yükseliş hızlanmış, 2004 yılında Facebook’un, 2005 yılında Youtube’nin açılmasıyla ise sosyal ağlar kullanıcılar için vazgeçilmez bir hale gelmiştir.

Günümüzde sosyal paylaşım ağı önemli bir etkileşim ve iletişim aracıdır. Bireyler yüz yüze iletişimden ziyade sanal ortamlarda iletişimi tercih etmekte ve sosyal paylaşım ağlarında istedikleri kimliğe bürünmektedir. Sanal dünyanın kişilerarası iletişime bozucu etkileri ortada olmakla birlikte sanal arkadaşlıkların da gün geçtikçe arttığı saptanmaktadır.

Sosyal medya ve sosyal ağlar arasındaki farkları beş başlık altında ele alan Hartshon, bunlardan birincisinin sosyal medyanın bilginin geniş kitlelere dağıtılmasının bir yolu olduğunu ve herkes tarafından kullanılabileceğini, sosyal ağın ise sadece ortak düşünceler veya ortak bir bağ olan kişiler tarafından kullanılabileceğini ifade etmiştir. İkinci fark olarak sosyal medya gazete, radyo, televizyon gibi bir iletişim kanalına benzemekte; mesaj ve bilgi basit bir yolla bireylere yayılmakta ve bireylerin tepkisi genel olarak bilinmemektedir. Sosyal ağlarda ise iletişim iki şekilde meydana gelmektedir. Bunlardan birincisi herhangi bir başlığa/konuya bağlı olarak yapılan yorumlar, değerlendirmeler ve paylaşımlarken diğeri ise bireylerin ilişkilerini sürdürmek amacıyla yaptıkları iletişim şeklidir. Üçüncü fark ise yatırım kârlılığı konusundadır. Sosyal medyada bir markanın, ürünün veya servisin rakamsal değerinin verilmesi sosyal ağlara göre daha zor yapılmaktadır. Hartson, dördüncü olarak zaman uygunluğunu göstermektedir. Sosyal medyada bireylerin çalışma ve sitelerini geliştirme sürelerinin uzun olduğunu, geliştirim süreçlerinin fazla olmasının sınırsız bir maratona benzediğini ifade ederken, sosyal ağlarda ise kişinin karşısındaki ile iletişime geçmesinin daha kolay olduğunu ifade etmektedir. Son olarak ise halkla ilişkiler çalışmaları bakımından takip kolaylığı ve bu sürecin başarısını değerlendirdiği süreçte sosyal ağların, sosyal medyadan daha üstün bir halkla ilişkiler çalışmasına olanak sağladığını söylemektedir. (Hartshon akt. Karakoç ve Taydaş, 2013:214) Bütün bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere sosyal medya ile sosyal ağ bazı noktalarda birbirinden ayrılmakta ve ayrı şeyleri ifade etmektedir.

Bununla birlikte, sosyal ağ siteleri ve diğer sosyal medya araçları bir takım aynı özelliklere de sahip olabilmektedir. Örneğin; Facebook'ta Youtube'de olduğu gibi video yüklenebilmekte, Instagram'da olduğu gibi resim yüklenebilmekte ve sosyal işletme sitelerinde olduğu gibi favori linkler paylaşılabilir. Ancak Facebook'un bir sosyal ağ sitesi olarak asıl amacı kullanıcılarına bir arkadaş ağı sunmasıdır.

Sosyal ağlar bilgiye ulaşma, eğlenme, iletişime geçme gibi özelliklerinin daha da ötesine geçerek toplumsal olayların başlaması, ülkelerin siyasetleri gibi konularda da etkili olmaktadır. Sosyal paylaşım ağları ile daha az maliyetle ve hızlı bir şekilde iletişim kurabilen bireyler ya da kitleler, ihtiyaç olduğunda söz konusu ağları son derece aktif olarak kullanabilmektedir. Özellikle facebook, twitter gibi sitelerin büyük kitlelerce kullanılmaya başlamasıyla da sosyal ağlar her geçen gün etkisini artırmakta, bu da yaşanan olaylarda kendini göstermektedir. Bu anlamda sosyal ağların etkisini gösterdiği en büyük olaylardan birisi de 2010 yılında Arap Yarımadası'nda başlayan ve Arap halklarının demokrasi, insan hakları ve özgürlük istemlerinden ortaya çıkan Arap Baharı'dır.

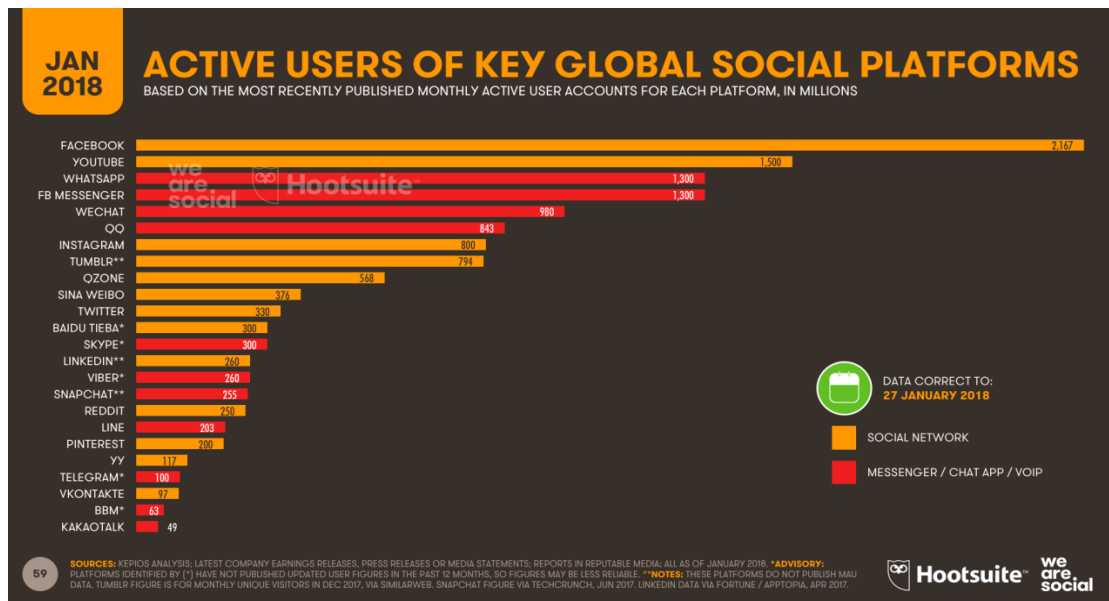
“Arap Baharı” 17 Aralık 2010 tarihinde Tunuslu Muhammed Buazizi'nin kendisini yakması ile başlatılmakla beraber; bölge uzmanları ve siyaset bilimciler tarafından, rejimlerin gittikçe artan meşruiyet sorunları, biriken gerilim ve toplumların huzursuzluğuna işaret edilmekteydi. (Usul, 2011: 1) Üniversite mezunu olup seyyar satıcılık yapan Muhammed Bouazizi sebze tezgâhına el konulunca kendisini yakmış ve hükümete karşı protestoların da fitilini tutuşturmuştur. Ülkedeki işsizlik, yoksulluk ve sosyal adaletsizlikten bıkmış olan halk sokaklara çıkmış ve protestolar 16 Ocak 2011 tarihinde Tunus başbakanı Zine al-Abidine Ben Ali'nin ülkeyi terk etmesiyle son bulmuştur. Halkın %40'ının internet kullandığı Tunus'ta, sosyal medya iktidara karşı eylemlerin başında yer almamış, olaylar devam ederken etkinlik kazanmıştır. Yine sosyal medyanın da etkisiyle eylemler 2011 yılı içerisinde Mısır, Libya, Suriye, Cezayir, Bahreyn, Ürdün, Yemen ve Lübnan gibi diğer Arap ülkelerine de sıçramıştır.

Tunus'un ardından eylemlerin sıçradığı Mısır devrim sürecinde sosyal medyanın en etkili kullanıldığı ülkelerin başında gelmektedir. Eylemler devam ederken Mısırlı eylemcilerin Youtube, Facebook gibi sosyal ağ mecralarında yayınladıkları video ve mesajlar tüm dünyaya iletilmiştir. Yapılan eylemler sonucunda Hüsnü Mübarek hükümeti istifa etmek zorunda kalmış ve otoriter rejim yıkılarak demokrasiye geçiş hareketleri başlamıştır. 2012 yılında yapılan seçimlerde halk %51,73 oy ile Muhammed Mursi'yi cumhurbaşkanı olarak seçmiş ancak Mısır ordusunun çeşitli bahanelerle yönetime el koymasıyla, Arap Baharı olarak nitelendirilen demokratikleşme hareketleri yarım kalmıştır.

Hükümet bir süre internet erişimini kapatmış, bunun üzerine Google ve Twitter Mısır'daki kullanıcılar için yeni bir telefon servisi açmıştır. Bu servis eylemcilerin "tweet" göndermesine yardımcı olmuş ve bütün dünya yaşananlardan haberdar olmuştur. Mısırlı protestocuların sosyal medya tercihlerini şu cümle özetlemektedir; "Gösteri takvimi için Facebook, organize olmak için Twitter ve sesimizi dünyaya duyurmak için Youtube kullanıyoruz."

Söz konusu eylemlerde, bireylerin sadece sosyal ağlar ile organize olduğunu söylemek yersizken, sosyal ağların etkisinin ne kadar büyük olduğu ise yadsınamaz bir gerçektir. Protestoların sosyal medya üzerinden hem yerelde hem de uluslararası alanda birbiri ile bağlantılanması, her deneyimin diğeri ile etkileşime geçerek, onu içermesi ve aşması sürecinde güçlü bir sosyal ağ oluşturulmuştur. Nihai olarak; bu sürecin en temel meselelerinden biri ağ örgütlenmesinin oluşturulması ve sosyal medyanın etkin bir biçimde kullanılmış olmasıdır. Hareketin ortaya çıkması, yeni tarz örgütlenme biçimlerinin kullanılması, sürdürülmesi, duyurulması ve kendini ifade etmesi sürecinde sosyal medya etkin bir biçimde kullanılmıştır. Ve hatta daha da öte, söz konusu platformlar, bu hareketlere meşruiyet kazandırma noktasında da etkin rol üstlenmişlerdir. (Szajkowski akt. Korkmaz, 2012)

Digital İn 2018 raporuna göre küresel çapta en çok aktif kullanıcısı bulunan 23 sosyal ağ aşağıdaki grafikte görüldüğü gibidir. ([http://]wearesocial.com, Erişim Tarihi: 07.02.2018)



Tablo: 9 Küresel Çapta En Fazla Aktif Kullanıcısı Bulunan Sosyal Ağlar

Türkiye’de de sosyal paylaşım ağlarının yoğun bir kullanıcı sayısı bulunmakla birlikte, daha önce de belirttiğimiz gibi 2018 yılı itibariyle Youtube birinci sırada yer almaktadır.

Google’nin 2011 yılında piyasaya sürdüğü **Google+** temel olarak Gmail, Picasa, Google Contact, Blogspot, Google Connect ve Gtalk gibi sosyal ağların kullanılmasına olanak sağlayan bir kimlik doğrulama ve sosyal ağ hizmetidir. Google+ , Google Profiller üzerine kurulan bir sistem olup, diğer Google projeleriyle de entegre olarak çalışmaktadır. Site Konular, Video Sohbet Odaları ve Çevreler gibi sosyal ağlarda yeni olan özellikleri de barındırmaktadır. Şirket tarafından yapılan açıklamaya göre; 2011 yılında sınırlı deneme ile başlatılan bu uygulama iki haftada 10 milyon, ilerleyen dört haftada ise 25 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. ([http://]sosyalmedya.co, Erişim Tarihi: 07.02.2018)



Grafik: 4 Google+'ın İlk 3 Haftalık Ziyaretçi Artışı

Google kendi hizmetini şöyle tanımlamaktadır:

“Google+, web’de paylaşımı gerçek hayattaki paylaşıma daha çok yakınlaştırıyor; farklı kişilerle farklı şeyleri paylaşıyorsunuz. Google+ projesini Google’ın paylaşıma yaklaşımının nasıl olacağını görmek ve hayatımızdaki farklı insanları birbirine

bağlanmaya yönelik daha iyi bir yol sunup sunamayacağımızı görmek için başlattık.”
([https://]plus.google.com, Erişim Tarihi: 05.09.2016)

Hangoust özelliği ile on kişiye kadar video konferans ve sunum yapabilme özelliği de sağlayan sitede Facebook'tan farklı olarak profil resimlerinde bile hareketli görseller kullanılabilir. Sosyal ağ hizmeti olarak kullanıcılara sunulmuş bu ağda arkadaş olunan kullanıcılarla haberleşme, video sohbet, resim ve video paylaşımı gibi imkânlar sunulmaktadır.

Profesyonel mesleklerdeki insanlar için geliştirilmiş olan **LinkedIn** ise; 2002 yılının sonlarına doğru Reid Hoffman tarafından geliştirilmiş, ancak Mayıs 2003'de kullanıma açılmıştır. Sitenin amacı, iş dünyasındaki kişilerin iletişim kurmasını ve bilgi alışverişinde bulunmasını sağlamaktır. Birçok ülkede yaygın olarak kullanılan LinkedIn dünyada var olan en büyük profesyonel ağ olma özelliği taşımaktadır. (<http://news.linkedin.com>, Erişim Tarihi: 02.03.2018) Bu sosyal ağ ile kişiler kariyerleri ve uzmanlık alanları ile ilgili bilgi edinebilmekte ve iş çevresini geliştirerek yeni iş bağlantıları da kurulabilmektedir.

Sitede CV paylaşılabilen, daha önce çalışılan iş yerleri referans gösterilebilmekte ve çalışanı olun ya da olmayın birçok şirketle ilgili yenilikler takip edilebilmektedir. Bununla birlikte 2017 yılı içerisinde siteye video özelliği de eklenmiştir.

Johnston'a göre LinkedIn'in kullanım amaçları şu şekildedir;

- Müşterilerle sürekli iletişim halinde olmak ve kurumsal ilişkileri en üst seviyede tutmak,
- Arkadaşlarla sürekli iletişim halinde olmak,
- Yeni müşteriler bularak, kendilerine lansman faaliyetleri sunmak,
- Kişisel veya kurumsal itibar kazanmak,
- Kişisel ya da kurumsal konularla ilgili içerik paylaşımında bulunmak,
- Çalışılan alanla ilgili, kullanıcılara karşı uzman pozisyonunda olmak. (Johnston akt. Kırık, 2013:82)

Bütün bu özellikleri ile birlikte, 2017 yılına gelindiğinde iş dünyasının sosyal ağı olan LinkedIn'in 500 milyon kullanıcıya ulaştığı görülmektedir. Yine yapılan açıklamaya göre; LinkedIn'de ortalama en fazla bağlantıya sahip ülkeler arasında

Birleşik Arap Emirlikleri (kişi başına ortalama 211 bağlantı) Hollanda (ortalama 188 bağlantı) ve Singapur (ortalama 152 bağlantı) ilk üç sırada yer almaktadır. ([http://www.webrazzi.com, Erişim Tarihi: 01.02.2018])



Tablo: 10 LinkedIn’de En Fazla Bağlantıya Sahip Ülkeler

LinkedIn’in bu kadar hızlı büyümesinin en önemli nedeni dünya üzerindeki bütün profesyonellere etkileşimli bir iletişim ağı kurma ve geliştirme imkânı sunuyor olmasıdır.

Kullanıcılarının arkadaşlarıyla iletişim kurmasını, bilgi, fotoğraf ve video gibi paylaşımlarda bulunmasını amaçlayan **Facebook** ise, 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından yine bu üniversite öğrencileri için kurulmuştur. Mark Zuckerberg, Andrew McCollum, Eduardo Saverin, Chris Hughes ve Dustin Moscovitz adlı bir grup genç Harvard Üniversitesi’nde okurken diğer üniversite öğrencileriyle tanışmak ve irtibat halinde kalabilmek amacıyla sadece kendi üniversitelerinde hizmet veren “The Facebook” isimli bir program geliştirmiş, ancak servis kısa bir sürede diğer üniversitelere açılmıştır. Bu yeni sosyal ağa giderek ilgi artmış, kuruluşundan bir sene sonra ise tüm dünyaya açılmıştır. Facebook daha ilk yılını tamamlamadan kullanıcı sayısı 1 milyona ulaşmıştır.

Site kullanıcılarına yeni arkadaşlıklar edinebilme, kişisel bilgilerini, fotoğraf ve düşüncelerini paylaşabilme olanaklarını sağlamakta; bunun yanında mesaj, bildirim, etkinlikler ve oyunlar gibi farklı özellikleri de barındırmaktadır. Facebook her geçen gün yeni özellikler ilave ederek kullanıcılarının Facebook deneyimini

zenginleştirmektedir. Kullanıcılara ücretsiz olan site gelirini reklamlardan ve sponsorlardan sağlamaktadır. Facebook tüm bu özellikleriyle dünyada en fazla kullanıcıya sahip web sitesidir.

Teknik açıdan bakıldığında ise, Facebook web otoriteleri tarafından en iyi web 2.0 uygulamalarından biri olarak işaret edilmektedir. Kullanıcılar siteden ayrılmadan OCLC'nin WorldCat kataloğunu tarayabilmekte, çeşitli alışveriş sitelerinden alışveriş yapabilmekte, kullandıkları diğer paylaşım siteleri (örneğin Slideshare) ve sosyal ağ siteleri (örneğin Instagram) ile Facebook arasında bağlantı kurabilmekte ve Facebook'a gönderdikleri mesajları aynı zamanda diğer sosyal ağ sitelerinde de paylaşabilmektedir. (Tonta, 2009)

Dünyanın en büyük sosyal ağı durumundaki Facebook bireysel profiller, gruplar ve sayfalar olmak üzere üç başlık altında hizmet sunmaktadır: (Kerpen, 2011: 228-229)

- Bireysel profiller sayesinde bireylerin siteye kaydolması, kendisi ile ilgili bir takım bilgileri paylaşması ve diğer profil sahipleri ile arkadaş olarak karşılıklı bilgi ve paylaşımlarını görebilmeleri sağlanmaktadır.
- Gruplar yöneticileri tarafından belirli bir konu ve ilgi alanına yönelik oluşturulmakta, katılma veya gruptaki birinin ilgili kişiyi eklemesi yoluyla da gruba dahil olunmaktadır.
- Sayfalar ise kişisel profillere benzemekte ve "beğenme" yolu ile üye olunmaktadır. İşletmeler, markalar ve kuruluşlar için benzersiz araçlar sunan sayfalar kişisel profillere sahip kişiler tarafından yönetilmektedir.

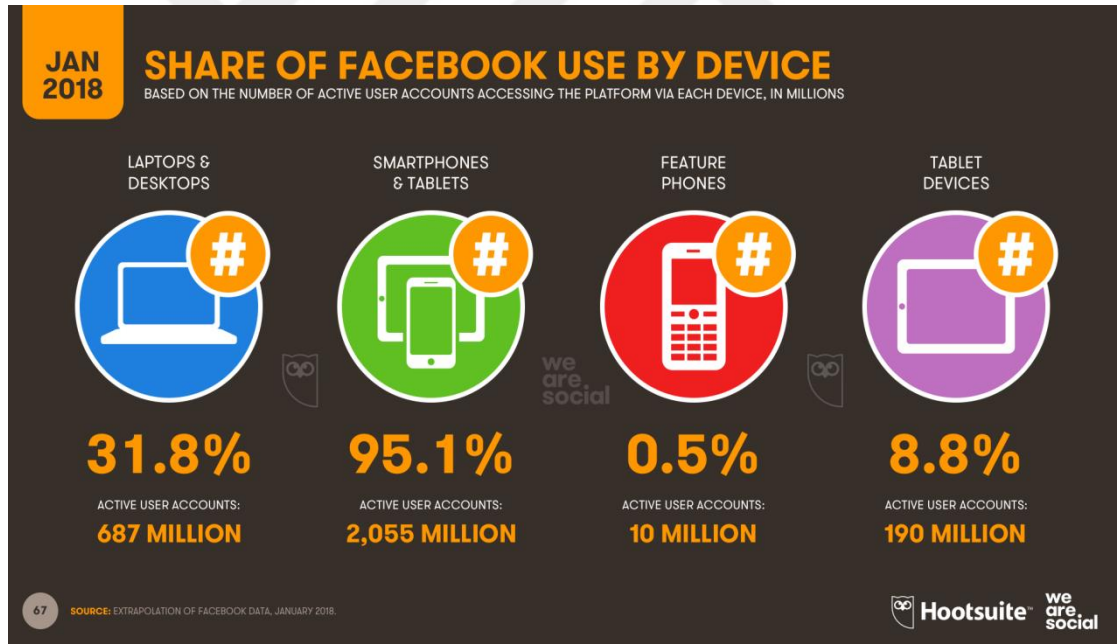
Gözetleme, fotoğraf, müzik, video vb. paylaşımı, alışveriş, oyun oynama, etkinlik düzenleme gibi birçok sebep bireyleri Facebook kullanmaya itmektedir. (Binark vd., 2014: 44)

Son dönemlerde hem ülkemizde hem de dünyanın pek çok ülkesinde siyasetçilerin ve devlet adamlarının sosyal paylaşım ağlarını etkin bir şekilde kullanmaları, ağların başka bir şekilde gündeme gelmelerine de sebep olmuştur. Bu anlamda Facebook'un siyasal

iletişim kampanyalarında kullanılması, eski ABD Başkanı Barack Obama'nın bu ağda büyük bir hayran kitlesi oluşturması ile gündeme taşınmıştır.

Sivil Toplum örgütleri açısından da projeleri tanıtmak, eylemleri organize etmek, duyurmak ve destekçi bulmak için Facebook en ideal mecralardan biridir. Facebook 2015 yılının sonlarında kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri için en iyi iletişim kurgusunu oluşturma, destekçilerinden daha fazla beğeni kazanma, etkileşim oranını artırma ve bağış toplama konularında destek vermek amacıyla "https://nonprofits.fb.com/" sitesini kurmuştur.

Digital in 2018 raporuna göre Facebook'un Ocak ayı itibariyle 2 milyar 167 milyon kayıtlı kullanıcısı bulunmakta olup, site bu haliyle dünyada en fazla kullanılan sosyal medya platformudur. Yine bu rapora göre, toplam rakamın neredeyse tamamını oluşturan 2.055 milyon kişi siteye akıllı telefon ve tabletler ile bağlanmaktadır. ([http://]wearesocial.com, Erişim Tarihi: 07.02.2018)



Tablo: 11 Cihazların Facebook Kullanım Payı

Sosyal ağlar eş zamanlı her türlü bilginin paylaşımını ve farklı yollarla iletişim imkânlarını sunarken, kişisel gizlilik ve güvenliğin bu ortamlarda önemli sorun olarak ortaya çıktığı görülmektedir. (Donath akt. Kara ve Özgen, 2012:247) Sosyal ağlar kullanıcılarını favori müzikler, filmler, kitaplar ve diğer kişisel verilerle kişisel

özelliklerinin harmanından oluşan online profil yaratmaları konusunda zorlamakta bu durum ise sanal röntgencilik ile birlikte bireyselliğin sermayeleşmesine de sebep olmaktadır.

2.11.8. Katılımcı Sözlükler

Sözlük, “bir dilin bütün veya belli bir çağda kullanılmış kelime ve deyimlerini alfabe sırasına göre alarak tanımlarını yapan, açıklayan, başka dillerdeki karşılıklarını veren eser, lügat” olarak tanımlanmaktadır. ([http://]www.tdk.gov.tr, Erişim Tarihi: 09.09.2016) Katılımcı sözlük ise hipermetin-hypertextile yapılan ve www (world wide web) üzerinde işleyen sözlük olarak tanımlanabilmektedir (Gürel ve Yakın, 2007:205) İnternet ve yeni medya teknolojileri yaşamın her alanına nüfuz ederek kavramlara yeni anlamlar yüklediği gibi sözlük kavramını da değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Sisteme üye olan kullanıcıların ‘yazar’ statüsünde çeşitli konularla ilgili bilgi, fikir ve görüşlerini paylaşması temelinde işleyen katılımcı sözlükler; belirli bir düzen kıstasına göre sınırlandırılmamış olmaları, yazarların nispeten özgür ve yaratıcı davranmalarına imkân tanımaları ile forumlardan, ansiklopedik bilgiden daha öte bilgi aktarımına izin vermeleri, yazarların kişisel yorum ve kanaatlerine açık olmaları ve görüş çeşitliliğine fırsat vermeleri ile de interaktif sözlüklerden farklı bir görüntü çizmektedirler. (Gürel ve Yakın, 2007:205)

Katılımcı sözlüklerde, herhangi bir kullanıcı tarafından belirli bir konu hakkında başlık açılmakta ve diğer kullanıcılar ise entry girerek bu başlık ile ilgili yorumlar yapabilmektedir. Her bir kullanıcı sözlüğe yazarak katkı sağladığından yazar olarak adlandırılmakta ve her türlü konuya ait bilgi ve fikrini hem diğer yazarlarla hem de sözlüğe giren tüm okuyucularla paylaşabilmektedir.

Sözlüklere üyelik sürecinde; kullanıcılar bir takma ad ve mail adresi ile üye olmak için başvurmakta ve başvuruları kabul edildiği takdirde bu durum kendilerine bir aktivasyon maili ile bildirilmektedir. Bununla birlikte üyeler bir süreliğine denenmek üzere “çaylak” olarak siteye giriş yapmakta, yazdıkları yorumlar ise site yöneticisi tarafından belirlenen moderatörler tarafından denetlenmektedir. Bu kullanıcıların üyeliklerinin onaylanarak, sürekli yazar statüsünü kazanmaları ise; belirli bir süre zarfında sitede yer alan başlıklar altına girecekleri belli sayıda yorumun sözlük

formatına uygunluğunun bilgi, dil, üslup ve yaratıcılık gibi çeşitli bağlamlarda değerlendirilmesi ile gerçekleşmektedir. Ayrıca, çaylak yazarların başvuruları kabul edilene kadar açtıkları başlıklar ve yazdıkları yorumlar sadece kendileri ve moderatörler tarafından görülebilmektedir.

İçeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan sözlüklerin Türkiye’de en popüler olanları ise Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük, İTÜ Sözlük ve İnci Sözlüktür. Sloganı “Kutsal Bilgi Kaynağı” olan Ekşi Sözlük 15 Şubat 1999 tarihinde Sedat Kapanoğlu tarafından kurulmuş olup, entry girilen ilk başlık “pena”dır. Amatörce kurulmasına rağmen, 1999 yılından bu yana başarılı bir şekilde ilerleyerek popüler bir web sitesi haline gelen Ekşi Sözlük, ortaya koyduğu kültürle internetteki alışılmış sözlük anlayışının değişimine aracılık etmiş, benzeri sitelere ilham vermiş ve bir fenomen haline gelmiştir. (Gürel ve Yakın, 2007:204) Google Analytics verilerine göre 2018 Ocak ayı itibarıyla 137.74 milyon ziyaretçi sayısına ulaşan site; ([https://]www.similarweb.com, Erişim Tarihi: 07.02.2018) dini, etnik, yerel ve ulusal kültüre ilişkin güvenilir bir referans kaynağı olarak kabul edilmektedir.

Zamanla popülerleşen Ekşi Sözlük’e yazar alımları belirli bir periyod dâhilinde yapılmaya başlanmış, bunun üzerine yazar olma potansiyeli taşıyan kişiler yeni sözlükler kurmuştur. 1 Mart 2004 tarihinde Çağatay Gürtürk tarafından kurulan İTÜ Sözlük başlangıçta İstanbul Teknik Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir site olarak yayın hayatına başlamış ve Nisan 2004’den itibaren ise bütün internet kullanıcılarına açık hale gelmiştir. Site açılan ilk okul sözlüğü olmakla birlikte, yurtdışına açılma maksadı ile 2015 yılının Ocak ayında “instela” adını almış ve sözlük formatı değiştirilerek sosyal topluluğa evrilmiştir. Yine 2005 yılı Aralık ayı sonunda yayın hayatına başlayan Uludağ sözlük ise zamanla Ekşi Sözlük’ün en iyi alternatiflerinden biri haline gelmiştir.

Twitter gibi kendine özgü literatürü bulunan katılımcı sözlükler yazarlarına geçmişteki edilgen rollerinden sıyrılarak etken role dönüşmeleri için elverişli bir ortam sunmakta (Kara ve Özgen, 2012:198), böylece sözlük yazarları üstlendikleri kanaat önderi misyonuyla hayatın gidişatına aktif olarak katkıda bulunma imkânı yakalamaktadır. Günümüzde katılımcı sözlükler, bilgi edinmek amacıyla kullanılmakla

birlikte; üyeleri tarafından sürekli takip edilen, güncel olaylarla ilgili bilgi ve değerlendirmelere yer veren mecralar hâline gelmiştir.

2.11.10. Sanal Gerçeklik

Sanal dünya; gerçek dünyayı veya bir tür fantezi dünyasını yansıtmak için oluşturulmuş, kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girmesine ve yeni şeyler keşfetmesine olanak tanıyan online çevreler olarak tanımlanmaktadır. (Miletsky akt. Tarcan, 2015: 46) Kullanıcılarına sosyal ağ oluşturma ve internette keyifli vakit geçirme imkânı sağlayan bu sitelerde kişiler, kendi avatarlarını oluşturarak sanal âlemde gerçek hayatın bir tür simülasyonunu yaşamaktadırlar. Hatta bu sitelerin para birimleri ve bu paranın gerçek paraya göre değerini belirleyen paritesi dahi vardır. Yine diğer bir tanımlamaya göre sanal dünyalar "kullanıcıların üç boyutlu simüle edilmiş ortamda hareket ettiği ve etkileşimde bulunduğu ağ tabanlı masaüstü sanal gerçeklik" olarak ifade edilmektedir. (p. 439, Dickey akt. Tokel ve Cevizci, 2013:1120)

Sanal dünyalar, çeşitli amaçlarla bir araya gelen insanların online olarak üç boyutlu modellenmiş bir evrende işlerini gerçekleştirebilmelerini sağlamaktadır. Kullanıcıların belirledikleri karakterlerle gezebilmelerine, alışveriş yapabilmelerine, sanal ortamlarda ders ya da etüt alabilmelerine, otellerde konaklama ya da reklam yapabilmelerine imkân veren bu siteler, genellikle oyun amacı ile ortaya çıkmış ortamlar olup, kendine özgü bir takım kuralları da bulunmaktadır.

Sanal dünyalar gerçeğe yakın olma, etkileşimi sağlama, ortamda bulunma hissi verme ve hayal gücünü destekleme gibi özellikleriyle eğitsel açıdan da önemli bir potansiyele sahiptir. Bireyler bu ortamlarda kendilerini temsil eden avatarlar vasıtasıyla gerçek yaşamda yapılan birçok faaliyeti yapabilme imkânı yakalamakta, yine kendilerini daha rahat ifade etmeleri sağlanarak eğitim daha etkili ve ilgi çekici hale getirilmekte böylece kullanıcılara otantik ortamlarda öğrenme deneyimi de yaşatılmaktadır.

Rigby'e göre sanal dünyaların genel özellikleri şu şekildedir: (İşlek, 2012:60)

- **Paylaşılan Alan:** Sanal dünyalarda katılımcılar aynı anda ortak alana giriş yapabilmekte ve katılım gösterebilmektedir.

- **Dolaysızlık:** Sanal dünyalarda etkileşim gerçek zamanlı olup, bir kullanıcının yapmış olduğu hareketi diğer kullanıcılarda aynı anda görebilmektedir.
- **Üç Boyutlu Sanal Çevreler:** Yine Sanal dünyalar iki boyutlu görüntüler yerine üç boyutlu fiziksel alanlar sunmaktadır.
- **Kişiselleştirme:** Kullanıcılar sanal dünyada kullandıkları nesnelere değiştirebilmekte, geliştirebilmekte veya uygulayabilmektedir.
- **Devamlılık:** Bu dünyalarda yaşam, kullanıcı girişinden bağımsız olarak devam etmektedir.
- **Sosyalleşme ve Topluluk:** Sanal dünyalar kendi içlerinde daha küçük grupların ve toplulukların oluşumuna da imkân tanımaktadır.

Popüler olarak kullanılan birçok 3 boyutlu sanal dünya bulunmaktadır. Bunların arasında en çok ilgi çekenler Second Life, Active World, Quest Atlantis vs. gibi uygulamalardır.

2.11.11. Çevrimiçi Topluluklar

Çevrimiçi topluluklar insanların bilgisayar ve internet ortamında giderek daha fazla vakit geçirmesi ile bağlantılı olarak ortaya çıkmış bir kavram olup, insanların ortak ihtiyaç ve çıkarları gerekçesiyle bir araya geldikleri topluluklar olarak ifade edilmektedir. (Hagel akt. Aydın, 2014:101) Çevrimiçi topluluklar arasında oluşan bağ, ortak ilgi alanı, bilginin dağılımı ve ortak öğrenme üzerine kurulmuştur. Günümüzde çevrimiçi topluluklar vasıtasıyla insanlar yer, zaman ve mekân ayrımı olmaksızın dünyanın dört bir yanından bilgi paylaşabilmekte ve fikir alışverişinde bulunabilmektedir.

Çevrimiçi topluluklarda geleneksel topluluklardaki gibi fiziki bir mekân söz konusu olmayıp, bunların mekânı siberuzamdır. Bilimkurgu romanı yazarı William Gibson tarafından ortaya atılan bu kavram (1991 akt. Biçer, 2014:63) “mekânı olmayan yer” olarak tanımlanmıştır.

Bu toplulukların ortaya çıkış sebeplerini; insanların zevklerinin ve özel ilgi alanlarının olması, başkalarıyla iletişim kuran sosyal varlıklar olmaları ve fiziki

dünyada ilerleyen işlemlerin sanal dünyada da gerçekleştirilmesi gerekliliği olarak sıralamak mümkündür. Söz konusu nedenlerle oluşturulan çevrimiçi toplulukları beş grupta toplayabiliriz; (Uzkurt ve Özmen, 2006:26)

- Bilgi Paylaşım Toplulukları
- İlgi Toplulukları
- Fantezi Toplulukları
- İlişki Toplulukları
- Tartışma Toplulukları

3. BÖLÜM

HUKUKSAL BAĞLAMDA SOSYAL MEDYA

Günümüzün en etkili iletişim mecrası olan İnternet’te yaşanan büyük ve hızlı gelişim, bu alanın hukuki olarak da incelenmesi gereğini ortaya koymaktadır. İnternet medyasının içerik belirleyicisinin önemli ölçüde sosyal medya platformları olmasının bir sonucu olarak, bu platformlarda hem kamu hukuku hem de özel hukuk alanını kapsayan çeşitli problemler ortaya çıkmaktadır.

“Hukuksal Bağlamda Sosyal Medya” ya da “Sosyal Medya Hukuku” oldukça geniş kapsamlı bir alan olduğundan, çalışmamızda tamamını değerlendirebilmemiz mümkün değildir. Bu bölümde; sosyal medya platformları ifade özgürlüğü ve kişilik hakları bağlamında değerlendirilerek, çeşitli ulusal ve uluslararası düzenlemelere yer verilmiş, sosyal medyada meydana gelen kişilik hakkı ihlallerine değinilerek, kişisel verilerin korunması ile ilgili tartışmalı hususlar irdelenmiş ve son olarak Avrupa Siber Suç Sözleşmesi ve Türkiye açısından önemine değinilmiştir.

3.1. İfade Özgürlüğü

3.1.1. İfade Özgürlüğünün Tanımı ve Kapsamı

İnsan hakları dendiğinde ilk aklımıza gelen ifade özgürlüğü ile düşüncenin korunmasını amaçlanmaktadır. Düşünce ise TDK tarafından “1-Uzay ve zamanın ötesinde, öznenin dışında, kendiliğinden var olan, duyularla değil, yalnızca ruhen algılanabilen asıl gerçeklik, mütalaa, fikir, ide, idea. 2- Dış dünyanın insan zihnine

yansıması. 3- Niyet, tasarı. 4- Tasa, kaygı, sıkıntı. 5- felsefe ilke, yönetici sav.” olarak tanımlanmaktadır. ([https://www.tdk.gov.tr, Erişim Tarihi: 30.10.2016) Düşüncenin oluşabilmesi, kişilerin bilgi kaynaklarına rahatça ulaşabilmeleri, edindikleri bilgileri serbestçe seçebilmeleri ve bunun için de hukuksal olanak ve güvencelerden yararlanmalarına bağlıdır. (Özbey, 2013:43)

Düşünce insanın iç dünyası ile ilgili olup, açıklanmadığı sürece başkaları tarafından öğrenilmesi imkânsızdır. İşte bu sebeptir ki düşünme özgürlüğünün bir anlam ifade edebilmesi için bireylerin düşüncelerini açıklayabilmesi başka bir ifadeyle ifade özgürlüğüne sahip olmaları gerekmektedir. Nitekim Dr. Bülent Tanör’ün de ifadesiyle; *“Düşünce özgürlüğünü, düşünme özgürlüğü ve düşünceyi açıklama özgürlüğü diye ikiye bölen, birincisinin tam olarak korunduğunu, ikincisinin ise sınırlı olduğunu, böylece bu temel özgürlüğü kendi kendine düşünebilme ya da eşi dostuyla dertleşebilme özgürlüğüne indirgeyen anlayış, ... kendine taraftar bulmuştur. Bütün bu görüşlerin özü, düşünce özgürlüğünü, düşünme özgürlüğü (?) ve açıklama özgürlüğü diye ortadan ikiye bölerek düşünce özgürlüğünün özünü sırf bir ön-denetim yasağına yani sansür sorununa indirgemek, açıklama özgürlüğünü keyfi bir takım sınırlamalarla bağlı saymak ve fikir suçlarını meşru göstermekten ibarettir.”* (Tanör akt. Dülger, 2015:863) Ancak gerek AİHS terminolojisinde gerekse ulusal hukukumuzda ikili bir ayrıma gidildiği için bundan sonraki açıklamalarımızda “ifade özgürlüğü” kavramını kullanacağız.

İfade özgürlüğü demokratik toplumların olmazsa olmaz şartlarından. İfade özgürlüğü ile ilgili birçok tanımlama yapılmakla birlikte, en geniş anlamıyla “bir düşünce, inanç, kanaat, tutum veya duygunun barışçı yoldan açığa vurulması veya dış dünyada ifade edilmesinin serbest olması” anlamına gelmektedir. (Erdoğan, 2001:1) Bazı yazarlar ise, bu özgürlüğü her türlü bilgi ve fikre ulaşma, ulaşılan fikirler arasında tercih yapma, bunları dışa vurma veya vurmama özgürlüğünü de kapsayan geniş bir süreç olarak tanımlamaktadırlar. (Sunay akt. Bozkurt ve Dost, 2002:47) Bu geniş anlamı ile düşünüldüğünde ifade hürriyeti haberleşme hürriyeti ile düşünce ve kanaati açıklama ve yayma hürriyetlerini de kapsamaktadır.

Ulusal ve uluslararası düzenlemelerin içeriğine bakılırsa, ifade özgürlüğünün sadece söylem ya da yazılı ifadeyi değil bir resim veya heykel yapmak, belirli bir kıyafeti

giyinmek ya da giyinmemek, bir toplantıya katılmak veya topluluk kurmak gibi özgürlükleri de kapsadığı görülmektedir. İfade özgürlüğünün kullanılmasında bilginin içeriğinin herhangi bir önemi bulunmamaktadır. Açıklanan her türlü bilgi ve fikir, doğru veya yanlış olsun ya da nerede ve ne şekilde açıklanmış olursa olsun koruma alanına girmektedir. (Eryılmaz, 2001:253)

İfade özgürlüğü; sadece olağan karşılanan, önemsiz ya da zararsız görülen bilgi ve görüşlerin açıklanması konusunda değil, ayrıca devlete ve toplumun bazı kesimlerine aykırı gelen, rahatsız edici, endişe verici düşüncelerin açıklanması konusunda da geçerlidir. ([http://:]m.bianet.org, Erişim Tarihi: 01.01.2017)

İfade özgürlüğü, içinde bulunduğu hak ve özgürlük kategorisi bakımından, kişisel ve siyasal haklar kapsamındadır. Bu anlamda, kişinin maddi ve manevi varlığının teminatı olduğu için kişisel, siyasi hayata katılma olanağı tanıdığı için ise siyasal haklar kategorisindedir (Yaman akt. Örselli, 2003:12).

Geniş kapsamlı bir ifade özgürlüğü hakkı tanınmaksızın özgür bir ülkeden ya da demokrasiden söz edilebilmesi mümkün değildir. İfade özgürlüğü tek başına bir hak olmakla birlikte, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi korumasındaki başka hakların da unsurudur. Örnekleme gerekirse; düşünce açıklaması yazı yoluyla (kitap, gazete, dergi v.s.) yapılıyorsa “basın özgürlüğü”nden, radyo-televizyon ya da sanatsal etkinlikler yoluyla yapılıyorsa “görsel-işitsel iletişim özgürlüğü”nden bahsedilmektedir. Yine, kişinin başka insanlarla bir araya gelmek suretiyle düşüncelerini açıklamasında “toplantı özgürlüğü” ya da “dernek kurma özgürlüğü”nden, dini konulardaki düşüncelerini açıklamasında ise “din ve vicdan özgürlüğü”nden bahsedilmektedir. Düşünce açıklamaları kişiler arasındaki özel ve gizli mektup, bildiri, duyuru, bülten, broşür gibi haberleşme yöntemleri ile yapılıyorsa “özel haberleşme özgürlüğü” söz konusudur. (Kuzu akt. Bozkurt ve Dost, 2002:48)

Bu özgürlük, kişiye sadece kendi düşünce ve görüşlerini ifade etme hakkı değil, aynı zamanda her türlü bilgi, düşünce ve fikri arama, alma ve verme hakkı da tanımaktadır. Ayrıca, düşüncelerin serbestçe ifade edilmesiyle birlikte herkes kendisine sunulan farklı seçeneklerden kendince en doğru olanını seçme imkânına da kavuşacaktır. Kişinin ifade özgürlüğü hukuka aykırı olarak engellenirse, başkalarının bilgi ve fikir alma özgürlükleri de engellenmiş olacaktır.

Yargıtay 12. Ceza Dairesi 2015/16576 E., 2017/3989 K. ve 16.05.2017 tarihli Kararı'nda; sanık ...'in başka sitelerde de yayımlanan katılan ...'a ait telefon görüşmelerini genel yayın yönetmeni olduğu haber içerikli sitede “İşte Fethullah Gülen'in son ses kaydı!” başlığı altında, “Fethullah Gülen ile TUSKON Genel Sekreteri arasındaki ananas pazarlığından sonra şok birkaç ses kaydı daha internette yayınlandı. Sosyal medyada, Fethullah Gülen ve bir cemaat mensubuna ait olduğu iddia edilen konuşmalar büyük yankı uyandırdı. Fethullah Gülen'in internete düşen son konuşmasında, M.K'ya hediye ettiği tesbihi, A.S. ile olan bağlantılarını ve TUSKON toplantısının arka planını anlatıyor.” cümleleri ile birlikte ve metin halinde yayımlaması suretiyle TCK'nın 132/2. maddesinde tanımlanan haberleşmenin gizliliği ilkesinin ihlal edildiği iddiasıyla açılan davada “Haber içeriğinin görünür gerçeğe uygun ve güncel olması, kurucusu olduğu yasa dışı örgüt ve daha önce kendi rızası dâhilinde paylaşılan konuşmaları nedeniyle kamuoyu tarafından bilinen katılanın, ses kayıtlarına yansıyan ve geneli ilgilendiren konulara ilişkin açıklamaları hakkında haber yapılmasında, katılanı takip eden kitlenin onu daha iyi tanıması açısından meşru bir çıkar, kamu yararı ve toplumsal ilginin bulunması, haberde kullanılan ifadelerin, habere konu olaylarla fikri bağlantısının bulunması, haberin verilişinde tahkir edici bir dil kullanılmayıp, ölçülülük ilkesinin ihlal edilmemiş olması karşısında, yayımlanan haberin, basının haber verme hakkı sınırları içerisinde kaldığı, haber verme hakkının, bilgi edinme, bilgiyi yayma, eleştirme, yorumlama ve eser yaratmanın yanı sıra, habere ulaşmayı da kapsadığı dikkate alındığında, söz konusu haberin, yasa dışı faaliyetlerle kaydedildiği sabit olan ses kayıtlarına dayalı olarak hazırlanmış olmasının, tek başına, eylemin hukuka aykırı olması sonucunu doğurmayacağı ve konunun kamuoyuna aktarılması sırasında hukuka uygun çerçevenin dışına çıkılmadığı anlaşıldığından, sanık hakkında haberleşmenin gizliliğini ihlal suçundan dolayı beraat kararı verilmesine dair yerel mahkemenin kabulünde bir isabetsizlik görülmemiştir.” gerekçeleriyle yerel mahkemenin beraat kararını oybirliğiyle onamıştır. ([https://]emsal.yargitay.gov.tr, Erişim Tarihi: 08.02.2018)

Yine Yargıtay 18. Ceza Dairesi 2017/2034 E. 2017/9550 K. ve 25.09.2017 tarihli Kararı'nda; kimliği belirsiz bir kişi tarafından müştekinin facebook sayfasında yazılan “Utanmaz kadın seni, denen münafık, münafık olduğunu bil, pornografik bi görüntü, pornografik pozlar, pornografik hareketler” cümlelerini ifade özgürlüğü

kapsamında değerlendirmiş ve kanun yararına bozma istemini reddetmiştir. ([https://]emsal.yargitay.gov.tr, Erişim Tarihi: 08.02.2018)

Düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğü ile ilgili olarak en fazla tartışılan konulardan birisi de propagandanın bu özgürlük içerisinde değerlendirip değerlendirilemeyeceğidir. Propaganda, düşüncenin şiddetli bir şekilde yayılmasıdır ve tanımında da daha çok yayma eyleminden bahsedilmektedir. (Dönmezer akt. Sancar, 2006:200) Bununla birlikte propagandaya yüklenen olumsuz anlamlar sebebiyle düşünce özgürlüğü kapsamında değerlendirilemeyeceğini savunanlar bulunmakta olup, kanaatimizce propaganda faaliyetlerinin de bu özgürlük kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir.

İfade özgürlüğünün özgür bir ülkenin ya da demokrasinin en önemli kıstaslarından biri olması, onunla ilgili istem ve iddiaların asıl muhatabının devlet olmasını da gerekli kılmaktadır. Bütün temel hak ve özgürlüklerde söz konusu olduğu gibi, ifade özgürlüğü de özünde politiktir, yani öncelikle kamu otoritelerinin keyfi tasarruflarından korunması gerekmektedir. Bir ülkede ifade özgürlüğünün olduğundan söz edebilmek için, o ülkenin anayasası başta olmak üzere bütün kanunlarının bu hakkı tanıması ve garanti altına alması gerekmektedir. (Erdoğan, 2001:8) Bu ise sadece müdahalelerden korunmasını değil, aynı zamanda devletin bazı olumlu edimlerde bulunmasını da gerektirir. Devlet, bireyin düşüncesinin oluşumu sürecinde gerekli düzenlemeleri yapmanın yanı sıra, bu düşünceden dolayı kınanmayacağı, düşüncesini açıklayıp, yayabileceği ve meşru sınırlar içerisinde düşüncesine uygun şekilde davranabileceği ortamı sağlamak zorundadır. Dolayısıyla devletin pozitif ve negatif olmak üzere iki tür zorunluluğu bulunmaktadır. Devlet pozitif yükümlülüğü gereği, bu özgürlüğün yaşanabileceği ortamı oluşturmak; negatif yükümlülüğü gereği ise kabul edilen sınırlar içerisinde kullanıma müdahale etmemek durumundadır.

Demokratik bir ülkede ifade özgürlüğü olduğu gibi, bu özgürlüğün sınırları da elbette olmalıdır. Ancak bu sınırlamanın sınırları açıkça belirtilmeli, uluslararası sözleşmelerle çerçevesi çizilmiş meşru sınırlar aşılmamalıdır. Çünkü daha önce de belirttiğimiz gibi ifade özgürlüğünün sınırlandırılması, dolaylı olarak birçok hak ve özgürlüğün sınırlandırılması sonucunu doğurmaktadır.

Genellikle başkalarının özgürlüğüne müdahale edilmesi, yargılama görevinin engellenmesi, devlet sırlarının açıklanması, insanları suç işlemeye teşvik eden düşüncelerle, kamu düzeni ve ulusal güvenliği tehdit eden görüşlerin açıklanması durumlarında ifade özgürlüğünün kısıtlanabileceği kabul edilmektedir. (Korkmaz akt. Bozkurt ve Dost, 2002:49)

3.1.2. Uluslararası Sözleşmelerle Sağlanan Koruma Sistemi

İfade özgürlüğü, önemine binaen sadece devletlerin iç hukuk kuralları ile değil çeşitli Uluslararası sözleşmelerle de koruma altına alınmış, bunlara uyulmaması durumunda ise taraf devletler çeşitli yaptırımlara maruz bırakılmıştır. İfade özgürlüğünü teminat altına alan birçok uluslararası sözleşme bulunmaktadır. Bu belgelerin bir kısmı uluslararası örgütler bir kısmı ise bölgesel örgütler tarafından hazırlanmıştır.

İfade özgürlüğünün herhangi bir metinde yer alması ve korunması bakımından 12 Haziran 1776 tarihli Virginia İnsan Hakları Bildirgesi önemli bir belge olarak karşımıza çıkmaktadır. Virginia İnsan Hakları Bildirgesi'nin 12. Maddesinde “*Özgürlüğün en güçlü kalelerinden birisi de basın özgürlüğüdür; despotik yönetimler dışında, asla sınırlandırılmaz.*” denilmek suretiyle ifade özgürlüğüne atıfta bulunulmuştur.

Yine 26 Ağustos 1789 tarihinde, demokrasi ve özgürlükler sebep gösterilerek hazırlanan İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi'nin 11. Maddesinde de İfade Özgürlüğüne değinilmiş olup, madde metni şu şekildedir;

“Madde-11 Düşüncelerin ve inançların serbestçe dışavurumu en değerli insan haklarından bir tanesidir. Her bir yurttaş yasaların belirlediği durumlarda bu özgürlüklerin kötüye kullanımından sorumlu olmak şartı ile bu ifadelerini özgürce konuşabilir, yazabilir ve yayınlayabilir.”

İfade özgürlüğü, 10 Aralık 1948 tarihli İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinin 19. Maddesinde de yer almış olup, esasında uygulama yönü olmayan bu bildirge, uluslararası hukukta siyasi gücü olan ve daha sonra insan hak ve özgürlüklerini düzenleyen tüm belgelerin temelini oluşturmuştur. İfade özgürlüğünü düzenleyen 19. Madde şu şekildedir;

“Madde-19 Herkesin düşünce ve anlatım özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak düşüncelerinden dolayı rahatsız edilmemek, ülke sınırları söz konusu olmaksızın, bilgi ve düşünceleri her yoldan araştırmak, elde etmek ve yaymak hakkını gerekli kılar.”

Avrupa Konseyi tarafından, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi esas alınarak ve fakat denetim mekanizması da kurularak hazırlanan, 4 Kasım 1950 tarihinde aralarında Türkiye'nin de bulunduğu onbeş devlet tarafından Roma'da imzalanıp, 3 Eylül 1953 tarihinde yürürlüğe giren İnsan Hakları ve Ana Hürriyetlerini Korumaya Dair Sözleşme kişi hak ve özgürlüklerini uluslararası arenada güvence altına alan en önemli sözleşme olup, çalışmamız açısından da önem arz etmektedir. Türkiye bireysel başvuru hakkını 28.01.1987 tarihinde tanımış, 22.01.1990 tarihinde ise AİHM'nin yargılama yetkisini kabul etmiştir. (Gölcüklü/Gözübüyük akt. Dülger, 2015:856) Türkiye AİHM'nin yargılama yetkisini kabul ederek bu hukuk sistemine tam anlamıyla dahil olmuş, sözleşme Türkiye açısından tam işlerlik kazanmış ve bir anda aleyhine açılan çok sayıda dava ile karşılaşmıştır. (Karakuş akt. Dülger, 2015:856)

AİHS ile kişi hak ve özgürlükleri ihlal edilen kişiler, hukuk yoluna başvurarak ihlalin giderilmesini ve zararın tazminini isteyebilmektedirler. Yine ülkemiz açısından bakıldığında, özellikle Anayasanın 90. Maddesinde yapılan değişikliklerle, temel hak ve özgürlükler alanında imzalanan uluslararası sözleşmelerin iç hukuk gibi ve hatta iç hukukla çatıştığı durumlarda öncelikli olarak uygulanması gerektiği düzenlemesinden sonra, demokratikleşme yolunda önemli adımlar atılmıştır.

İfade özgürlüğü AİHS'nin 10. Maddesinde düzenlenmiş olup, esas olarak AİHM kararları ile somutlaştırılmış ve ülkelerde tek düze bir uygulama oluşması sağlanmıştır. ([http://]bianet.org, Erişim Tarihi: 05.01.2017) Bir ilkesel yaklaşım olarak, 10. Madde herhangi bir kişi, grup veya medya türü tarafından yayılan her türlü düşünceyi koruma altına almaktadır. Komisyonun içeriğe yönelik uyguladığı tek kısıtlama ırkçılık ve Nazi ideolojisinin savunulmasına, düşmanlık ve ırksal ayrımcılığa teşvike yönelik düşünceler üzerine olmuştur. (Macovei, 2005:9) Yine 17. Madde ile ifade özgürlüğünün, AİHS tarafından korunan diğer hak ve özgürlükleri ortadan kaldıracak şekilde kullanılmayacağı da belirtilmiştir.

Söz konusu madde iki fıkradan oluşmakta olup; ilk fıkra da korunacak özgürlükler tanımlanırken, ikinci fıkra da ise sınırları yani devletlerin ifade özgürlüğünün kullanılmasına müdahalesinin meşru olacağı durumlar belirtilmektedir.

“Madde 10-İfade özgürlüğü

1. Herkes görüşlerini açıklama ve anlatım özgürlüğüne sahiptir. Bu hak, kanaat özgürlüğü ile kamu otoritelerinin müdahalesi ve ülke sınırları söz konusu olmaksızın haber veya fikir almak ve vermek özgürlüğünü de içerir. Bu madde, devletlerin radyo, televizyon ve sinema işletmelerini bir izin rejimine bağlı tutmalarına engel değildir.

2. Kullanılması görev ve sorumluluk yükleyen bu özgürlükler, demokratik bir toplumda, zorunlu tedbirler niteliğinde olarak, ulusal güvenliğin, toprak bütünlüğünün veya kamu emniyetinin korunması, kamu düzeninin sağlanması ve suç işlenmesinin önlenmesi, sağlığın veya ahlakın, başkalarının şöhret ve haklarının korunması veya yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması için yasayla öngörülen bazı biçim koşullarına, sınırlamalara ve yaptırımlara bağlanabilir.”

Birinci fıkra incelendiğinde görüleceği üzere ifade özgürlüğü çatısı altında üç özgürlük koruma altına alınmıştır. Bunlar “kanaat sahibi olma, bilgi ve kanaatlere ulaşma ve bilgi ve kanaatleri açıklama” özgürlüğüdür. Söz konusu maddenin ikinci fıkrası gereği ise bu özgürlüklerin sınırlandırılmasının çok belirgin ölçütlere göre yapılması gerekmektedir. Bunlar dışında yapılan sınırlandırmalar demokratik toplum düzeni ile bağdaşmadığı gibi AİHS’ye de aykırılık teşkil edecektir.

İfade özgürlüğünün sınırlandırılabilmesi için gerekli ölçütler AİHS tarafından sınırlı olarak sayılmış olup; müdahalenin demokratik bir toplum için gerekli olması, söz konusu sınırlamanın kanunla yapılması ve müdahalenin meşru bir amacının olması gerekmektedir. Bunlar ise; ulusal güvenlik, düzenin savunulması, toprak bütünlüğü ya da kamu güvenliği, sağlığın, ahlakın ve başkalarının haklarının korunması, suçun önlenmesi, gizli belgelerin ifşasını önleme ve yargı erkinin tarafsızlığını ve otoritesini güvence altına almaktır. Sözleşmeye taraf ülkelerin herhangi birinde ülkenin yetkili mercileri üç koşulun hepsi birden gerçekleştiğinde ifade özgürlüğünün kullanımına müdahale edebilmektedir. Bu durumda meşru amacın ispat yükü devlete aittir. AİHM,

takdir hakkını devletlere bırakmakla birlikte yukarıda sayılan ölçütler çerçevesinde denetim işlevi görmektedir.

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) birçok kararında, düşünceyi açıklama özgürlüğünü, demokratik toplumların ilerlemesi ve her bireyin gelişimi için temel şartlardan biri olarak kabul etmiştir. İşte bu sebeptir ki, ifade özgürlüğünün demokratik bir sistemin ön koşulu olduğu söylenebilmektedir. Daha önce de belirttiğimiz gibi devletler, herhangi bir ifade türüne müdahale ettiklerinde bunu gerekçelendirmekle yükümlüdür. (Macovei, 2005:9)

AİHS ifade özgürlüğünün kamu makamlarının müdahalesi olmaksızın ve ulusal sınırlara bakılmaksızın yazılı basın, radyo, TV, sinema ve çalışmalarımızın konusu olan internet(sosyal medya) gibi ifade araçlarını da kapsadığını belirtmekte ve Mahkeme tarafından verilen kararlarla da bu hususları somutlaştırmaktadır. (Association v. Fransa, 17.07.2011, No:9248/81)

Yine AİHM tesis ettiği somut uygulama hukuku ile İfade Özgürlüğü noktasında bir takım temel ilkeler benimsemiştir. Bu ilkeleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

1. İfade özgürlüğü demokratik toplumun temelidir.
2. İfade özgürlüğünden herkes faydalanır.
3. Düşünce araçları da ifade özgürlüğü kapsamındadır.
4. İfade özgürlüğü, belli meşru amaçlar ile sınırlandırılabilir.
5. Sınırlama konusunda, devletlerin takdir yetkisi bulunmaktadır. Ancak bu yetki sınırsız değildir.
6. Sınırlama hukuk tarafından öngörülmelidir.
7. Sınırlama, demokratik toplumda gerekli ve hedeflenen meşru amaçlarla orantılı olmalıdır.
8. Sınırlamanın özellik ve ağırlığı dengeli olmalıdır.
9. İfade özgürlüğü görev ve sorumluluklara uygun olarak kullanılmalıdır. (Bozkurt ve Dost, 2002:51-56)

3.1.3. Ulusal Hukukumuzda Sağlanan Koruma Sistemi

Türkiye, 27 Mayıs 1949 tarihinden itibaren İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin, 18 Mayıs 1954 tarihinden itibaren Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin ve 23 Eylül

2003 tarihinden itibaren ise Siyasi ve Medeni Haklar Sözleşmesinin tarafıdır. Bu sebeple öncelikle şunu ifade etmek gerekir ki, uluslararası düzenlemelerdeki normlar Anayasamızın 90.maddesi gereği iç hukukumuzda dâhildir. Ayrıca bu sözleşmeler üye ülkelerde ortak bir insan hakları anlayışının oluşturulması ve devamı için hazırlanmış olup, üye ülkelerden sözleşme hükümlerine uymaları ve iç hukuk kurallarını da bu doğrultuda düzenlemeleri beklenmektedir. Ülkemizde gerek Anayasa'daki gerekse diğer kanunlardaki düzenlemelerin söz konusu sözleşmelere uyumlu olduğunu söyleyebiliriz. Uygulama konusunda ise durum o kadar da iç açıcı değildir.

İfade özgürlüğü ile ilgili olarak Anayasa'nın 25. Maddesi'nde düşünce ve kanaat özgürlüğü, 26. Maddesinde ise düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğü düzenlenmiştir. Anayasanın 25. Maddesine göre, *“Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir. Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce ve kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz.”* ([<https://mevzuat.gov.tr>, Erişim Tarihi: 27.11.2016) Düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünü düzenleyen 26. Maddeye göre ise, *“Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir.”*

“(Değişik: 3.10.2001-4709/9 md.) Bu hürriyetlerin kullanılması, millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, Cumhuriyetin temel nitelikleri ve Devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünün korunması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlanabilir.” ([<https://mevzuat.gov.tr>, Erişim Tarihi: 27.11.2016)

26. madde de tıpkı AİHS'nin ifade özgürlüğünü düzenleyen 10. Maddesinde olduğu gibi ikili bir düzenlemeye gidilmiş; birinci fıkrada kapsam, ikinci fıkrada ise sınırlamalara yani devletin meşru müdahale hallerine yer verilmiştir. Ayrıca madde, düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünün yanında kablo ve uydu yoluyla yayın, internet (sosyal medya), data transferi vs. alt yapısını oluşturmaktadır. Yine haber

aktarımı da düşünce açıklamasıyla aynı koruma düzenine tabi tutulmuştur. Bu açıdan bakıldığında 26. Maddenin bir taraftan düşüncelerin kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılmasını, diğer taraftan ise bilgi alma özgürlüğünü düzenlediği görülmektedir.

Maddenin son fıkrasındaki “*Düşünceyi açıklama ve yayma hürriyetinin kullanılmasında uygulanacak şekil, şart ve usuller kanunla düzenlenir.*” hükmü ile ikinci fıkrada öngörülen sınırlandırma amaçlarına aykırı yazılı ve basılı kâğıtlar, ses ve görüntü araçlarıyla diğer açıklama ve yayma araçlarına ilişkin hukuksal yaptırımların kanun koyucu tarafından düzenlenmesine imkân tanınmıştır. (Can, 2002:516) Bunun dışında düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünün kanun ile düzenlenmesi söz konusu değildir.

Anayasa’da yer alan bu düzenlemelerin dışında Türk Ceza Kanunu’nun “*İnanç, düşünce ve kanaat hürriyetinin kullanılmasını engelleme*” başlıklı 115. Maddesi’nde,

“(1) “*Cebir veya tehdit kullanarak, bir kimseyi dini, siyasi, sosyal, felsefî inanç, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya veya değiştirmeye zorlayan ya da bunları açıklamaktan, yaymaktan meneden kişi, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.*”

(2) (Değişik: 2/3/2014-6529/14 md.) *Dini inancın gereğinin yerine getirilmesinin veya dini ibadet veya ayinlerin bireysel ya da toplu olarak yapılmasının, cebir veya tehdit kullanılarak ya da hukuka aykırı başka bir davranışla engellenmesi hâlinde, fail hakkında birinci fıkra göre cezaya hükmolunur.*

(3) (Ek: 2/3/2014-6529/14 md.) *Cebir veya tehdit kullanarak ya da hukuka aykırı başka bir davranışla bir kimsenin inanç, düşünce veya kanaatlerinden kaynaklanan yaşam tarzına ilişkin tercihlerine müdahale eden veya bunları değiştirmeye zorlayan kişiye birinci fıkra hükmüne göre ceza verilir.*” ([[https://](https://mevzuat.basbakanlik.gov.tr)]mevzuat.basbakanlik.gov.tr, Erişim Tarihi: 01.12.2016) hükmü ile de ifade hürriyetine atıfta bulunulmuş ve bireylerin inanç ve düşüncelerinin açıklanması veya gereğinin yerine getirilmesinin engellenmesi noktasında cezai müeyyideler öngörülmüştür.

Son olarak, ifade özgürlüğü başlığı altında TCK’nın “ifade özgürlüğüne sınır getirdiği” gerekçesiyle en fazla eleştirilen 301. Maddesine de değinmek gerektiği kanaatindeyiz. Zira, söz konusu madde AİHM’nin ifade özgürlüğünün ihlal edildiği gerekçesiyle Türkiye aleyhine en çok karar verdiği maddedir. Maddeye göre;

“ 1) Türk Milletini, Türkiye Cumhuriyeti Devletini, Türkiye Büyük Millet Meclisini, Türkiye Cumhuriyeti Hükümetini ve Devletin yargı organlarını alenen aşağılayan kişi, altı aydan iki yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

2)Devletin askerî veya emniyet teşkilatını alenen aşağılayan kişi, birinci fıkra hükmüne göre cezalandırılır.

3)Eleştiri amacıyla yapılan düşünce açıklamaları suç oluşturmaz.

4)Bu suçtan dolayı soruşturma yapılması, Adalet Bakanının iznine bağlıdır.”
([https://]mevzuat.basbakanlik.gov.tr, Erişim Tarihi: 01.12.2016)

5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu 26 Eylül 2004 tarihinde kabul edilmiş, 1 Haziran 2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Söz konusu düzenleme ise 1926 tarihli Ceza Kanun’unun 159. Maddesinde bulunmakla birlikte, bir takım değişiklikler yapılarak yeni Ceza Kanunu’nun 301. maddesi ile yerini korumuştur. Gerek ülkemizin etnik yapısı, gerek uygulama konusundaki problemler ve en çok da siyasi sebeplerle üzerinde birçok tartışma yaşanmış olması bir takım değişiklikleri zaruri kılmış ve 2008 yılında yapılan değişiklikle birlikte madde metni toplam sekiz kez değiştirilmiştir.

Söz konusu suçlar, esas olarak devletin varlığını, devamını ve düzenini konu almaları nedeniyle, devletin öz varlık ve menfaatlerini zedelemekte; en üst politik menfaatleri ilgilendirmekte ve tarihin en eski çağlarından beri de cezalandırılmaktadır. Bununla birlikte günümüzde birçok ülkenin ceza kanunlarında da devlet kurumlarının, anayasal düzenin, kamu düzeninin korunmasına ilişkin ceza ve yaptırımlar bulunmaktadır.

Daha önce de belirttiğimiz gibi, madde ile ilgili, uygulama konusundaki problemler dışında ekseriyetle siyasi tartışmalar söz konusu olduğundan bunlara girmeyeceğiz. Ancak tarihin her döneminde ve günümüzde birçok Avrupa ülkesinde bu ve benzeri düzenlemelerin olduğu gözetildiğinde yapılan tartışmaların siyasetten öteye gidemeyeceği, uygulamada ki problemler çözüldüğü takdirde madde metni ile ilgili herhangi bir problem olmadığı kanısındayız.

3.1.4. İfade Özgürlüğü ve Sosyal Medya

İnternet ifade özgürlüğünün en etkin şekilde kullanıldığı mecradır. Nitekim internetin dışındaki tüm alanlar (siyasi partiler, yazılı ve görsel basın, toplantı ve gösteri yürüyüşleri vs.) bir şekilde engellenebilmekte ya da etkilenebilmektedir. Ancak, internetin bağımsız, yöneticisiz ve dağınık yapısı bu tür müdahalelere elverişli değildir.

İnternetin ilk ortaya çıktığı zamanlarda pek fark edilmeyen bu özelliği, zamanla toplumsal olaylarda, hükümetleri protesto etmede ya da terörizm gibi konularda etkin olarak kullanılması sonucu siyasi iktidarları çeşitli tedbirler almaya sevk etmiştir. Alınan tedbirler internet üzerinden işlenen suçlardan hakları zedelenen kişilerin kişilik hakkının korunması, terörizm, suçun önlenmesi gibi sebeplerle yapılmaktadır. Bu noktada önemli olan husus ise, ifade özgürlüğü ile korunan hukuki değer arasında denge kurulmasıdır.

Aksi takdirde düşünme için gerekli araçlar insanların elinden alınarak toplum istenilen şekilde kontrol edilecek ve farklı düşüncelere yaşam hakkı tanınmayacaktır. Nihai olarak ifade özgürlüğü kavramının içeriği iyice belirlenmeli ve sadece yazılı basın değil, başta internet ve sosyal medya olmak üzere her türlü düşünce açıklama şekli bu özgürlüğün kapsamı içerisinde değerlendirilmelidir.

Ülkemizde 2001 yılına kadar internetin düzenlenmesine ilişkin müdahaleci olmayan bir yaklaşım benimsenmiş ve özel bir mevzuat düzenlenmeyerek genel hükümler yeterli görülmüştür. Bu hususta, internette yayınlanan içerikle ilgili ülkemizdeki ilk mahkûmiyet olması hasebiyle Coşkun Ak davası önemlidir. Coşkun Ak, Süperonline şirketinin interaktif bölümler koordinatörü olarak çalıştığı dönemde, Türkiye’de insan hakkı ihlalleri konusunda açılan foruma kimliği belirlenemeyen bir üye tarafından yazılan mesaj nedeniyle eski TCK 159. Maddesi gereğince yargılanmış ve yapılan yargılama sonucu ise İstanbul 4. Ağır Ceza Mahkemesi tarafından 40 ay ağır hapis cezasına hükmolunmuştur. Verilen karar Coşkun Ak vekili tarafından temyiz edilmiş, “suç içeren içerikten Coşkun Ak’ın ya da başkasının sorumlu olup olmayacağı konusunda üniversitelerden seçilecek bilirkişilerin vereceği rapora bakılarak karar verilebileceği” gerekçesiyle Yargıtay tarafından bozulmuştur. Yerel mahkeme vermiş olduğu kararda direnmiş, ancak TCK’nın ilgili 159 maddesinde yapılan değişikliğe dayanarak cezayı 6 milyon TL. para cezasına çevirmiştir. Verilen karar tekrar temyiz edilmiş, Yargıtay ise kararın uygulanmasında ısrar ederek, dava sürecinde 159.

Maddeye eklenen “*Tahkir, tezyif ve sövme kastı bulunmaksızın, sadece eleştirmek maksadıyla yapılan düşünce açıklamaları cezayı gerektirmez.*” hükmünün dikkate alınmasını istemiştir. Böylece yeniden görülen dava 24 Nisan 2003 tarihinde Coşkun Ak’ın beraatıyla sonuçlanmıştır. ([http://]www.turk-internet.com, Erişim Tarihi: 08.12.2016)

Günümüzde ise internet ortamında yayın yasaklarının hangi koşullarda gerçekleşeceği 04.05.2007 tarihli ve 5651 sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun”un 8. Maddesi ile bağlı yönetmeliğin 12. Maddelerinde katalog suç olarak sayılmıştır. Söz konusu Kanun’un 8. Maddesine göre internet ortamında paylaşılan ve içeriği aşağıdaki suçları oluşturduğu konusunda yeterli şüphe bulunan yayınlarla ilgili erişimin engellenmesi kararı verilebilmektedir. Bu suçlar; “*İntihara yönlendirme (TCK madde 84), Çocukların cinsel istismarı (TCK madde 103), Uyuşturucu ve uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma (TCK madde 190), Sağlık için tehlikeli madde temini (TCK madde 194), Müstehcenlik (TCK madde 226), Fuhuş (TCK madde 227), Kumar oynanması için yer ve imkan sağlama (TCK madde 228) ve 25.07.1951 tarih ve 5816 Sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanun’da yer alan suçlar*” olarak sıralanmaktadır. Ayrıca 12.07.2013 tarihli ve 6495 Sayılı Kanun’un 47. Maddesi ile 5651 Sayılı Kanun’un 8. Maddesine eklenen 14. fıkra ile “14.03.2007 tarihli ve 5602 Sayılı Şans Oyunları Hasılatından Alınan Vergi, Fon ve Payların Düzenlenmesi Hakkında Kanun’un 3. maddesinin birinci fıkrasının (ç) bendinde tanımlanan kurum ve kuruluşların, kendi görev alanına giren suçların” internet ortamında işlendiğinin tespiti halinde, bu yayınlarla ilgili erişimin engellenmesi kararı verebilecekleri, ancak bu kararlarının uygulanmak üzere BTK’ya gönderileceği düzenlenmiştir.

Yine Kanun’a sonradan eklenen 8/A maddesinde “gecikmesinde sakınca bulunan hallerde içeriğin çıkarılması veya erişimin engellenmesi” durumu düzenlenmiş olup, söz konusu maddeye göre;

“ - *Yaşam hakkı ile kişilerin can ve mal güvenliğinin korunması, millî güvenlik ve kamu düzeninin korunması, suç işlenmesinin önlenmesi veya genel sağlığın korunması sebeplerinden bir veya bir kaçına bağlı olarak hâkim veya gecikmesinde sakınca bulunan hâllerde Cumhurbaşkanlığı,*

- *Veya millî güvenlik ve kamu düzeninin korunması, suç işlenmesinin önlenmesi veya genel sağlığın korunması ile ilgili bakanlıkların talebi üzerine Başkan tarafından internet ortamında yer alan yayınlara ilgili olarak içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararı verilebilir.*

- *Karar, Başkan tarafından derhâl erişim sağlayıcılara ve ilgili içerik ve yer sağlayıcılara bildirilir. İçerik çıkartılması ve/veya erişimin engellenmesi kararının gereği, derhâl ve en geç kararın bildirilmesi anından itibaren dört saat içinde yerine getirilir”*

5651 Sayılı Kanun kapsamında bir site ile ilgili erişimin engellenmesi kararı verilebilmesi için, yalnızca kanun metninde yer alan katalog suçlardan birinin oluşması gerekmektedir. Uygulamada karşılaştığımız ve farklı suç tiplerinden dolayı verilen engelleme kararlarının ise herhangi bir kanuni dayanağı bulunmamakta olup, ifade özgürlüğü açısından da risk teşkil etmektedir. Bununla birlikte, bir site ile ilgili olarak erişimin engellenmesi kararı verilebilmesi için gerekli kriter “yeterli şüphe” değil “kuvvetli şüphe” olmalıdır. (Bozbel akt. Koç, 2013:68)

Söz konusu Kanun’un 8. Maddesinin 11. Fıkrasına göre “*idari tedbir olarak verilen erişimin engellenmesi kararının gereğini yerine getirmeyen erişim sağlayıcılara on bin TL’den yüz bin TL’ye kadar idari para cezası*”na hükmedilebilecektir. Ayrıca idari para cezası verildiği andan itibaren yirmi dört saat içinde kararın gereğinin yerine getirilmemesi durumunda BTK tarafından erişim sağlayıcılığı hizmeti verilebilmesine ilişkin yetkilendirmenin iptaline de karar verilebilecektir.

Yine 5651 Sayılı Kanun, erişim engelleme kararı verebilecek yetkili bir organ olarak Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunu da (BTK) ayrıca belirlemiştir. Aslında yapılan ilk düzenleme de bu yetki Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı’na verilmiş, ancak 15 Temmuz 2016 sonrası olağanüstü hal süresince yapılan 671 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında TİB kapatılarak bütün yetkileri BTK’ya devredilmiştir. Bu kanun kapsamında BTK, 8. Maddede yer alan katalog suçlardan birinin oluştuğuna dair yeterli şüphe oluşması ve içerik ve/veya yer sağlayıcının yurt dışında bulunması durumunda hakim onayına bağlı olmaksızın erişim engelleme kararı verebilmektedir. Bir eylemin suç oluşturup oluşturmadığının tespiti ancak yargı organları tarafından yapılmalıdır, ağır sonuçlar doğurabilecek erişime engelleme kararlarında da idari bir

Kuruma böyle bir yetkinin verilmesi kabul edilemez. Ayrıca bu yetkinin verilmiş olması yargı yetkisinin devri anlamına da gelmektedir ki, temel hak ve özgürlüklere kısıtlama getiren bu tür bir kararı verme yetkisinin BTK gibi idari bir kuruma verilmiş olması, bu yönüyle Anayasa ve AİHS' ye de aykırıdır. Nitekim hem Anayasa Mahkemesi hem de AİHM, BTK'nın iletişimin engellenmesi kararlarının İfade Özgürlüğünü ihlal ettiğini belirtmektedir. Yine, BTK tarafından re'sen alınan erişim engelleme kararları idari işlem niteliğinde olduğundan, bunlardan kaynaklanan bir hak kaybı nedeniyle idari yargıda tam yargı davasının açılması da mümkündür.

Anayasa Mahkemesi'nin Twitter'a erişimin engellenmesinin AİHS'nin 10. Maddesini ihlal ettiğine dair 02.04.2014 tarihli kararı konumuz açısından önem arz etmektedir. Şöyle ki; TİB, İstanbul Anadolu 14. Asliye Ceza Mahkemesinin 03.02.2014 tarih ve 2011/795 sayılı, Samsun 2. Sulh Ceza Mahkemesinin 04.03.2014 tarih ve 2014/223 sayılı, İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığının 07.03.2014 tarih ve 2011/762 sayılı, İstanbul Anadolu 5. Sulh Ceza Mahkemesinin 18.03.2014 tarih ve 2014/181 sayılı kararlarına istinaden koruma tedbiri uygulamış ve twitter.com adresine ulaşım engellenmiştir.

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Kerem Altıparmak ile İstanbul Bilgi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi Yaman Akdeniz ise, TİB tarafından 24.04.2014 tarihinde verilen Twitter'a erişimin engellenmesi kararının, Anayasa'nın 26., 27., 40. ve 67. maddelerini ihlal ettiğini belirterek 24-25.03.2014 tarihlerinde Anayasa Mahkemesine başvurmuşlardır.

Bu arada söz konusu erişimin engellenmesi işlemine karşı Türkiye Barolar Birliği Başkanlığı tarafından TİB ve BTK hasım gösterilerek yürütmeyi durdurma istemli olarak açılan idari davada, Ankara 15. İdare Mahkemesi "*Dava konusu işlemin 'twitter.com' isimli internet sitesine erişimin tamamen engellenmesine ilişkin olması, bu durumun Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ile güvence altına alınan ifade ve haberleşme hürriyetini kısıtlayabilecek nitelikte olması ve uygulanması halinde telafisi güç zarar doğurabilecek nitelikte bulunması*" nedeniyle işlemin yürütmesinin durdurulmasına oyçokluğuyla karar vermiştir.

Anayasa Mahkemesi ise vermiş olduğu kararda, "ifade özgürlüğünün, sadece 'düşünce ve kanaate sahip olma' özgürlüğünü değil aynı zamanda 'düşünce ve kanaati

(görüşü) açıklama ve yayma’, buna bağlı olarak ‘haber veya görüş alma ve verme’ özgürlüklerini de kapsadığı; yine çoğulculuğun, hoşgörünün ve açık fikirliliğin temeli olup bu özgürlük olmaksızın ‘demokratik toplumdan’ bahsedilemeyeceği; Anayasa’nın 26. maddesi gereği sadece düşünce ve kanaatlerin değil bunların ifade ediliş tarz, biçim ve araçlarının da söz konusu güvenceden yararlanması gerektiği; internetin modern demokrasilerde başta ifade özgürlüğü olmak üzere temel hak ve özgürlüklerin kullanılması bakımından önemli bir araç olduğu; düşünceyi açıklamanın günümüzde en etkili ve yaygın yöntemlerinden biri haline gelen internet ve sosyal medya araçları konusunda yapılacak düzenleme ve uygulamalarda devletin ve idari makamların çok hassas davranmaları gerektiği; düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünün sınırsız olmadığı ancak Anayasa’nın 13. Maddesi gereği yalnızca kanunla sınırlanabileceği, bu sınırlamanın demokratik toplum düzeninin gereklerine ve ölçülülük ilkesine aykırı olamayacağı, hakların özüne dokunulamayacağı; devletin ve kamu otoritelerinin takdir yetkisinin Anayasa Mahkemesi’nin denetimine tâbi olduğu; TİB tarafından gerekçe olarak gösterilen mahkeme kararlarının sadece belli URL adreslerine erişimin engellenmesine yönelik olduğu; TİB’in ilgili mevzuat hükümleri gereğince erişimin engellenmesine ilişkin kararının kural olarak bir yargı kararını gerektirdiği, bu konuda görevli mahkemelerin sulh ceza mahkemeleri olduğu ve mahkemelerce verilen kararın niteliği itibariyle bir ceza muhakemesi koruma tedbiri olduğu, TİB’in kararına dayanak gösterdiği mahkeme kararlarını aşan işlemin kanuni dayanağı olmaksızın ve sınırları belirsiz bir yasaklama kararı ile engellenmesinin demokratik toplumların en temel değerlerinden biri olan ifade özgürlüğüne ağır bir müdahale oluşturduğu” gerekçeleriyle engellenmenin kaldırılmasına hükmetmiştir. ([http://]kararlaryeni.anayasa.gov.tr, Erişim Tarihi:10.01.2017)

Günümüz için internet iletişiminin engellenmesi ya da sınırlandırılmasının yasalarla, uluslararası antlaşmalarla, ulus üstü kurumlarca ya da kendi kendine denetim şeklinde olması gerektiği yönünde dört farklı görüş bulunmaktadır. (Dülger, 2015:922) Ancak bu görüşlerden hangisi tercih edilirse edilsin yapılacak engelleme ya da sınırlamanın ifade özgürlüğünden en az ödün verecek şekilde ve aradaki hassas denge korunarak, ayrıca siyasi iktidarın da basını susturmak için araç olarak kullanılmasının önüne geçilerek yapılması gerekmektedir.

Son olarak belirtmek gerekir ki, erişim engellemesi için çok farklı teknikler kullanılmakla beraber yüzde yüz başarılı bir teknik bulunmamaktadır. (Zittrain/Palfrey akt. Dülger, 2015:873) Erişim engellemede kullanılan her tekniğin kendine özgü güçlü ve zayıf yanları bulunmaktadır. Çin ve Suudi Arabistan gibi dünyanın en gelişmiş erişim engelleme sistemlerine sahip ülkeleri bile birçok içeriği engellemede çaresiz kalmaktadır. (Dülger, 2015:873)

3.2. Kişilik Hakkı

3.2.1. Kişilik Hakkının Tanımı Ve Kapsamı

Kişilik hakkı, sınırları mutlak bir şekilde belirlenemeyen, soyut nitelikli bir kavram olduğundan yasalarımızda tanımlanmamıştır. Öğretide ve mahkeme kararlarında ise bir takım kişisel varlıklar sayılarak, kişilik hakkının bu varlıklar üzerinde bir hak olduğu belirtilmiş ve bu doğrultuda çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Genel anlamda kişilik hakkı, kişisel değerler üzerinde söz konusu olan şahsa bağlı mutlak bir haktır. (Çetin, 2014:1025) Yaşam, özgürlükler, sağlık, bedensel ve ruhsal bütünlük, özel hayat, şeref ve haysiyet, ilmi ve mesleki kişilik, resim, isim, gizlilik ve fikri-ekonomik faaliyetler gibi kişisel değerler üzerindeki haklar kişilik hakkını ifade etmektedir. O halde kişilik hakkı kavramı; kişiyi var eden, kişiliğini serbestçe geliştirmesini ve diğer kişilerden de farklılığını sağlayan bütün varlıklar üzerindeki haktır. (Fırat, 2015:107)

Yine kişilik hakkı, bireyin maddi ve bedeni tamlığına, menfaat ve ilişkilerine yönelik oluşabilecek saldırılardan diğer bireylerin kaçınmasını isteme yetkisi veren bir hak olarak da ifade edilmektedir. Bu doğrultuda kişilik hakları, bireylere çeşitli haklar tanıırken bir takım yükümlülükler de yüklemektedir.

Kişilik hakkının evrensel vasıfları, Uluslararası hukuktaki düzenlemelere paralel bir şekilde Anayasamızın 12. Maddesinde de ifade bulmuştur. Bu hükme göre kişilik hakkının temel nitelikleri şu şekildedir;

- Kişilik hakkı mutlak bir haktır. Bunun sonucunda herkese karşı ileri sürülebilmekte, tanınması ve saygı gösterilmesi herkesten istenebilmektedir. Kişi bu hakka sahip olmakla beraber başkalarının haklarına saygı göstermekle de yükümlüdür.

- Yine kişilik hakkı tekelci (inhisari) bir haktır, kişinin doğumuyla kendiliğinden kazanılmakta ve ölümlerle birlikte sona ermektedir. Kişilik hakkı tekelci bir hak olduğundan başkasına devredilememekte, zamanaşımına uğramamakta, vazgeçilememekte, iflas masasına girmemekte ve yalnızca hak sahibi tarafından kullanılabilir.

- Kişilik hakkı şahsa sıkı sıkıya bağlı haklardanır. Kişilik hakkından feragat etmek mümkün olmamakla birlikte, yasaya ve genel ahlaka aykırı bir şekilde sınırlandırılması da mümkün değildir.

- Kişilik hakkı malvarlığı hakkı değil, kişi varlığı hakkıdır. Hukuk düzeni tarafından bu hak kapsamında korunan vücut bütünlüğü, şeref ve haysiyet, özel hayat gibi hukuki değerler para ile ölçülememekte, doğrudan doğruya ekonomik bir karşılık taşımamaktadır. Ancak bu durum kişisel değerlerin ihlal edilmesi sonucunda kişinin malvarlığında herhangi bir maddi zarar oluşmayacağı anlamına da gelmemektedir.

Öğretide çoğunlukla benimsenmiş görüşe göre, kişilik hakkının kapsamı içerisinde yer alan kişisel değerler duygusal kişilik değerleri, fiziki (maddi) kişilik değerleri ve sosyal kişilik değerleri olarak üç kategoriye ayrılmaktadır. Kişinin yaşamı, vücut tamlığı, sağlık hakkı ve ruh tamlığı fiziki kişilik değerlerine girerken; aile bütünlüğü, zihin ve irade yaşamı, ailesiyle ve yakınlarıyla kurmuş olduğu ilişkiye saygı duyulmasını isteme hakkı ise duygusal kişilik değerlerine girmektedir. Sosyal kişilik değerleri kişinin toplum içindeki konumunun korunmasına yönelik değerler olup; isim, resim, unvan, marka ve firma adı gibi kişiyi toplum içinde tanıtmaya yarayan değerler ise bu gruba girmektedir.

Karahasan'a göre kişisel değerlerin çeşitleri ise şu şekilde sıralanabilmektedir: Kişi, insan olarak doğumla gelen değerlerden başka, toplumsal hayattan türeyen bazı değerlere de sahiptir. Hukuk düzeni bir taraftan vücut tamlığı, sağlık, yaşam ve ruhsal tamlık gibi kişinin varlığından ileri gelen değerleri; diğer taraftan ise isim, onur, saygınlık, özel yaşam, sır alanı gibi toplum içindeki yerine ve etkinliğine yönelik dış değerleri saymakta ve korumaktadır. İşte kişisel değerler, bu doğrultuda sınırlandırmaya bağlı tutulabilmektedir. Kişinin insan olmasından ileri gelen kişisel değerleri; yaşamına,

sağlığına, beden tamlığına ve ruhsal yaşamına ilişkin varlıkları kapsamaktadır. (Ongun, 2013:34)

Kişilik hakkı, zaman ve mekâna göre değişen, dinamik nitelikteki haklardandır. (Açıkgöz, 2009:9) Genel bir kişilik hakkının yanında, tekil varlıklar üzerinde kendi başına olan kişilik hakları da mevcuttur. Bu haklar sahiplerine, tek başına olan bir kişisel varlık üzerinde egemenlik ve başkalarının saldırılarından korunmayı isteme yetkisi sağlamaktadır. Medeni Kanun'un 25. Maddesinde yer alan "isim üzerindeki hak" da olduğu gibi bunların bir kısmı doğrudan doğruya yasada bir hak oldukları belirtilerek düzenlenmiştir. Yine, hangi varlıkların saldırılardan korunduğuna ve bunların yaptırım gücünün ne olduğuna ilişkin yasa hükümlerinden de tek başına olan kişilik hakları çıkarılabilmektedir. Örneğin Borçlar Kanunu 52 ve 58. Maddelerinden hayat varlığına ve beden tamlığına ilişkin kişilik haklarının çıkarılabilmeye olanağı bulunmaktadır. Yasa koyucu tarafından ayrıca düzenlenmiş bu kişisel haklar, genel nitelikteki kişilik hakkının çeşitli görünüşleri ve yansımaları olarak ifade edilmektedir.

Öğretide kabul gören görüşe göre, şahsın yaşam alanları kamuya açık alan (ortak alan), özel alan ve gizlilik alanı olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Kamuya açık alan, kişinin toplumsal yaşama katılması sonucu, diğer bireylerle paylaştığı yaşam alanı olarak ifade edilirken (Çetin, 2014:118) özel alan ise kişinin yakın çevresiyle paylaştığı alandır. Kişinin yakın çevresinin kendisinden edindikleri bilgileri başkaları ile paylaşması hukuki anlamda problem teşkil etmemekte, ancak bu paylaşımın belirsiz kişiler topluluğuna, başka bir ifadeyle kamuya açıklanması ise hukuka aykırı olarak değerlendirilmektedir. Gizlilik alanı kişinin kendisi ve güvendiği kişiler dışında kimse ile paylaşmadığı, herkese kapalı olan alandır. Özel alandan farklı olarak burada, kendisine bilgi aktarılan kişinin bu bilgiyi başkaları ile paylaşması da hukuki anlamda sorun teşkil etmektedir.

Gerçek kişiler gibi tüzel kişilerinde kişilik hakkına sahip olduğu kabul edilmekte ve söz konusu hukuki korumadan mahiyetleriyle bağdaştığı ölçüde tüzel kişiler de faydalanmaktadır. Bu koruma herhangi bir yasada belirtilmemiş olmakla birlikte, Anayasa'nın ruhu ve amacının bu yönde olduğu çeşitli Yargıtay kararlarında açıkça görülmektedir. Yargıtay 22. Hukuk Dairesi 2017/35256 E. 2017/15081 K. ve 21.06.2017 tarihli Karar'ında; davacıya ait sosyal medya hesabından yapılan paylaşım

ve beğenilerin davalı bankanın kurumsal imajını zedeler nitelikte olduğu ve banka tarafından yapılan feshin geçerli sebebe dayandığından bahisle işe iade isteminin reddine karar vermiştir. ([https://]emsal.yargitay.gov.tr, Erişim Tarihi: 10.02.2018)

Yukarıdaki açıklamalar neticesinde genel anlamda şunu söyleyebiliriz; kişilik hakkı kişinin doğuştan itibaren ve sadece birey olması sebebiyle sahip olduğu, herkese karşı ileri sürülebilen bir haktır. Kişiliği oluşturan ve hukuken korunan maddi, manevi ve ekonomik bütün değerler kişisel değer kapsamındadır.

3.2.2. İletişim Saldırılarına Konu Olma Yönünden Kişilik Hakları

Tarihten bu yana her insanın salt insan olması sebebiyle sahip olduğu belirli ve bilinen kişilik hakları mevcut iken, bilim ve teknolojinin sağladığı ilerlemeler, insan hakları alanında yeni kişisel haklar ve bu hakların tanınmasını/korunmasını da beraberinde getirdiği görülmektedir. (Köseoğlu, 2013:12) İşte kişilik haklarının bu dinamik yapısı sebebiyle ulusal hukukumuz da dâhil hiçbir yasa ile bu haklar sınırlı ve sayılı olarak belirlenmemiştir.

Kişilik haklarının ihlali, hukuki bir işlem ya da haksız fiil aracılığıyla gerçekleşebilmektedir. İletişim saldırılarına en fazla konu olan kişilik hakları ise şeref ve haysiyet, özel yaşamın giz alanı ile özel alanı, aile yaşamı, cinsel yaşam, sosyal ve duygusal kişilik değerleridir. (Köseoğlu, 2013:13)

Toplumdaki değişimler ve teknolojik gelişmeler sayesinde kişilik hakları ihlali çok daha kolay bir hale gelmiştir. Kişinin özel yaşamına ilişkin bilgiler gazete, televizyon, radyo, internet ve sosyal medya aracılığıyla çok daha geniş kitlelere kısa zamanda aktarılabilen ve kişilik hakları ihlal edilebilmektedir. Özellikle sosyal medya, etkileşimli yapısı sebebiyle kişilik hakkı ihlallerini arttıran bir etkiye sahiptir. Bununla birlikte bireyler, kitap, dergi ve gazeteye oranla internete daha kolay ve masrafsız erişebilmektedir. Örneğin; herhangi bir blogda yapılan bir yorum ya da twitter, facebook gibi mecralarda yapılan paylaşımlar aynı anda çok daha fazla kişi tarafından görülebilmekte ve daha fazla etkiye sahip olabilmektedir.

Daha önce de belirttiğimiz gibi, 5651 Sayılı Kanun, ülkemizde internete dair temel nitelikte kanundur. Söz konusu Kanun'un 8. ve 9. Maddeleri her ne kadar internet

üzerinden paylaşılan ve suç teşkil eden yayınlara ilişkin düzenlemeler içeriyor olsalar da, özellikle kişilik haklarının korunması ile ilgili 9. Madde uygulama açısından yetersiz kalmaktadır.

Sonuç olarak, internet kişilik hakkı ihlallerini çoğaltan ve hızlandıran bir etkiye sahiptir. (Hacettepe HFD, 2015:119) İnternet sitelerinde ya da sosyal medyada birçok şekilde ve birçok araçla kişinin gerek şeref ve haysiyeti gerekse özel hayatı ve sırları ihlal edilebilmektedir. İletişim araçlarıyla kişilik haklarının ihlali ile ilgili yeterli düzenleme olmaması ise bu alanda büyük bir boşluk oluşturmakta ve çeşitli sorunlara yol açmaktadır.

3.2.3. Kişilik Haklarının Korunması

Günümüzde hızla gelişen teknoloji ve toplum hayatındaki gelişmeler, her türlü tecavüze açık olan kişilik haklarının korunmasının önemini gittikçe arttırmaktadır. Kişilik hakları önemine binaen hem uluslararası hukukta hem de ulusal hukukumuzda koruma altına alınmış olup; yasalarımızdaki koruma ise kamu hukuku ve özel hukuk kuralları çerçevesinde sağlanmaktadır.

3.2.3.1.Özel Hukuk Bakımından Koruma

Kişilik hakkı Türk Hukuk sisteminde özel hukuk kurallarıyla etkin bir şekilde korunmaktadır. Kişilik haklarını özel hukuk kurallarıyla koruyan temel hükümler, Türk Medeni Kanunu'nun 23, 24, 25. maddeleri ve Türk Borçlar Kanununun 58. Maddesi hükümleri olup, bu hükümler genel-çatı hüküm niteliğindedir. Sosyal medya üzerinden gerçekleşen kişilik hakkı ihlalleriyle ilgili ise 5651 Sayılı Kanun'un ifade hürriyeti bağlamında ele aldığımız 8. Maddesi ile 9. Maddesi de konumuz açısından önem arz etmektedir.

“Vazgeçme ve Aşırı Sınırlamaya Karşı” başlıklı TMK'nun 23. maddesinin 1. fıkrasında kimsenin hak ve fiil ehliyetlerinden kısmen de olsa vazgeçemeyeceği, 2. fıkrasında ise hukuka ve ahlâka aykırı şekilde özgürlüklerini kısıtlayamayacağı düzenlenmiştir. Yine anılan Kanun'un 24. maddesinin 1. fıkrasında hukuka aykırı olarak kişilik hakkına saldırılan kimsenin, hâkimden saldırıda bulunanlara karşı kişilik

hakkının korunmasını isteyebileceği hükme bağlanmış olup; 2. fıkrasında ise saldırıya karşı alınacak önlemler ile izlenecek yöntemin sınırları çizilmiş ve ayrıca hukuka uygunluk nedenleri sıralanmıştır. Buna göre kişilik haklarına saldırılan kimse hâkimden bu saldırıya son verilmesini talep edebilecek; kişinin rızası, daha üstün nitelikte özel ya da kamusal yarar veya kanunun verdiği yetkinin kullanılması nedenlerinden birinin varlığıyla haklı kılınamayan her saldırı ise hukuka aykırılık teşkil edecektir.

Türk Medeni Kanun'un 23. Ve 24. maddeleri ile kişiliğin kime karşı korunduğu hususu doktrinde tartışmalı olup; bizim de kabul ettiğimiz görüşe göre kişilik hakkı 23. Madde ile kişinin kendisine, 24. madde ile ise başkalarından gelen saldırılara karşı korunmaktadır.

Kişilik hakkı saldırıya uğrayan kişinin sahip olduğu haklar ile ilgili düzenlenen 25. madde'ye göre, kişilik haklarına hukuka aykırı bir şekilde saldırıldığını düşünen kişi, 24. maddenin 2. fıkrasındaki hukuka uygunluk nedenlerinden birisi de yoksa hâkimden;

- Saldırı tehlikesinin önlenmesini,
 - Sürmekte olan saldırıya son verilmesini,
 - Sona ermiş olsa bile, etkileri devam eden hukuka aykırı saldırının tespitini,
 - Yapılan düzenleme veya kararın üçüncü kişilere bildirilmesini ya da yayımlanmasını,
- Maddi ve manevi tazminat istemleri ile hukuka aykırı saldırı dolayısıyla elde edilmiş olan kazancın vekâletsiz iş görme hükümlerine göre kendisine verilmesini talep edebilir.

Daha önce de bahsettiğimiz gibi Medeni Kanun'un 23, 24 ve 25. maddeleri kişilik hakkını korumaya yönelik çerçeve hükümlerdir. Hangi varlıkların kişilik hakkı kapsamında değerlendirileceği ve bunlara karşı yapılan müdahalenin hangi hallerde hukuka aykırılık teşkil edeceği bu maddelerde tek tek sayılmamış, ilkeler belirlenerek, hâkime somut olayın özelliklerine göre takdir hakkı bırakılmıştır.

Bununla birlikte, kişilik hakkının ihlâli neticesinde zarara uğrayan kişi, maddi ve manevi tazminat davası da açabilmektedir. Nitekim Borçlar Kanunu'nun 58. maddesi, hak sahibine bu imkânı tanımaktadır:

“Madde 58- Kişilik hakkının zedelenmesinden zarar gören, uğradığı manevi zarara karşılık manevi tazminat adı altında bir miktar para ödenmesini isteyebilir.”

([https://]mevzuat.basbakanlik.gov.tr, Erişim Tarihi:10.12.2016)

TBK 58. Maddesi hükmüne göre tazminata hükmedilebilmesi için kusurlu ve hukuka aykırı tutum neticesinde bir zarar oluşması gerekmektedir.

Sonuç olarak, kişilik haklarının zedelendiğini düşünen kişi, saldırının durdurulması ve etkilerinin tespit edilmesi için Medeni Kanun maddelerinden; oluşan zararın giderilmesi için de Borçlar Kanunu'nun haksız fiile ilişkin düzenlemelerinden yararlanmak durumundadır.

Yukarıda sayılan genel hükümlerin yanı sıra konumuzla ilgili olarak 5651 Sayılı Kanun'un 9. Maddesi de önem arz etmekte olup, madde metni şu şekildedir;

“MADDE 9- (1) İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik haklarının ihlal edildiğini iddia eden gerçek ve tüzel kişiler ile kurum ve kuruluşlar, içerik sağlayıcısına, buna ulaşamaması hâlinde yer sağlayıcısına başvurarak uyarı yöntemi ile içeriğin yayından çıkarılmasını isteyebileceği gibi doğrudan sulh ceza hâkimine başvurarak içeriğe erişimin engellenmesini de isteyebilir.

(2) İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik haklarının ihlal edildiğini iddia eden kişilerin talepleri, içerik ve/veya yer sağlayıcısı tarafından en geç yirmi dört saat içinde cevaplandırılır.

(3) İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik hakları ihlal edilenlerin talepleri doğrultusunda hâkim bu maddede belirtilen kapsamda erişimin engellenmesine karar verebilir.

(4) Hâkim, bu madde kapsamında vereceği erişimin engellenmesi kararlarını esas olarak, yalnızca kişilik hakkının ihlalinin gerçekleştiği yayın, kısım, bölüm ile ilgili olarak (URL, vb. şeklinde) içeriğe erişimin engellenmesi yöntemiyle verir. Zorunlu olmadıkça internet sitesinde yapılan yayının tümüne yönelik erişimin engellenmesine karar verilemez. Ancak, hâkim URL adresi belirtilerek içeriğe erişimin engellenmesi yöntemiyle ihlalin engellenemeyeceğine kanaat getirmesi hâlinde, gerekçesini de belirtmek kaydıyla, internet sitesindeki tüm yayına yönelik olarak erişimin engellenmesine de karar verebilir.

(5) Hâkimin bu madde kapsamında verdiği erişimin engellenmesi kararları doğrudan Birliğe gönderilir.

(6) Hâkim bu madde kapsamında yapılan başvuruyu en geç yirmi dört saat içinde duruşma yapmaksızın karara bağlar. Bu karara karşı 4/12/2004 tarihli ve 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu hükümlerine göre itiraz yoluna gidilebilir.

(7) Erişimin engellenmesine konu içeriğin yayından çıkarılmış olması durumunda hâkim kararı kendiliğinden hükümsüz kalır.

(8) Birlik tarafından erişim sağlayıcıya gönderilen içeriğe erişimin engellenmesi kararının gereği derhâl, en geç dört saat içinde erişim sağlayıcı tarafından yerine getirilir.

(9) Bu madde kapsamında hâkimin verdiği erişimin engellenmesi kararına konu kişilik hakkının ihlaline ilişkin yayının başka internet adreslerinde de yayınlanması durumunda ilgili kişi tarafından Birliğe müracaat edilmesi hâlinde mevcut karar bu adresler için de uygulanır.

(10) Sulh ceza hâkiminin kararını bu maddede belirtilen şartlara uygun olarak ve süresinde yerine getirmeyen sorumlu kişi, beş yüz günden üç bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.” ([https://]mevzuat.basbakanlik.gov.tr, Erişim Tarihi:13.12.2016)

Madde kapsamında değerlendirildiğinde, erişimin engellenmesi kararı yalnızca kişilik hakkı ihlalinin gerçekleştiği yayın, kısım ya da bölüm ile ilgili verilebilmekte, mecbur kalınmadıkça tüm yayına ilişkin verilememektedir. Ancak uygulamada hukuka aykırı bir şekilde erişim engelleme kararları alınmakta ve uygulanmakta; bu durum ise ifade hürriyeti bağlamında sorun teşkil etmektedir.

3.2.3.2.Kamu Hukuku Bakımından Koruma

Kişilik hakkı öncelikle Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, İnsan Hakları Evrensel Bildirisi ve Cenevre Sözleşmeleri gibi uluslararası hukuk kuralları tarafından korunan bir haktır. AİHS'nin 8. Maddesi bu hususta önem arz etmekle birlikte, madde metnine göre; “herkes özel ve aile hayatına, konutuna ve yazışmasına saygı gösterilmesi hakkına

sahiptir.” Bu hakkın kullanılmasının sınırını ise demokratik bir toplumda bir kamu makamının;

- Ulusal güvenlik,
- Kamu güvenliği,
- Ülkenin ekonomik refahı,
- Düzenin korunması,
- Suç işlenmesinin önlenmesi,
- Sağlığın veya ahlakın korunması,
- Başkalarının hak ve özgürlüklerinin korunması

gerekçeleriyle gerekli tedbirleri alması durumu oluşturmaktadır. Bununla birlikte bu müdahalenin yasayla da öngörülmüş olması gerekmektedir.

Daha önceki bölümlerde de bahsettiğimiz gibi, AIHS amaç, konu ve içerik bakımından diğer uluslararası belgelerden farklı özelliklere sahiptir. Sözleşme, ülkelerin iç hukuk rejimlerinde doğrudan doğruya uygulanmakla birlikte, yerel mahkemeler önünde de direk ileri sürülebilecek kurallar bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır. 2004 yılında Anayasamızın 90. Maddesine eklenen son fıkra ile hukuk düzenimizin Avrupa İnsan Hakları Sistemine uyumu önünde önemli bir engel kaldırılmış olup, söz konusu düzenleme şu şekildedir; *“Usulüne göre yürürlüğe konulmuş milletlerarası andlaşmalar kanun hükmündedir. Bunlar hakkında Anayasaya aykırılık iddiası ile Anayasa Mahkemesine başvurulamaz. Usulüne göre yürürlüğe konulmuş temel hak ve özgürlüklere ilişkin milletlerarası andlaşmalarla kanunların aynı konuda farklı hükümler içermesi nedeniyle çıkabilecek uyuşmazlıklarda milletlerarası andlaşma hükümleri esas alınır.”* ([<https://mevzuat.basbakanlik.gov.tr>, Erişim Tarihi:25.12.2016]) Bu düzenleme ile uluslararası andlaşmaların Türk hukukundaki yerine yeni bir boyut getirilmiştir.

Kişilik hakkı uluslararası hukuk kurallarının yanı sıra T.C. Anayasası tarafından da korunmakta olup, genel olarak Anayasanın 2. Kısmında “Temel Hak ve Ödevler” başlığı altında kapsamlı bir şekilde düzenlenmiştir. Anayasanın gerekçesine baktığımızda, bu bölümde yer alan hükümlerde insan hakları öğretisinin günümüzdeki gelişim ve durumu, yaşanan kötü tecrübelerden çıkarılan sonuçlar, İnsan Hakları konusunda Türkiye’nin imzalayıp onayladığı ve bu kapsamda milli hukuka dâhil edilen

uluslararası sözleşmeler, özellikle 1948 Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi ve 1950 Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin göz önünde tutulduğu görülmektedir. ([http://]www.tbmm.gov.tr, Erişim Tarihi: 27.12.2016)

Temel hak ve ödevlerin belirlendiği bu kısım iki bölümden oluşmakta; birinci bölümde temel hak ve hürriyetlerin genel niteliği belirlenerek devletin bu konudaki tutumu irdelenmekte, temel hak ve hürriyetlerin kişiye tanınmış sınırsız bir özgürlük olmadığı, bunların kişiye bazı ödev ve sorumlulukları da yüklediği ifade edilmektedir. İkinci bölümde ise temel hak ve hürriyetler ayrı ayrı ele alınmakta ve birtakım istisnai durumlar sıralanmaktadır.

Anayasanın “Temel Hak ve Hürriyetlerin Niteliği” başlıklı 12. Maddesi şu şekildedir;

“MADDE 12- Herkes, kişiliğine bağlı, dokunulmaz, devredilmez, vazgeçilmez temel hak ve hürriyetlere sahiptir.

Temel hak ve hürriyetler, kişinin topluma, ailesine ve diğer kişilere karşı ödev ve sorumluluklarını da ihtiva eder.” ([https://]mevzuat.basbakanlik.gov.tr, Erişim Tarihi:05.01.2017)

Anayasa'da yer alan bu temel hak ve hürriyetlere yine anayasanın 13. ve 14. Maddeleri ile sınırlama getirilmiş olup madde metinleri şu şekildedir;

“Madde 13 – (Değişik: 3/10/2001-4709/2 md.)

Temel hak ve hürriyetler, özlerine dokunulmaksızın yalnızca Anayasanın ilgili maddelerinde belirtilen sebeplere bağlı olarak ve ancak kanunla sınırlanabilir. Bu sınırlamalar, Anayasanın sözüne ve ruhuna, demokratik toplum düzeninin ve lâik Cumhuriyetin gereklerine ve ölçülülük ilkesine aykırı olamaz.” ([https://]mevzuat.basbakanlik.gov.tr, Erişim Tarihi:06.01.2017)

“Madde 14 – (Değişik: 3/10/2001-4709/3 md.)

Anayasada yer alan hak ve hürriyetlerden hiçbiri, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü bozmayı ve insan haklarına dayanan demokratik ve lâik Cumhuriyeti ortadan kaldırmayı amaçlayan faaliyetler biçiminde kullanılamaz.

Anayasa hükümlerinden hiçbiri, Devlete veya kişilere, Anayasayla tanınan temel hak ve hürriyetlerin yok edilmesini veya Anayasada belirtilenden daha geniş şekilde sınırlandırılmasını amaçlayan bir faaliyette bulunmayı mümkün kılacak şekilde yorumlanamaz.

Bu hükümlere aykırı faaliyette bulunanlar hakkında uygulanacak müeyyideler, kanunla düzenlenir.” ([https://]mevzuat.basbakanlik.gov.tr, Erişim Tarihi:06.01.2017)

Kişilik hakları bakımından 17-40'ıncı maddeler de hâkime yol göstermesi bakımından önem arz etmektedir. Bu hükümler arasında kişilik hakkı ile bağlantılı olarak;

- Kişinin dokunulmazlığı, maddi ve manevi varlığını geliştirme hakkı (m.17),
- Özel hayatın gizliliği ve korunması (m.20),
- Konut dokunulmazlığı (m.21),
- Haberleşme hürriyeti (m.22),
- Yerleşme ve seyahat hürriyeti (m.23),
- Din ve vicdan hürriyeti (m.24),
- Düşünce ve kanaat hürriyeti (m.25),
- Düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti (m.26)
- Bilim ve sanat hürriyeti (m.27) sayılabilmektedir.

Kişilerin kendilerinin bile üzerinde tasarruf haklarının sınırlı olduğu kişilik hakları anayasada genel hükümlerin hemen ardından sıralanmış ve tek tek ele alınmıştır. Kişinin hürriyetlerinden vazgeçemeyeceği, yine hukuka ve ahlâka aykırı olarak sınırlandırmayacağı hükmü ile *-Medeni Kanun'da olduğu gibi-* kişinin hem kendisine karşı koruma sağlanmış, hem de genel koruma hükümleri getirilerek anayasal güvence sağlanmıştır.

Kişilik hakkı, Türk Ceza Kanunu tarafından da korunmakta olup, ilgili hükümler arasında Ceza yasamızın yasal savunma ve zorunluluk halini düzenleyen 25. Maddesi ile, kişiyi özgürlüğünden yoksun kılma (m.109), siyasi hakların (m.114), sendikal hakların (m.118) ve dilekçe hakkının (m.121) kullanılmasının engellenmesi, hakaret (m.125), haberleşmenin gizliliğini ihlâl (m.132), kişiler arasındaki konuşmaların

dinlenmesi ve kayda alınması (m.133), özel hayatın gizliliğinin ihlali (m.134), kişisel verilerin kaydedilmesi (m.135), verileri hukuka aykırı olarak verme ve ele geçirme (m.136), verileri yok etmeme (m.138) suçlarına ilişkin hükümler sayılabilmektedir. (Çetin: 2014, 320) Yine ilgili maddelerde kişilik haklarının ihlali ile ilgili söz konusu suçların alenen işlenmesi bu suç bakımından ağırlaştırıcı sebep oluşturmaktadır

3.2.4. Sosyal Medyada Kişilik Hakkı İhlalleri

Sosyal medyada meydana gelen kişilik hakkı ihlalleri daha çok kullanıcı ile hizmet sağlayıcı dışındaki üçüncü şahıslar arasında gerçekleşmekte olup, bu kişiler ise ya ilgili sosyal medya sitelerinin diğer kullanıcıları ya da güvenlik önlemlerini aşarak siteye müdahalede bulunan diğer şahıslardır. Söz konusu hak ihlalleri paylaşılan içerik, güvenlik sorunları ve bilişim suçları yoluyla gerçekleşmektedir. (Kaya, 2015:291)

3.2.4.1. Paylaşılan İçerik Nedeniyle İhlaller

Web 2.0, içerik ve uygulamaların tek tek kişiler tarafından değil de tüm kullanıcıların ortak katılımıyla oluşturulması, yayınlanması ve devamlı olarak değiştirilmesini ifade etmektedir. (Barutçu ve Tomaş, 2013:7) Web 2.0 teknolojilerinin kullanıldığı sosyal medya platformlarında da içeriğin önemli bir kısmı bütün kullanıcıların ortak katılımıyla oluşturulmakta ve sunulan hizmetin niteliğine göre her sosyal medya platformunda içerik farklılaşabilmektedir.

Kaplan ve Haenlien'in (2010) tanımıyla sosyal medya, Web 2.0'in ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine kurulu, "Kullanıcının Yarattığı İçeriğin" oluşturulmasına ve değiştirilmesine izin veren internete dayalı bir grup uygulamayı ifade etmektedir. (Barutçu ve Tomaş, 2013:8) 2005 yılında popüler olan "Kullanıcının Yarattığı İçerik" kavramı kullanıcılar tarafından sosyal medya hizmetleri aracılığıyla erişilebilir hale getirilmiş fotoğraf, ses, video, yorum ve veri gibi etkileşimli özelliklerden oluşmaktadır.

Sosyal medya platformları bilginin karşılıklı olarak paylaşıldığı ve fikirlerin özgürce ifade edildiği ortamlar olsa da, bu özgürlüğün belirli sınırlarının olduğu aşikârdır. Bu sınırlardan biri de "başkalarının hak ve özgürlükleri" olup bunların hukuk literatüründeki karşılığı ise kişilik haklarıdır. Her ne kadar sosyal medya siteleri kullanım sözleşmelerinde kişilik hakkının ihlali ile ilgili içerik hakkında sınırlamalar ya

da engellemeler getirmekte ise de, içerikle kişilik hakkı ihlalleri gerçekleşebilmekte ve hukuki anlamda sorunlar oluşabilmektedir.

Sosyal medya sitelerinde paylaşılan içerikler nedeniyle en fazla karşılaşılan ihlâl şekilleri; hakaret, iftira, tehdit ve en önemlisi özel hayatın gizliliğidir. Hakaret, iftira ve tehdit içerikli paylaşımlar gibi, başkalarına ait bu nitelikte paylaşımların “retweet” ya da “paylaş” gibi uygulamalarla tekraren paylaşılması ve link atılması da mümkündür. Başkalarına ait içeriklerin tekrar paylaşılmasında sorumlu olunmayacağı kural ise de, özellikle sunuş şeklinden içeriğin benimsendiği ve yine söz konusu içeriğe ulaşılmasının amaçlandığı açıkça anlaşılıyorsa sorumluluk gündeme gelmektedir. Bu noktada içeriğin sahibi olarak değil, başkasına ait içeriğe bağlantı sağlayan kişi olarak sorumluluk doğmaktadır.

Oluşturulan içerik bazen ayrımcılık, nefret söylemi gibi nitelikler de taşıyabilmekte bu durumda da kişilik hakları ihlâl edilebilmektedir. 5651 Sayılı Kanun’un 8. Maddesi’ne göre tüm bu kapsamdaki içerikleri paylaşanlar ve yayanlar hakkında Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Başkanı tarafından Cumhuriyet Savcılığına suç duyurusunda bulunulmakta ve ayrıca erişimin engellenmesi kararı da verilebilmektedir.

Sosyal medya platformlarında paylaşılan içerikler ile tüzel kişilerin de itibarı zedelenebilmekte, kurum ve kuruluşlar bu durumdan büyük zarar görebilmektedir. Özellikle tüzel kişilerin vermiş oldukları hizmetlerin değerlendirildiği blog ve forumlarda yapılan çeşitli yorum ve paylaşımlarla ticari ve mesleki kişilik değerlerine saldırılabilmekte, hatta başka bir tüzel kişiliğin öne çıkarılması amacıyla diğerleri kötülenerek haksız rekabet ortamı oluşturulabilmektedir. Tüzel kişilerin de kişilik hakkı olduğu düşünüldüğünde, gerçek kişiler gibi hukuki korumadan yararlanacakları ve haksız rekabet halinde ise buna ilişkin hükümlerin uygulanacağı açıktır.

Özel hayatın gizliliğinin ihlâli, hakaret, iftira ve tehdit gibi içerikler birçok ülke mevzuatına göre hukuki ve cezai yaptırıma tabidir. Sosyal medya platformlarında ise kullanım kuralları gereği yasak olmakla birlikte oldukça fazla karşılaşılan bir durumdur. Ülkemizde internet uygulamalarını düzenleyen 5651 Sayılı Kanun kapsamında, paylaşılan bir içerikle ilgili tüm sorumluluk içerik sağlayıcısına ait olmakta, hizmet sağlayıcısının ise kontrol etme ve hukuka aykırı bir faaliyetin söz konusu olup olmadığını araştırma gibi herhangi bir yükümlülüğü bulunmamaktadır. Bu noktada

karşılaşılan önemli bir husus; kişilik hakkının ihlali nedeniyle sorumlu olan kişinin her zaman kolay bir şekilde tespit edilememesidir. Hizmet sağlayıcıların terör olayları dışında kullanıcı kimlikleri ve profil bilgilerini paylaşmadığı da düşünüldüğünde son olarak kullanıcının IP numarasına ulaşılarak kimlik tespit edilebilmektedir.

İfade özgürlüğü bağlamında değerlendirildiğinde, sosyal medya platformlarında paylaşılan bir içeriğin eleştirisi mi yoksa hakaret ya da tehdit mi olduğunun tespiti de önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. İfade özgürlüğü herkesin sahip olduğu temel bir hak olmakla beraber, bu hakkın kullanımı başkasının onur, şeref ve haysiyetini zedeliyor ya da iç huzurunu ortadan kaldırıyorsa hakaret ve tehdit suçları oluşmakta, bununla ilgili ise gerekli hukuki ve cezai tedbirler uygulanmaktadır.

Hakaret, tehdit ve iftira içerikli paylaşımların sosyal medya platformlarından kaldırılması ya da engellenmesi konusu da hukuki anlamda önem arz etmekte olup, bu konuda birbirinden farklı yollar izlenebilmektedir. Öncelikle böyle bir içerik başka bir kullanıcı tarafından oluşturulmuş ise içerik sahibi ile iletişime geçilerek içeriğin kaldırılması istenebileceği gibi, doğrudan hizmet sağlayıcıya ulaşılarak söz konusu içerik nedeniyle bir kişilik hakkı ihlali olduğu bildirilebilmekte ve içeriğin kaldırılması istenebilmektedir. Bu husus uygulamada problemliler olup, birçok hizmet sağlayıcı mahkeme kararı olmaksızın söz konu içeriği kaldırmamakta hatta bazı durumlarda mahkeme kararı olmasına rağmen uygulanmamaktadır. Mahkemeler sosyal medya sitelerinde gerçekleşen bu tarz ihlallerin sona erdirilmesi talepleri yönünden içeriğin çıkarılması, erişimin engellenmesi *-ve hatta hukuka aykırı bir şekilde platformun tamamına da-* gibi kararlar verebilmekte, ayrıca yapılan ihlal nedeniyle bir suç oluşmuş veya tazminat sorumluluğu doğmuş ise hukuki ve cezai müeyyideler de uygulanabilmektedir.

Sosyal medya platformlarında ihlal edilen bir diğer hak ise hiç şüphesiz ki özel hayatın gizliliğidir. Sosyal medya platformlarının genel mantığı düşünüldüğünde bu ihlalin kaçınılmaz olduğu ortadadır. Kişiler öncelikle bir profil oluşturarak kendisi ile ilgili bazı bilgi ve verileri paylaşmakta, oluşturulan profil üzerinden ise çeşitli fotoğraflar, videolar, yer bildirimleri v.s. paylaşımlarda bulunularak paylaşımlar giderek artmaktadır. Üstelik bu paylaşımlar kişinin arkadaşları, arkadaşlarının arkadaşları veya herkes tarafından da görülebilmektedir. Kişilerin özel hayatlarına ilişkin fotoğraf ya da

videoları herkese açması veya hesabın hacklenmesi gibi durumlarda bunların farklı amaçlarla kullanılması da kişinin mağduriyetine sebep olabilmektedir. Bu noktada kişinin rızası esas olmakla birlikte, bu rızanın özel hayatla ilgili her türlü ihlâli hukuka uygun bir hale getirmesi düşünülemez. Çalışmamızın önceki bölümlerinde bahsetmiş olduğumuz gibi TMK 23. Maddesi gereği kişilik, kişinin kendisine karşı da korunmuş bir hak olup kişilik hakkı üzerindeki rızanın sınırları kamu düzeni, ahlak, emredici hukuk kuralları ve hakkın özüdür.

3.2.4.2.Güvenlik Sorunları Nedeniyle İhlaller

Sosyal medya platformlarında meydana gelen güvenlik sorunları kullanıcılar tarafından kullanım şartlarına uyulmamasından kaynaklanabileceği gibi, sistemdeki güvenlik zafiyetlerinden de kaynaklanabilmekte ve bu sorunlardan faydalanarak kişilik hakkı ihlalinde bulunanlar ise diğer kullanıcılar ya da bilişim suçluları gibi kötü niyetli üçüncü kişiler olabilmektedir.

Bu şekilde saldırıya uğrayan en önemli kişilik hakkı kişisel verilerdir. Kişisel Verilerin İşlenmesi ve Bu Tür Verilerin Serbest Dolaşımına Dair Bireylerin Korunması Hakkındaki 95/46/EC Sayı ve 24.10.1995 Tarihli Avrupa Birliği yönergesinde “Kişisel Veri” kavramı tanımlanmış olup, buna göre; *“Kişisel nitelikli veri, belirli ya da belirlenebilir gerçek kişilere ait bütün bilgileri ifade eder; bir gerçek kişinin belirlenebilir olması, özellikle şifre numarasına göre veya psişik, psikolojik, fiziksel, ekonomik, kültürel veya sosyal benliği ifade eden bir veya birden fazla unsura aidiyeti aracılığı ile doğrudan veya dolaylı olarak teşhis edilebilmesi anlamına gelmektedir.”* Sosyal medya platformları kişisel verilerin rahatlıkla elde edilebileceği ortamlar olup, bunda sosyal medyanın mantığının bu verilerin platforma girilmesi üzerine kurulu olması en önemli etkidir.

Kişisel veriler sosyal medya platformlarında çeşitli yollarla elde edilebilmekte olup, bilişim teknolojileri aracılığıyla kullanıcının haberi olmadan platformdaki bilgiler ele geçirilebileceği gibi, çeşitli hileli yöntem ve hareketlerle iradesi sakatlanarak bizzat kendisi tarafından da verilebilmektedir.

Sosyal medya platformlarında kullanıcılar adına sahte hesaplar açılabilen ve bu hesaplar üzerinden fotoğraf ve videoları paylaşılacak suretiyle, kullanıcının kimliği

üzerinden çeşitli paylaşımlar yapılabilmektedir. Bu tarz eylemler özel hayatın gizliliğini ihlâl ettiği gibi kişisel veri ve bilgilerin güvenliğini de ihlâl etmektedir. Yine, kimlik taklidi ile açılan bu sahte hesaplar başka suçların işlenmesinde paravan olarak kullanılabilen, bu gibi durumlarda ise hangi IP numarasından elektronik ortama bağlanıldığı tespit edilerek, hukuki takibat işlemektedir. Ancak Twitter’da olduğu gibi bazı sosyal medya platformları IP numaralarını vermemekte ve bu durum hukuki anlamda sorun teşkil etmektedir.

Özellikle ünlü kişiler ya da çeşitli kurumlar adına açılan sahte hesaplar üzerinden diğer kullanıcıların kişisel verileri elde edilebilmekte ve dolandırıcılık gibi hukuka aykırı eylemler ile menfaat elde edilmesi söz konusu olabilmektedir. Bu gibi saldırılardan korunmak için güvenilir olmayan hesapların takip edilmemesi, kimlik bilgilerinin girilmesi ya da form doldurulması gibi yönlendirmelere uyulmaması gerekmektedir.

Kişisel verilerin korunması, bir insan hakkı olarak tanınan özel hayat ve aile hayatı bakımından da önem taşımaktadır. Özel hayata ve aile hayatına saygı hakkı, hem Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 8. Maddesinde *“herkesin özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahip olduğu”* belirtilerek, hem de Anayasa’nın 20. Maddesinde temel haklardan sayılarak güvence altına alınmıştır. (Sevük akt. Dülger, 2015:633) Dolayısıyla kişisel verilerin korunması hem uluslararası hukuk açısından, hem de ulusal hukuk açısından korunan temel bir haktır. (Dülger, 2015:633)

Günümüz teknolojisi düşünüldüğünde kişisel verilerin gizliliğinin eskisine oranla daha büyük bir risk altında olduğu ortadadır. Gelişen teknolojiye paralel olarak bütün ülkeler bu alanda çeşitli düzenlemeler yapmakta olup, ülkemizde ise 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu 07.04.2016 tarihinde Resmi Gazete de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Söz konusu kanun ile “Kişisel Verilerin Korunması Kurumu” ve “Kişisel Verilerin Korunması Kurulu” kurulmuş olup, görevleri ise 20. Ve 22. Maddelerde şu şekilde düzenlenmiştir:

“MADDE-20 (1) Kurumun görevleri şunlardır:

a) Görev alanı itibarıyla, uygulamaları ve mevzuattaki gelişmeleri takip etmek, değerlendirme ve önerilerde bulunmak, araştırma ve incelemeler yapmak veya yaptırmak.

b) İhtiyaç duyulması hâlinde, görev alanına giren konularda kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, meslek örgütleri veya üniversitelerle iş birliği yapmak.

c) Kişisel verilerle ilgili uluslararası gelişmeleri izlemek ve değerlendirmek, görev alanına giren konularda uluslararası kuruluşlarla iş birliği yapmak, toplantılara katılmak.

ç) Yıllık faaliyet raporunu Cumhurbaşkanlığına, Türkiye Büyük Millet Meclisi İnsan Haklarını İnceleme Komisyonuna ve Başbakanlığa sunmak.

d) Kanunlarla verilen diğer görevleri yerine getirmek.”

“**MADDE-22 (1)** Kurulun görev ve yetkileri şunlardır:

a) Kişisel verilerin, temel hak ve özgürlüklere uygun şekilde işlenmesini sağlamak.

b) Kişisel verilerle ilgili haklarının ihlal edildiğini ileri sürenlerin şikâyetlerini karara bağlamak.

c) Şikâyet üzerine veya ihlal iddiasını öğrenmesi durumunda resen görev alanına giren konularda kişisel verilerin kanunlara uygun olarak işlenip işlenmediğini incelemek ve gerektiğinde bu konuda geçici önlemler almak.

ç) Özel nitelikli kişisel verilerin işlenmesi için aranan yeterli önlemleri belirlemek.

d) Veri Sorumluları Sicilinin tutulmasını sağlamak.

e) Kurulun görev alanı ile Kurumun işleyişine ilişkin konularda gerekli düzenleyici işlemleri yapmak.

f) Veri güvenliğine ilişkin yükümlülükleri belirlemek amacıyla düzenleyici işlem yapmak.

g) Veri sorumlusunun ve temsilcisinin görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin düzenleyici işlem yapmak.

ğ) Bu Kanunda öngörülen idari yaptırımlara karar vermek.

h) Diğer kurum ve kuruluşlarca hazırlanan ve kişisel verilere ilişkin hüküm içeren mevzuat tasarıları hakkında görüş bildirmek.

ı) Kurumun; stratejik planını karara bağlamak, amaç ve hedeflerini, hizmet kalite standartlarını ve performans kriterlerini belirlemek.

i) Kurumun stratejik planı ile amaç ve hedeflerine uygun olarak hazırlanan bütçe teklifini görüşmek ve karara bağlamak.

j) Kurumun performansı, mali durumu, yıllık faaliyetleri ve ihtiyaç duyulan konular hakkında hazırlanan rapor tasarılarını onaylamak ve yayımlamak.

k) Taşınmaz alımı, satımı ve kiralanması konularındaki önerileri görüşüp karara bağlamak.

l) Kanunlarla verilen diğer görevleri yerine getirmek.”
(<https://mevzuat.basbakanlik.gov.tr>, Erişim Tarihi:14.01.2017)

Yine Kanunun 2. Bölümünde Kişisel Verilerin Girilmesi, Silinmesi ve Aktarılması ile ilgili hükümler, 3. Bölümünde ise Hak ve Yükümlülükler yer almaktadır. Kanunda yer alan kritik öneme sahip bir diğer düzenleme ise “Özel Nitelikli Kişisel Verilerin İşlenmesi” başlıklı 6. Maddedir. Madde metnine göre;

“MADDE-6- (1) Kişilerin ırkı, etnik kökeni, siyasi düşüncesi, felsefi inancı, dini, mezhebi veya diğer inançları, kılık ve kıyafeti, dernek, vakıf ya da sendika üyeliği, sağlığı, cinsel hayatı, ceza mahkûmiyeti ve güvenlik tedbirleriyle ilgili verileri ile biyometrik ve genetik verileri özel nitelikli kişisel veridir.

(2) Özel nitelikli kişisel verilerin, ilgilinin açık rızası olmaksızın işlenmesi yasaktır.

(3) Birinci fıkrada sayılan sağlık ve cinsel hayat dışındaki kişisel veriler, kanunlarda öngörülen hâllerde ilgili kişinin açık rızası aranmaksızın işlenebilir. Sağlık ve cinsel hayata ilişkin kişisel veriler ise ancak kamu sağlığının korunması, koruyucu hekimlik, tıbbî teşhis, tedavi ve bakım hizmetlerinin yürütülmesi, sağlık hizmetleri ile finansmanının planlanması ve yönetimi amacıyla, sır saklama yükümlülüğü altında bulunan kişiler veya yetkili kurum ve kuruluşlar tarafından ilgilinin açık rızası aranmaksızın işlenebilir.

(4) *Özel nitelikli kişisel verilerin işlenmesinde, ayrıca Kurul tarafından belirlenen yeterli önlemlerin alınması şarttır.*” ([[https://](https://mevzuat.basbakanlik.gov.tr)]mevzuat.basbakanlik.gov.tr, Erişim Tarihi:15.01.2017)

Yine kişisel verilerin korunmasına ilişkin suç tipleri 5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu'nun ikinci kitabında “Kişilere Karşı İşlenen Suçlar” başlıklı ikinci kısmın “Özel Hayata ve Hayatın Gizli Alanına Karşı Suçlar” başlıklı dokuzuncu bölümünde bulunmaktadır. TCK'nın 135. Maddesinde “kişisel verilerin kaydedilmesi suçu”, 136. Maddesinde “verileri hukuka aykırı olarak verme veya ele geçirme suçu”, 138. Maddesinde “verilerin yok edilmesi suçu”, 140. Maddesinde ise bu suçlarla ilgili tüzel kişiler hakkında uygulanacak güvenlik tedbirleri düzenlenmiştir.

3.2.4.3.Bilişim Suçları Nedeniyle İhlaller

Bilişim suçları ya da başka bir ifade ile siber suçlar genel itibariyle bilişim sistemleri vasıtasıyla işlenen suçlardır. Bilgisayar ya da internet vasıtasıyla işlenen suçlar “bilişim suçu” olarak tanımlanmakla birlikte; internet (görüşme odaları, e-postalar, ilan sayfaları ve gruplar) ve cep telefonu (SMS/MMS) gibi iletişim araçlarının bireylere ya da topluluklara fiziksel ve zihinsel zarar verme, karşı tarafın onurunu zedeleme kastıyla kullanılarak yapılan saldırılar olarak da ifade edilmektedir. (<http://www.ideaport.org.tr>, Erişim Tarihi: 23.12.2016) Yine bu tür suçlar ulusların güvenliğine ve ekonomik bütünlüğüne yönelik de olabilmektedir.

Bilişim suçları Türk Ceza Kanunu'nda ayrıca ele alınmış olup, burada yer alan suç tipleri dışında farklı bölümlerde düzenlenen ve bilişim sistemleri vasıtasıyla işlenebilecek başka suç tipleri de bulunmaktadır. Bunlardan özellikle haberleşmenin engellenmesi (m.124), haberleşmenin gizliliğini ihlal (m.132), kişiler arasındaki konuşmaların dinlenmesi ve kayda alınması (m.133), özel hayatın gizliliği (m.134), kişisel verilerin kaydedilmesi (m.135), verileri hukuka aykırı olarak verme veya ele geçirme (m.136) ve müstehcenlik (m.226) bilişim sistemleri kullanılmak suretiyle işlenen suçlardır.

Sosyal medya platformlarında çok fazla karşılaşılan bir durum kullanıcıların üyelik veya profil bilgilerinin üçüncü kişiler tarafından söz konusu hesap kırılarak ele geçirilmesi olup, bu durum TCK 243. madde çerçevesinde bilişim suçunu

oluşturmaktadır. Bu şekilde kişinin kimlik bilgileri, fotoğraf ve videoları, elektronik posta adresi gibi kişilik değerleri zedeleneceğinden kişilik hakkı da ihlal edilmiş olacaktır. Ancak madde metninden de anlaşılacağı üzere, bu suç sadece kullanıcı hesaplarının üçüncü kişiler tarafından kırılarak ele geçirilmesi ile değil, şifresi bilinen bir bilişim sistemine izinsiz bir şekilde girmek suretiyle de oluşmaktadır.

TCK'nun 244. Maddesi'nde ise bilişim sistemine yönelik suçlara yer verilmiş olup; bilişim sisteminin engellenmesi veya bozulması, verilerin yok edilmesi, erişilmez kılınması veya değiştirilmesi, verilerin sisteme eklenmesi, başka bir yere gönderilmesi eylemleri suç olarak sayılmıştır. Bilişim sisteminin engellenmesi veya bozulması durumunda failin amacı veriler değil doğrudan doğruya bilişim sisteminin kendisidir. Bu şekilde sistemin çalışması veya işlevselliği çeşitli yollarla devre dışı bırakılmakta ve bilişim sisteminin işleyişi durdurulmaktadır. Ayrıca bu suç tipi mala zarar verme suçunun da özel bir tipini oluşturmaktadır. Sosyal medya platformlarında kişilerin facebook, MSN, Twitter, Instagram v.s hesaplarına girilerek e-postalarının silinmesi, şifrelerinin değiştirilmesi, fotoğraf ya da videolarının-kişisel yazışmalarının başka kullanıcılara gönderilmesi (kötü niyetli olarak kullanılması) ile kişinin özel hayatının gizliliği, kişisel verileri, haberleşme ve bilgiye erişim hakkı ve resmi üzerindeki hakları gibi bir takım hakları zedelenmekte ve dolayısıyla kişilik hakkı ihlal edilmektedir.

Sosyal medya platformlarında bu şekilde ele geçirilen hesaplar daha çok başkalarının kandırılarak dolandırılması ya da listede yer alan diğer kişilere spam niteliğinde iletiler gönderilmesi için kullanılmaktadır. Bazen ise bu mesajlarla listede yer alan kişilere zararlı virüs veya casus yazılımlar da gönderilebilmekte, mesajın açılması ile birlikte çeşitli bilgiler ele geçirilmekte ya da sisteme zarar verilebilmektedir. TCK 124. ve 132. maddelerinde düzenlenen hukuka aykırı bu eylemler haberleşme hürriyetini ve haberleşmenin gizliliğini ihlal ettiğinden kişilik hakkı da ihlal edilmiş olacaktır. Yine iki kişi arasında yapılan haberleşmenin taraflardan birinin rızası olmadan açıklanması durumu da bu madde kapsamında suç sayılmaktadır.

TCK'nın 133. maddesi ile bireyler arasındaki aleni olmayan konuşmaların dinlenmesi ve kaydedilmesi de suç haline getirilmiş olup, kaydedilen verileri hukuka aykırı olarak ifşa etmek ise aynı maddenin 3. fıkrasında suçun nitelikli hali olarak sayılmıştır. Kişilerin özel hayatlarını ihlâl niteliği taşıyan davranışların sosyal medya

platformları gibi ortamlarda gerçekleştirilmesi, örneğin gizlilik ayarları ile korunan videolarının youtube üzerinden paylaşılması ya da fotoğraflarının herhangi bir sosyal medya platformunda paylaşılması gibi eylemler TCK 134. maddesindeki özel hayatın gizliliğini ihlal suçu oluşturmaktadır. Bu maddede yer alan suç, diğerlerine göre genel nitelikli olup, kanunun bu bölümünde yer alan diğer maddelerin uygulanmadığı hallerde söz konusu olmaktadır. (Karagülmez akt. Dülger, 2015:737)

Bireyin kendi rızası ile sosyal medya platformlarında paylaşmış olduğu kişisel verilerin başka bir kullanıcı tarafından kaydedilmesini *-ceza hukuku anlamında-* hukuka uygun olarak gören yazarlar ve mahkeme kararları olmakla birlikte (Dülger, 2015:715); tanınmış (kamuya mal olmuş) kişilerin özel hayatının giz alanı ile ilgili sosyal medya platformlarında paylaşmış oldukları kişisel verilerin hangilerinin, kim tarafından, nerede ve ne şekilde kullanılacağına ilişkin açık rızalarının aranması gerektiğini savunan yazarlar ve bu doğrultuda verilen mahkeme kararları da mevcuttur. (Dülger, 2015:716) Sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımların başkaları tarafından kullanımı ve paylaşımında rızanın her daim olduğu ve bu rızanın hukuka uygunluk nedeni sayılacağı sonucuna varılması kanaatimizce doğru olmayacaktır. Bireylerin kendi rızaları ile paylaşmış oldukları verilerin, diğer kullanıcılar tarafından kullanımında hukuka uygunluktan söz edebilmek için ise rızanın amacına ve rıza için aranacak genel sınırlara bakmak gerekmektedir.

TCK'nın 226. Maddesinde ise “müstehcenlik suçu” düzenlenmekte olup, madde metninde müstehcenlik ve çocukların bu tarz zararlı içeriklere karşı korunmasına yönelik düzenlemeler yer almaktadır. Bu tür yayınların bilişim sistemleri vasıtasıyla yayılması ve paylaşımı söz konusu olduğunda bu suç tipi de bilişim suçları arasında yer almaktadır.

Son dönemlerde basında da oldukça fazla yer aldığı üzere, özellikle kötü niyetli kullanıcılar çocuklar ile çeşitli siteler üzerinden arkadaşlık kurabilmekte ve onları kolayca kandırarak cinsel içerikli konuşmalar yapabilmekte ya da vücutlarının mahrem yerlerini kayda alarak müstehcen ürün üretiminde çocuklar kullanılabilir. Bu gibi verilerin üretimi suç olduğu gibi çoğaltılması, nakli, satışı, depolanması, başkalarının kullanımına sunulması, yayınlanması ya da yayınlanmasına aracılık edilmesi de suçtur.

“Banka veya Kredi Kartlarının Kötüye Kullanılması” suçu da TCK’da bilişim suçları başlığı altında düzenlenmiş olup, bu suçun oluşabilmesi için kartın fiziken elde bulundurulması gerekmez. Kart bilgilerinin kullanılarak menfaat elde edilmesi suçun oluşumu için yeterlidir.

3.3. Kişisel Verilerin Korunması İle İlgili Tartışmalı Hususlar

3.3.1. Kriptoloji

Kriptoloji latince gizli anlamındaki “kryptos” ile sözcük anlamındaki “logos” kelimelerinin birleşiminden türetilmiş olup çeşitli yöntemlerle dijital verilerin şifrelenerek, gizlilik ve güvenliğin sağlanmasını hedefleyen bir bilim dalı olarak ifade edilmektedir. ([<https://janibal.gyte.edu.tr>, Erişim Tarihi: 03.01.2017) Verilerin gizliliğini şifreleme vasıtasıyla sağlamayı amaçlayan kriptografi ve bu şifrelerin çözümünü amaçlayan kriptoloji ise kriptoloji biliminin temel unsurlarını oluşturmaktadır. (Wobst 1997’den akt. Yılmaz, 2007:138)

Tarihi en az dört bin yıl öncesine dayanan kriptografi, 1970’li yıllara kadar sadece askeri amaçlarla kullanılmış, bilgisayarın keşfi ve internet kullanımının hızla artması ile de önemini artırmıştır. Günümüzde telekomünikasyon, bankacılık işlemleri, veri tabanlarına veya elektronik ortamlara erişim ve daha birçok alanda kriptografi kullanılmaktadır.

Kriptografi bütünlük, gizlilik, inkâr edememe ve kimlik denetimi gibi kavramları sağlamak için uygulanan matematiksel yöntemleri içermektedir. (Akleyek-Yıldırım ve Tok, 2011:713) Kriptografinin temel amacı bilgisayar ağı gibi güvenilir olmayan kanallar üzerinden paylaşılan bilginin istenmeyen kişilerce anlaşılacak hale dönüştürülmesini sağlamaktır. Gönderici gizliliğini istediği mesaja şifre koyarak, anlaşılamayan bir mesaj elde etmekte ve alıcıya göndermekte; alıcı ise kendisine gelen anlaşılamayan mesaja ters işlem uygulayarak orijinal mesajı elde etmektedir.

Mesajın istenmeyen şahıslar tarafından anlaşılabilmesi, iletim sırasında değiştirilememesi, göndericinin gönderdiği mesajı inkâr edememesi ve mesajın kim tarafından gönderildiğinin anlaşılabilmesi kriptografinin önemli konularıdır.

Ülkemizde kriptoloji uygulamalarıyla ilgili yasal düzenlemeler 5809 Sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve bu Kanunun 39. maddesi kapsamında çıkarılan “Kamu Kurum ve Kuruluşları ile Gerçek ve Tüzel Kişilerin Elektronik Haberleşme Hizmeti İçinde Kodlu Veya Kriptolu Haberleşme Yapma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” ile sınırlıdır. 2004 yılında yürürlüğe giren bu Kanun, Avrupa Birliğine Adaylık sürecinde Avrupa Komisyonu’nun 99/93/EC sayılı Elektronik İmzalara İlişkin Direktifi kapsamında düzenlenmiş olup, esasen direktif ile arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. (Keser 2004 akt. Yılmaz, 2006:142)

Elektronik Haberleşme Kanunu’nun “Kodlu ve Kriptolu Haberleşme” başlığını taşıyan 39. Maddesi çerçevesinde; sadece elektronik haberleşme işletmecileri değil Türk Silahlı Kuvvetleri, Sahil Güvenlik Komutanlığı, Jandarma Genel Komutanlığı, Milli İstihbarat Teşkilatı, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Dışişleri Bakanlığı da düzenleme kapsamına alınmıştır. Yine bu kurumlar dışında BTK tarafından belirlenecek kamu kurum ve kuruluşları ile gerçek ve tüzel kişiler de yetkilendirilmiş ancak ne Kanun ne de BTK’ca hazırlanan Yönetmelik kapsamında açık bir düzenleme çerçevesi belirlenmemiştir.

Yönetmeliğin 23.10.2010 tarihli Resmi Gazete ’de yayınlanarak, yürürlüğe girmesi ile birlikte kodlu ve kriptolu elektronik haberleşme ile ilgili usul ve esaslar belirlenmiş, ancak düzenleme ile getirilen sistemin uygulanmasının pratik açıdan imkânsızlığı ve yine düzenlemenin belirsiz bıraktığı birçok husus nedeniyle hem sektörde hem de kamuoyunda ciddi tepki ve endişe ile karşılanmıştır. (Koç, 2013:42)

Yönetmeliğin 5. Maddesi’ne göre üreticiler gerekli evrakların temini ile BTK’dan izin almak kaydıyla kodlu veya kriptolu haberleşme cihaz/sistem ithal veya imal edebileceklerdir. Söz konusu iznin alınabilmesi için; “kurulması planlanan haberleşme sisteminin türü, kullanılan kriptoloji/teknik/cihazı ile ilgili belgeler ve kullanılacak elektronik haberleşme sisteminin teknik özellikleri, Kriptoloji algoritması ve anahtarı, anahtar üretme, dağıtma ve yükleme modülü/cihazı, bu amaçla kullanılan tüm yazılım/donanım, gerektiğinde şifrenin çözülmesine imkân tanıyan yazılım ve/veya donanım” ile yönetmelikte belirtilen diğer belge ve araçların üreticiler tarafından BTK’ya sunulması gerekmektedir.

Yine ilgili Yönetmeliğin 6. Maddesi kapsamında yurtdışından getirilen kodlu veya kriptolu haberleşme cihaz/sistemlerinin kod veya kripto anahtarlarının BTK'ya teslimi zorunludur. Ancak söz konusu kodlu veya kriptolu cihaz/sistemler genelde başka araçlarla üretilen bir donanım ve yazılıma entegre şekilde piyasaya sürüldüğünden ve mevcut durumda çoğunlukla kişilerin kendisi dahi kod ve kripto anahtarlarını bilmediğinden söz konusu maddenin uygulanabilirliği yoktur.

7. maddeye göre ise; yapılan başvurular Kurum tarafından değerlendirilmekte, başvurunun kabul edilmesi durumunda kod veya kripto Kuruma teslim edilerek, üreticiye izin verilmektedir. Mevcut uygulamalar göz önüne alındığında, uygulamaların teknik yapısı, kodlamada kullanılan araçların işlem esnasında, anlık olarak kullanıcılar tarafından oluşturulabiliyor oluşu nedeniyle bu maddenin de uygulanması mümkün değildir.

Söz konusu yükümlülükler aykırı davranılması durumu ile ilgili olan 10. Madde de Elektronik Haberleşme Kanunu'nun 60. Ve 63. Maddelerine atıf yapılmış olup, 60. Madde de idari yaptırımlar, 63. Madde de ise cezai yaptırımlar ön görülmüştür.

Kodlu ve kriptolu elektronik haberleşme ile ilgili genel usul ve esasları belirlemesi açısından söz konusu Yönetmelik önem arz etmektedir. Ancak öncelikli olarak açık bir düzenleme çerçevesinin belirlenmesi, sonrasında ise uygulamadaki problemlerin giderilmesi gerekmektedir.

3.3.2. Anonimlik Ve Unutulma Hakkı

Kişisel verilerin korunması ile ilgili önemli bir diğer husus ise anonimlik hakkı olup, kullanımı şifreleme kadar yaygındır. Anonimlik hakkı, kişi ya da grupların kimliklerini ortaya çıkarmadan düşünce ve fikirlerini açıklaması, yayması anlamını taşımaktadır. (Karaarslan-Eren ve Koç, 2014:188) Yine başka bir ifadeyle, kişinin toplum içinde bulunduğu ya da toplumsal bir göreve sahip olduğu halde, tanınmazlık ve gözetlenmezlik talep etmesi ve bunları elde etmesidir. Anonimlik, bireyin kamuya açık yerlerde özgür olması bakımından önemli bir haktır. (Akdağ, 2013:55) Ancak uzun vadede baskıcı yönetimlerin işine yarayacağı ve içine kapanık toplumlar yaratacağı ortadadır.

07.04.2016 tarihli Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’nda ise anonimlik hakkı “*Kişisel verilerin, başka verilerle eşleştirilerek dahi hiçbir surette kimliği belirli veya belirlenebilir bir gerçek kişiyle ilişkilendirilemeyecek hâle getirilmesi*” olarak tanımlanmıştır. ([[https://](https://mevzuat.gov.tr)]mevzuat.gov.tr, Erişim Tarihi: 17.01.2017) Teknolojik gelişmeler dikkate alındığında kişisel verilerin anonim hale getirilmesinin gittikçe zorlaştığı ortadadır.

Anonimlik hakkı her ne kadar şifreleme gibi bir emniyet aracı ise de yapısı gereği farklıdır. Şöyle ki; şifreleme bir teknoloji iken anonimlik ise metoddur. Birçok kullanıcı Youtube gibi video paylaşım sitelerinde, katılımcıların yorum yapabildikleri forumlarda, haber sitelerinde, sözlüklerde ve diğer mecralarda anonim kalarak düşünce ve görüşlerini açıklamaktadır. Ülkemizde internetin yaygınlaşmaya başladığı ilk yıllarda özellikle sohbet odaları ve e-posta gruplarında bireyler anonim kalarak düşüncelerini özgürce açıklamışlardır. Günümüzde ise daha çok haber sitelerinde, sözlüklerde ve oyun sitelerinde anonimlik tercih edilmektedir.

Gelişen teknoloji ile birlikte üç türlü anonimleştirmeden söz etmek mümkündür. Bunlar; takma ad kullanılan veriler, şifreli veriler ve anonim verilerdir. Takma ad kullanılan veriler, daha çok istatistiki amaçlarla, birden çok kişiyle ilgili birden çok veri elde edilmesi gerektiğinde, bu kişilerin belirlenememesi için isimlerinin değiştirilmesi suretiyle oluşturulmaktadır. Şifreli veriler de ise isim yerine bir kod kullanılmakta ve bu kod kırılarak kişilerin kimliği öğrenilebilmektedir. Anonim verilerde, yapılan işlemlerle veri ile kişi arasındaki bağ koparılmakta ve kişinin kimliğinin tespiti olanaksız hale getirilmektedir. Bu nedenle anonim veriler, kişisel veri değildir. (Korkmaz, 2016: 97) 95/46/AT Sayılı AB Yönergesinde de anonim verilerin kişisel veri olmadığı belirtilmiştir.

İnternet trafiğinin de anonimleştirilmesi mümkün olup, bu konuda üç farklı teknoloji den söz edilmektedir. Bunlardan ilki olan VPN (Virtual Private Network-Sanal Özel Ağ) ile ağlara uzaktan erişim sağlanmakta ve uzaktan erişim sağlayan cihaz fiziksel olarak bağlıymış gibi o ağ üzerinden veri paylaşımında bulunabilmektedir. Kısacası Virtual Private Network internet veya başka bir açık ağ üzerinden özel bir ağa bağlanmayı sağlayan bir teknoloji olarak ifade edilmektedir. ([[https://](https://www.tech-worm.com)] www.tech-worm.com, Erişim Tarihi: 18.01.2017) Bu teknoloji sayesinde şifreli veri transferi ve

güvenli veri transferi sağlanmakta, filtreler aşularak engellenmiş sitelere girilebilmektedir. (Dikmen vd., 2012: 137) Diğer bir teknoloji ise ABD Donanması Araştırma Laboratuvarı'nda tasarlanan ve Soğan Yönlendirmesi (Onion Routing) adlı tasarımdan yola çıkararak hazırlanan TOR (The Onion Routing-Soğan Yönlendirici)'dur. Bu teknolojiyi, bireylerin ya da toplulukların iletişimini daha güvenli ve mahremiyete duyarlı hale getirmeyi amaçlayan ve sanal tünellerden oluşan bir ağ olarak tanımlamak mümkündür. (Yüksel, 2010: 37) The Onion Routing, hükümetin iletişimini güvenli hale getirmek amacıyla ortaya çıkmakla birlikte günümüzde herkes tarafından kullanılmaktadır. Üçüncü teknoloji olan 12P (Görünmeyen İnternet Projesi) güvenli bir biçimde iletişim kurmaya yarayan ağ yönlendiricileri ile çalışmaktadır. Bu teknolojide, ağın tümü şifreli şekilde geçiş yapmakta, dört aşamalı şifreleme ve bir çift genel anahtar kullanılmaktadır. (Karahisar, 2015: 12)

Bireylerin yaşadıkları toplumda anonim kalarak iletişim kurabilme imkânına sahip olmaları siyasi, sosyal, ekonomik, ahlâki ve benzeri baskılardan kurtularak örgütlenmek isteyenler için büyük bir fırsat yaratmaktadır. İnternet Üzerinde İletişim Deklarasyonuna göre, bilgi ve düşüncelerin özgür bir şekilde ifade edilmesini sağlamak ve çoğaltmak için bireylerin kimliklerini ifşa etmeme hakkına saygı duyulmalıdır.

Anonimliğin bir diğer faydası da gizlilik kaygısı ile yapılamayan birçok araştırmaya olanak tanınmasıdır. Bireyler, toplum tarafından tepkiyle karşılanacak herhangi bir konuda kimliklerinin ifşa olmaması için beyanda bulunmamakta ya da yanlış beyanda bulunarak baskılardan kurtulmayı tercih etmektedir. Örneğin; cinsel yolla bulaşan bir hastalık ile ilgili yapılacak araştırmada elde edilecek verilerin güvenilirliği için anonimlik şarttır. Ancak yapılan araştırmalar, ne kadar anonim kalınsa da, kimlik çözümünün mümkün olduğu göstermektedir.

Anonimliğin faydalarının yanı sıra bir takım zararları da mevcut olup, kimliğinin gizli olmasından güç alan bireyler internette, çeşitli mecralarda suç oluşturacak eylemler sergileyebilmektedirler. Günümüzde oldukça fazla rastladığımız haber sitelerinin yorum bölümlerindeki nefret söylemleri, çeşitli mecralardaki terör propagandaları, sözlüklerdeki hakaret içerikli yorumlar bunlardan bazılarıdır. Sonuç olarak, bir taraftan anonim kalma hakkına saygı göstererek diğer taraftan kişilerin ve toplumların zarar

görmesini engellemek hassas bir denge gerektirmektedir. Bu dengenin bozulması halinde ise fikirlerin özgürce ifade edilemeyeceği ortadadır.

2012 yılında Avrupa Komisyonu'nun adalet ve vatandaşlıktan sorumlu üyesi Viviane Reding'in açıklamaları ile ilk kez gündeme gelen unutulma hakkı ise, özel hayatın gizliliği ve kişisel verilerin korunması noktasında dikkat çeken yeni kuşak bir hak olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya kullanımının artmasıyla önem kazanan unutulma hakkı, bireyin dijital dünyadaki izlerinin kendi talebiyle, bir daha geri getirilemeyecek şekilde silinmesini ifade etmektedir. (Gülener, 2012:226) Bu hakkın kullanımıyla birlikte kişiler, dijital dünyada daha öncesinde paylaşmış oldukları kişisel verilerin üçüncü kişiler tarafından artık takip edilememesini amaçlamaktadır.

Unutulma hakkı ve bununla ilintili olarak gerektiği ölçüde ve en kısa süreliğine kişisel verilerin depolanması ya da saklanması konuları, kişisel verilerin korunması hakkının temelini oluşturmakta olup; ([<https://www.enisa.europa.eu>, Erişim Tarihi: 20.01.2017) her iki hakkın özünde de, bireyin kişiliğini serbestçe geliştirmesi, onurlu yaşaması ve kişisel verileri üzerinde serbestçe tasarruf edebilmesi yatmaktadır.

Unutulma hakkı pozitif ve negatif olmak üzere iki yönlü bir hak olup; kişinin “geçmişini kontrol etme”, “belirli hususların geçmişinden silinmesini ve hatırlanmamasını isteme hakkı” pozitif yönünü, kendisi hakkındaki bilgilerin üçüncü şahıslar tarafından kullanılmamasını veya hatırlanmamasını sağlayacak yükümlükleri ise negatif yönünü oluşturmaktadır. (Xanthoulis akt. Akgül, 2016: 18) Bununla birlikte bu hakkın; bireyin kendisi ile ilgili içerikleri sildirmek için diğer şahısları zorlamayı içermesinin yanı sıra geçmişteki cezalarına ilişkin bilgilerin veya hakkında olumsuz yorumlara sebep olabilecek bilgi ve fotoğrafların silinmesini isteme hakkını da tanıdığı kabul edilmektedir. (Akgül: 2016: 18) Avrupa Birliği tarafından gündeme getirilen ve sonrasında hayata geçirilen bu hak, 95/46 EC. sayılı “Bireylerin Kişisel Verilerinin İşlenmesi ve Serbestçe Dolaşımı Karşısında Korunmasına İlişkin” AB. Direktifinde “...Veriler çok uzun süredir toplanış amaçları çerçevesinde kullanılmıyorsa ve kullanıcı da söz konusu verilerin saklanmasına rıza göstermiyorsa ‘veri denetçisi’ kullanıcıya ait verilerin gecikmeksizin silinmesinden ve daha fazla yayılmalarının engellenmesinden sorumludur...” şeklinde düzenlenmiş, devamında da istisnalarına yer verilmiştir. Bu istisnalar,

1. İfade özgürlüğünün korunması,
2. Genel sağlığı ilgilendiren bir konuda kamu yararının bulunması,
3. Tarihsel, istatistiksel ve bilimsel amaçlar,
4. Birliğin veya üye devletlerin hukuk sistemlerinin gerekli kıldığı durumlar

olup, söz konusu durumların oluşması halinde ise denetçi veriyi tutma ve saklama hakkına sahiptir.

Unutulma hakkı, 13.05.2014 tarihinde Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) tarafından verilen “Google Kararı” ile tekrar gündemdeki yerini almış (Akkurt, 2016: 2609) ve söz konusu Kararda da 95/46 EC Sayılı AB Direktifine atıfta bulunulmuştur. Google’da yaptığı aramalar sonucunda borçluluk durumu ve finansal sıkıntı yaşadığına dair haberlerin yer aldığı gazete linklerini gören avukat Mario Costeja, ilgili arama motoruna karşı İspanyol Mahkemeleri’nde dava açmış; verilen karar ile ise arama motorunun ilgili linkleri silmesi emredilmiş, ancak gazeteler ile ilgili herhangi bir hüküm kurulmamıştır. ([[https://](https://www.theguardian.com)]www.theguardian.com, Erişim Tarihi: 23.01.2017) Davayı temyiz eden Google, konu hakkında görüş bildirmesi için ABAD’a başvurmuş, ABAD ise 95/46 EC. Sayılı AB Direktifi çerçevesinde vermiş olduğu Karar da; kişinin ismi ile yapılan bir aramada on altı yıl önce gerçekleşmiş ve kişi tarafından hatırlanmak istenmeyen bir bilginin çıkacağı link verilmesinin isabetli olmadığı ve kişinin bu nitelikte link verilmemesini talep edebileceği kanaatine varılmıştır. Bu durumun istisnaları ise, söz konusu linkin üstün kamu yararı ortaya koyması, kamu hayatında oynadığı önemli rol ve halkın geriye dönük olarak ilgili veriye ilgisinin bulunması şeklinde ifade edilmiştir. Google, her ne kadar bazı kişisel verilerin silinmesinin kamunun bilgi edinme hakkını zedeleyeceğini savunmuş ise de ABAD., böyle bir olayda, özel hayatın gizliliği hakkının arama motorunun ekonomik çıkarlarından ve bilgi edinme hakkından daha üstün olduğu ve bu ilkenin yalnızca kamunun bilgi edinmede üstün bir yararının bulunduğu hâllerde uygulanmayacağı gerekçesiyle dâva konusu kişisel verilerin, arama sonuçlarından çıkartılması gerektiğine karar vermiştir.

Ülkemizde ise 24 Mart 2016 tarihinde yürürlüğe giren 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’na kadar unutulma hakkı ile ilgili herhangi bir düzenleme yapılmamış, ancak Yargıtay’ın 2014/4-56 Esas 2015/1679 Sayılı Kararı ile ilk kez bahsi geçmiştir. Söz konusu Karar da; unutulma hakkının tanımı yapılarak pozitif ve negatif

yönlere değinilmiş, AİHS'nin 8. Maddesinde yer alan "mahremiyet hakkı"nın bireyin kendisi ile ilgili bilgileri kontrol edebilmesi şeklindeki hukuki çıkarlarını da içerdığı, bu hakkın korunmasında bireyin hukuki menfaatinin bulunduğu ve yine bu hakkın sağlanması ile birlikte ise özel hayatın gizliliğinin de korunmuş olacağı belirtilmektedir.([https://kazanci.com.tr, Erişim Tarihi: 24.01.2017])

Ülkemizde unutulma hakkı ile ilgili olarak yapılan ilk kanuni düzenleme diyebileceğimiz 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun 7. maddesi de söz konusu hakkı düzenlemekte olup, madde metni şu şekildedir;

"MADDE 7 (1) Bu Kanun ve ilgili diğer kanun hükümlerine uygun olarak işlenmiş olmasına rağmen, işlenmesini gerektiren sebeplerin ortadan kalkması hâlinde kişisel veriler resen veya ilgili kişinin talebi üzerine veri sorumlusu tarafından silinir, yok edilir veya anonim hâle getirilir.

(2) Kişisel verilerin silinmesi, yok edilmesi veya anonim hâle getirilmesine ilişkin diğer kanunlarda yer alan hükümler saklıdır.

(3) Kişisel verilerin silinmesine, yok edilmesine veya anonim hâle getirilmesine ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle düzenlenir." ([https://]resmigazete.gov.tr, Erişim Tarihi: 24.01.2017)

Maddenin ikinci fıkrasında yer alan düzenleme ile kişisel verilerin silinmesi, yok edilmesi veya anonim hale getirilmesine ilişkin diğer kanunlarda yer alan hükümler saklı tutulmuştur. Bu bağlamda, örneğin Adli Sicil Kanunu'nda verilerin silinmesini veya yok edilmesini düzenleyen hükümler Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na göre öncelikli olarak uygulanacaktır. (Korkmaz, 2016:121)

Yine son fıkra da belirtilen usul ve esaslara ilişkin yönetmelik henüz düzenlenmemiş olup, en kısa sürede düzenlenmesi ve söz konusu belirsizliklerin giderilmesi gerekmektedir.

3.3.3. Çerezler (Cookie)

Çerez (cookie), herhangi bir internet sitesi tarafından bilgisayara bırakılan bir tür tanımlama dosyası olarak ifade edilmektedir. ([https://] https://www.iabturkiye.org, Erişim Tarihi:07.02.2018)

Özellikle alışveriş siteleri, kullanıcıların tercihlerini belirlemek için çerez saldırıları ile bilgisayarın sabit diskine bilgileri kaydetmekte ve bu bilgiler siteye sonraki girişlerde kullanılmaktadır. Bir alışveriş sitesi olan n11.com çerez kullanımını şu şekilde açıklamaktadır;

“ ...Çerezler, n11 web sitesini ziyaret ettiğinizde veya mobil uygulamayı cep telefonunuza yüklediğinizde veya mobil sitesi'nden bağlandığınızda, internet tarayıcınız tarafından yüklenen ve bilgisayarınız, cep telefonunuz veya tabletinizde saklanan küçük bilgi parçacıklarını içeren metin dosyalarıdır.

N11, size özel tanıtım yapmak, promosyonlar ve pazarlama teklifleri sunmak, web sitesinin veya mobil uygulamanın içeriğini size göre iyileştirmek ve/veya tercihlerinizi belirlemek amacıyla; site üzerinde gezinme bilgilerinizi ve/veya site üzerindeki üyelik kullanım geçmişinizi izlemektedir. N11, çevrimiçi ve çevrimdışı olarak toplanan bilgiler gibi farklı yöntemlerle veya farklı zamanlarda site üzerinde sizden toplanan bilgileri eşleştirebilir ve bu bilgileri üçüncü taraflar gibi başka kaynaklardan alınan bilgilerle birlikte kullanabilir. Söz konusu eşleştirme ve kullanma yalnızca işbu Gizlilik/Kişisel Verilerin Korunması Politikası ve İletişim İzni ile belirlenen amaçlar ve kapsam dahilinde kalacaktır.”(<https://www.n11.com>, Erişim Tarihi: 07.02.2018)

Geliştirildiği günden bu yana, kişisel verilerin korunması hususunda çeşitli eleştirilere maruz kalan çerezler ile ilgili olarak yapılan ilk düzenleme 25 Kasım 2009 tarihli ve 2009/136/EC Sayılı Avrupa Birliği Konseyi Vatandaşlık Hakları Direktifidir. Söz konusu Direktifin 5. maddesine göre; bir bilgi toplumu hizmetinin sağlanması amacıyla kullanıcı tarafından talep edilmesi veya elektronik haberleşme şebekesi üzerinden bir haberleşmenin iletilmesi halleri saklı kalmak üzere, abone ve kullanıcıların terminal cihazında bilgi saklanması veya saklanan bilgiye erişim sağlanması için ilgili abone ve kullanıcıların veri işleme hakkında açık ve kapsamlı olarak bilgilendirilmeleri ve verilerin işlenmesine rıza göstermeleri gerekmektedir. Bu düzenleme ile çerezlerle ilgili daha önce uygulanan opt-out sistemi yerine opt-in sistemi getirilmektedir.(Şahin, 2011: 50)

Yine 2002/58/AT Sayılı Elektronik İletişimde Veri Koruma Yönergesi'nin 6. Maddesi'nin 3. Fıkrası'na göre de çerezlerin hukuka uygun olarak kullanılabilmesi için

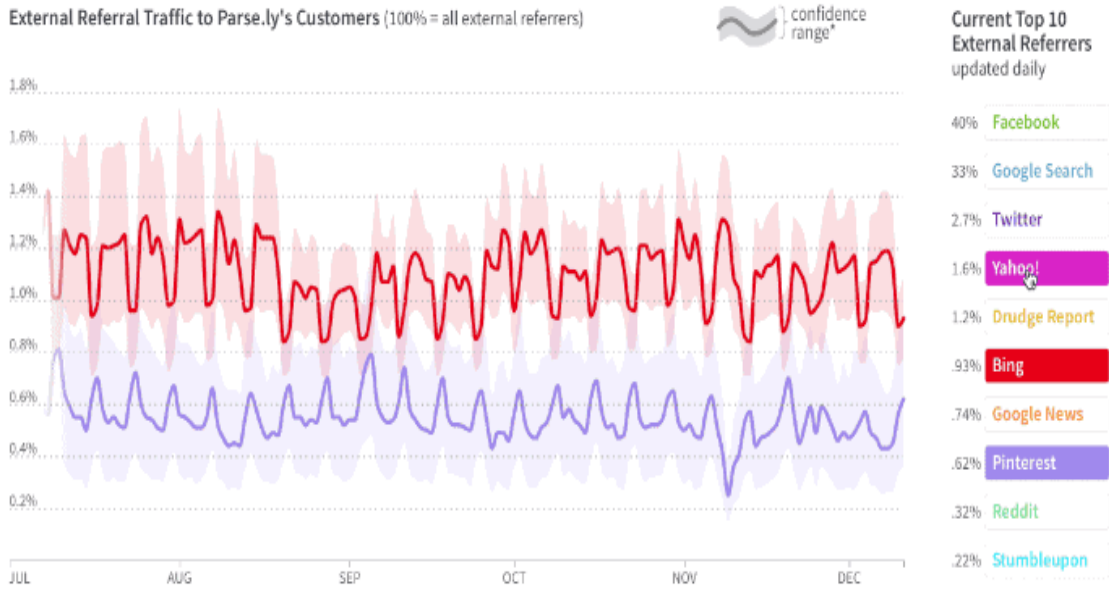
kullanıcıya, çerezler yerleştirilmeden önce açık bilgi verilmeli ve ayrıca kullanıcı isterse çerezleri engelleyebilmelidir. (Başalp, 2004: 95, 96)

Sonuç olarak; yapılan bu düzenlemelerin katı bir şekilde uygulanmasının çerez kullanan siteler üzerinde olumsuz etki yaratabileceği düşünülmeyle beraber, internetin sınır tanımaz doğası karşısında kişisel verilerin korunması hakkının da sağlanması gerektiğini düşünmekteyiz.

3.3.4. Çevrimiçi Sosyal Ağ İzleme (Online Social Network Tracking)

Çevrimiçi Sosyal Ağ İzleme, Facebook, Pinterest, Twitter gibi sosyal ağ platformlarının diğer web sitelerinde yer alan paylaşım ve tavsiye etme linkleri sayesinde kullanıcıların izlenmesi olarak ifade edilmektedir. (Karahisar, 2015:5)

2016 yılı Kasım ayı itibariyle diğer web sitelerine en fazla trafik sağlayan sosyal ağ platformu Facebook olup, bunu ise sırasıyla Google Search ve Twitter izlemektedir. ([https://] mediashift.org, Erişim Tarihi: 07.02.2018)



Grafik: 5 Diğer Web Sitelerine En Fazla Trafik Sağlayan Sosyal Ağlar

6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun 8. Maddesi'ne göre, Kanun da yer alan istisnai durumlar haricinde ilgili kişinin açık rızası olmaksızın kişisel

veriler aktarılamaz, yine 9. Maddesi'ne göre istisnai durumlar haricinde yurtdışına da aktarılamaz. Söz konusu Kanun'un 12. Maddesine göre ise veri sorumlusu *“kişisel verilere hukuka aykırı olarak erişilmesini önlemek ve kişisel verilerin muhafazasını sağlamak amacıyla uygun güvenlik düzeyini temin etmeye yönelik gerekli her türlü teknik ve idari tedbirleri almak zorundadır.”* ([https://]www.mevzuat.gov.tr, Erişim Tarihi: 30.01.2017)

Bununla birlikte BTK tarafından hazırlanan 24.07.2012 tarihli Yönetmelik'in 7. Maddesi'nin 1. Fıkrası da trafik verilerinin gizliliği ile ilgili olup, madde metnine göre; *“Elektronik haberleşme ve ilgili trafik verisinin gizliliği esas olup, ilgili mevzuatın ve yargı kararlarının öngördüğü durumlar haricinde, haberleşmeye taraf olanların tamamının rızası olmaksızın haberleşmenin dinlenmesi, kaydedilmesi, saklanması, kesilmesi ve gözetimi yasaktır.”* 11. Maddenin 3. Fıkrasına göre ise *“İlgili mevzuatın ve yargı kararlarının öngördüğü durumlar haricinde, ancak afet ve acil durum halleri ile acil yardım çağruları kapsamında abonenin/kullanıcının rızası aranmaksızın konum verisi ve ilgili kişilerin kimlik bilgileri işlenebilir.”* ([https://]www.mevzuat.gov.tr, Erişim Tarihi: 30.01.2017)

3.4. Avrupa Siber Suç (Budapeşte-Sanal Suçlar) Sözleşmesi Ve Türkiye Açısından Önemi

Hazırlık süreci dört yıl süren Avrupa Siber Suç Sözleşmesi 23 Kasım 2001 tarihinde Budapeşte'de imzaya açılmış, kırk yedisi Avrupa Konseyi üyesi, yirmi ikisi üye olmayan ülkelerden olmak üzere toplam altmış dokuz ülke tarafından imzalanmış, onaylanma süreci tamamlanan elli bir ülke açısından ise yürürlüğe girmiş ve bağlayıcılık kazanmıştır. ([http://www.coe.int, Erişim Tarihi:01.02.2017) Yürürlük tarihi ise 1 Temmuz 2004'dür. Sözleşmenin ilgili maddeleri gereği bundan sonraki aşama, sözleşmenin “genel ilkeler” başlığı altındaki düzenlemelerin, imzalayan devletler tarafından kendi iç hukuklarına uyarlanmaları ve yürürlüğe konularak bağlayıcılık kazanmalarıdır.

Türkiye söz konusu sözleşmeyi, iç hukuk düzenlemelerinin tamamlanmasından sonra taraf olunmasının uygun olacağı gerekçesiyle 10.11.2010 tarihinde imzalamış, 29.09.2014 tarihinde onaylanma süreci tamamlanarak, 01.01.2015 tarihinde ise

yürürlüğe girmiştir. Yine Sözleşme'nin 2, 7, 14/3 (b), 22, 24, 27/2, 29/4, 35/1, 40 ve 42 madde hükümlerine toplam 8 başlık altında beyan ve çekince konulmuştur.

Söz konusu metnin onaylanması ile internet ve diğer bilgisayar ağları aracılığıyla işlenen suçlarla ilgili ilk uluslararası sözleşme ortaya çıkmıştır. (Sinar akt. Dülger, 2015:201) Ayrıca sözleşmede, hem bugün hem de gelecekteki teknolojik gelişmeler karşısında muteber olabilmesi için teknolojiden bağımsız bir dil kullanılmıştır. ([http://]conventions.coe.int, Erişim Tarihi: 01.02.2017)

Avrupa Siber Suç Sözleşmesi'nin önemli diğer bir yanı ise Avrupa Konseyi'ne üye olmamalarına rağmen aralarında bilişim alanında oldukça gelişmiş ülkelerin de bulunduğu yirmi iki ülkenin bu sözleşmeyi imzalaması ve iç hukuk sistemleri açısından geçerli kılmalarıdır.

Sözleşmenin amaçlarını; sanal ortamda işlenen suçların ortak tanımını yapmak suretiyle ulusal düzeyde mevzuatı uyumlu hale getirmek, siber suçların soruşturulması ve kovuşturulması açısından gerekli olan yerel ceza usul hukuku yetkilerini sağlamak, devletler arasındaki muhakeme kurallarını yeknesaklaştırmak ve etkin bir uluslararası iş birliği rejimi oluşturmak olarak sıralayabiliriz.

Sözleşmenin “Ulusal Düzeyde Alınacak Önlemler- Maddi Hukuk ve Usul Hukuku” başlığı altındaki ikinci bölümünde hem bilgisayar aracılığıyla işlenen veya sistemin kendisine karşı işlenen suçlar hem de maddi hukuk konuları yer almaktadır. Yine sözleşmede dört farklı kategoride dokuz farklı suç tipi tanımlanmakta olup, bu suç tipleri ise şunlardır; (Helvacıoğlu akt. Dülger, 2015:202)

- Bilgisayar veri veya sistemlerinin gizliliği, bütünlüğü ve kullanıma açık bulunmasına ilişkin suçlar (yasadışı erişim, verilere müdahale, yasadışı müdahale, sistemlere müdahale, cihazların kötüye kullanımı),
- Bilgisayar vasıtasıyla işlenen dolandırıcılık ve sahtecilik suçları (sanal dolandırıcılık ve sahtecilik suçları)
- İçeriğe ilişkin suçlar (çocuk pornografisine ilişkin suçlar)
- Fikri mülkiyet haklarının ihlali ve uluslararası düzeyde dağıtımı.

Sözleşmenin diğer bir olumlu tarafı da, internetin ortaya çıkmasından itibaren bu ağ sisteminin en zararlı tarafı olarak gösterebileceğimiz, bilişim sistemleri aracılığıyla çocuk pornografisi ile ilgili olarak yapılan kapsamlı düzenlemedir. Buna göre;

- Dağıtımını yapmak amacıyla bir bilgisayar sistemi üzerinden çocuk pornografisi üretmek,
- Çocuk pornografisini bir bilgisayar sistemi üzerinden sunmak veya erişilebilir hale getirmek,
- Çocuk pornografisinin iletim ve dağıtımını bir bilgisayar sistemi üzerinden yapmak,
- Bir bilgisayar sistemi üzerinden kendisi veya bir başkası için çocuk pornografisi temin etmek,
- Bir bilgisayar sisteminde veya bilgisayar verileri depolama aygıtında çocuk pornografisi bulundurmak suç olarak düzenlenmiştir.

Sözleşmeye yönelik yapılan olumlu eleştirilerin yanında, otoriter bir yapısının bulunduğu, bu yapının ise temel hak ve özgürlükleri kısıtlayıcı ve kamusal otoriteyi güçlendirici bir etkiye sahip olduğu görüşünü savunanlar da olmuştur. Yine, “ifade özgürlüğünü kısıtlaması”, insancıl ceza normlarına aykırı” olması, adı “siber suç” olmakla beraber özellikle “usule dair hükümlerin amacını aşan bir şekilde düzenlenmesi” ayrıca “diğer tüm suçları da kapsayacak olması” gibi niteliklerinden dolayı birçok Sivil Toplum Kuruluşu’na da eleştirilmiştir. (Ankara Barosu, 2008:V)

Sanal ortamda insan haklarının, özgürlüklerin ve güvenliğin korunması ile risklerin azaltılmasına ilişkin kabul edilen tek uluslararası belge olan sözleşme, hükümetlerin vatandaşlarını korumasına ilişkin önemli bir araç niteliğindedir.

Söz konusu Sözleşme, ülkemizin Avrupa Konseyi çerçevesinde oluşturulan ortak hukuk sistemine siber suçlarla mücadele kapsamında da dâhil olmasını sağlayarak, uluslararası itibarına katkıda bulunacağı gibi bilişim suçlarıyla etkin bir şekilde mücadele edilmesi kapsamında da önem arz etmektedir. Nitekim birçok devlet üzerinde aynı anda işlenebilen, sınır tanımayan, soruşturulması ile kovuşturulması çok teknik bir süreç gerektiren ve delillerin hızlı ve kolay bir şekilde yok olabildiği bir suç türüyle mücadelede, uluslararası işbirliğinin varlığı şarttır.

4. BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA HAK VE ÖZGÜRLÜKLERİN KULLANIMI VE SINIRLANMASINA YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde sosyal medyada hak ve özgürlüklerin kullanımı ve sınırlandırılmasına yönelik nitel araştırmanın detayları ve bulguları aktarılacaktır. Yeni medya araçlarının güvenilirliği, yapılan hukuki düzenlemelerin yeterliliği, sosyal paylaşım ağlarının hukuki ihlaller karşısındaki tutumu yine kitlesel hareketlerdeki etkileri ve uygulanan cezai tedbir-müeyyideler, uluslararası düzenlemelerin Türk iç hukukunda uygulanabilirliği gibi konular irdelenecek ve alanında uzman kişilerin bu konudaki görüşlerine yer verilecektir.

4.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada nitel bir araştırma yöntemi olan derinlemesine mülakat tekniği kullanılmış ve konu ile ilgili önceden yapılandırılmış, açık uçlu sorular alanında uzman hukukçulara sorularak hem teorik bilgiler pekiştirilmiş hem de uygulamadaki aksaklıklar tartışılarak, alternatif çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

Bailey'e göre bu yöntemin güçlü yönleri "*esneklik, yanıt oranı, sözel olmayan davranış, ortam üzerindeki kontrol, soru sırası, anlık tepki, veri kaynağının teyit edilmesi, tamlık ve derinlemesine bilgi*" olarak sıralanabilmektedir. (Bailey akt. Yıldırım ve Şimşek, 2008) Mülakat araştırmacılar için büyük ölçüde esneklik sağlamakta, derinlemesine yanıtlar için ek sorular sorulabilmekte, bu süreçte bizzat bulunulduğu için ise yanıt oranı yüksek olmaktadır. Sürecin bizzat içerisinde bulunmanın sağladığı diğer bir avantaj ise mülakat yapılan kişinin anlık geliştirdiği yanıtların kaydedilmesi ve bunların ise zengin bir bilgi kaynağı oluşturmasıdır. Yine bu yöntemle elde edilen bilginin geçerliliğinin anket yoluyla elde edilen bilgiye oranla daha yüksek olacağı da aşikârdır.

Sonuç olarak, bu araştırma modeli sayesinde konu hakkında çok kapsamlı ve nitelikli görüşler elde edilebilmekte, bu ise çalışmalara özgünlük kazandırdığı gibi çalışmacılar için de yol gösterici olmaktadır.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini sosyal medya oluşturmaktadır. Katılımcıların tespitinde ise “amaçlı örneklem” kullanılmıştır. Seçilen evren çok kapsamlı bir alan olup, araştırmanın sonucunu en iyi temsil edecek kişiler katılımcı olarak seçilmiştir. Araştırmada hedeflenen sonuç, sosyal medyada hak ve özgürlüklerin kullanımı ve sınırlanması konusunda alternatif bakış açılarını değerlendirmek ve hukuki çözüm önerileri noktasında katkı sunabilmektir. Örneklem grubu bu alana hakim hukukçu ve akademisyenlerden oluşmakta olup; Av. Mustafa Şentürk, Şehir Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Bulut, Marmara Üniversitesi öğretim üyesi Doç. Dr. Artun Avcı, Av. Taner Sevim ve Av. Ayşe Nur Özsoy ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

4.3. Veri Toplama Araçları

Yapılan mülakatların tümü 2018 yılı Mart, Nisan ve Mayıs aylarında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada “sosyal medyada hak ve özgürlüklerin kullanımı ve sınırlanması” konusu hukuki açıdan ele alınmış ve konu ile ilgili beş farklı soru hazırlanarak nitel araştırmanın uygulanmasına yönelik alanında uzman akademisyen ve hukukçular seçilmiştir.

4.4. Bulgular ve Yorum

Sorular hazırlanıp, mülakatlar gerçekleştirildikten sonra elde edilen bulguların yorumlanması kısmına geçilmiştir. Öncelikle katılımcılara “Özellikle son dönemde medyada yer alan haberlerden sonra yeni iletişim araçlarını güvenilir buluyor musunuz?” şeklinde bir soru yöneltilmiş ve tamamı güvenilir bulmadıklarını belirterek, bu konudaki endişelerini dile getirmişlerdir. Av. Mustafa Şentürk, kişisel verilerin, yazışmaların, fotoğrafların v.s. mutlaka ilgili sunucunun serverlarında kayıt altında tutulduğunu düşündüğünü, zaten teknik olarak da bunun bir zaruret olduğunu, yine her ne kadar kayıtların tutulmadığı açıklamaları olsa da bunun bir karşı kontrol mekanizması bulunmadığından tek taraflı beyan ve taahhüt niteliğinde kaldığını ifade etmiştir. Yine, doğruluğu yazılı kanıtlarla ispat edilememiş olsa da uluslararası istihbarat örgütlerinin sosyal ağlar ile yakın işbirliği içerisinde olduğunu ve ciddi

maddi katkılarının bulunduğu medyada da sürekli yer aldığını, uygulamada da birçok kişinin sosyal medya ağlarını kullanması nedeniyle istihbarat birimlerince tespit edildiğini, bu durumun ise suçlularla mücadele noktasında lehe bir şey gibi görünse de dünya barış ortamının bozulması ihtimalinde ne şekilde kullanılacağını meçhul olduğunu da ilave etmiştir.

Kısaca Trump/Facebook olayına (Facebook'taki 50 milyon kullanıcının kişisel verilerinin izinsiz şekilde alınıp seçimlerde Donald Trump lehine kullanılması) değinen Prof. Dr. Nihat Bulut ise, sadece bu olayın dahi yeni iletişim araçlarının güvenilir bulunmaması için yeterli bir sebep olarak değerlendirilebileceğini belirtmiştir.

Av. Taner Sevim, dünyada sosyal medyanın gelişmesi ile birlikte yurttaş gazeteciliği kavramının konuşulmaya başlandığını ve klasik gazetecilikte de sosyal medya haberlerinden beslenilmeye başlandığını, bunun ise habere hızlı ve çabuk ulaşmak adına önemli bir gelişme olmakla birlikte kontrolsüz güç güç değildir sözünün yansımalarının sosyal medyanın hızla yayılması ile birlikte yerini bulmaya başladığını beyan etmiştir.

Son dönemde medyada yer alan haberlerden sonra yeni iletişim araçlarının güvenilirliği konusunda bazı endişelerin ortaya çıktığını belirten Doç Dr. Artun Avcı, 5651 sayılı İnternet Kanunu ve 6112 sayılı Radyo TV Kanunu değişiklikleri ile idari otoritelere (RTÜK, BTK vb.) ifade ve iletişim özgürlüğünün sınırlandırılmasına yönelik aşırı yetkiler tanındığını, bu nedenle de söz konusu Kanun değişikliklerinin korumak istediği hukuki menfaatin tam tersi bir sonucu ortaya çıkarmasının kaçınılmaz olduğunu belirtmiştir.

Bir diğer katılımcı Av. Ayşenur Özsoy, insanların sosyal medya hesaplarından tüm kişisel verilerini ve hayatlarının her anını paylaşır hale geldiklerini, bu ağların ise özel şirketlere ait olduklarını, gelirlerini de kişiler hakkında veri toplayıp, bunları kullanarak sağladıklarını aktarmış ve son dönemde basında da oldukça yankı bulan “Facebook’un 50 milyon kişinin kişisel verilerini Cambridge Analytica isimli şirkete satması” iddiasına dikkat çekmiştir. Farklı açılardan da konuya değinen Özsoy, bireylerin tüm verilerini paylaşmasına bağlı olarak bu mecraların kötü niyetli üçüncü şahıslarca da kazanç kapısı haline getirilebildiğini, yine sahte hesaplar üzerinden dolandırıcılık gibi faaliyetlerde de bulunulabildiğini ilave etmiş ve bu mecralarda daha dikkatli davranılması gerektiği uyarısında bulunmuştur.

Günümüzde geldiğimiz noktada, sosyal medyanın getirdiği teknolojik olanaklarla birlikte güvenlik problemleri de barındırdığı aşikârdır. Bu güvenlik problemleri ise tek boyutlu olmayıp kanaatimizce aşağıda belirttiğimiz üç başlık altında incelenebilmektedir:

- Paylaşılan haber, bilgi v.s. içeriklerin güvenilirliği,
- Kişisel bilgilerin gizliliği (güvenlik),
- Çeşitli suçlu ve potansiyel suçlular tarafından izlenen bir mecra olma.

Sosyal medyanın en büyük özelliği anlık olarak milyonlarca kullanıcıdan veri toplamasıdır. Ancak toplanan bu verilerin ne kadar güvenilir olduğu ise tartışmalıdır. Şöyle ki; günümüzde internet -*özellikle sosyal medya*- yalan haberlerin kontrol edilemez bir hızda yayılmasına olanak sunan ve bu haliyle toplumların güvenliğini tehdit eden bir ortamı da sunmaktadır. İşin ilginç yanı zaman zaman geleneksel medya araçları da bu haberleri doğruluğunu irdelemeden kullanmakta, bu ise çeşitli toplumsal çözümlere yol açmakta ve kaos ortamı oluşturmaktadır.

Sosyal medyanın güvenilirliğiyle ilgili bir diğer husus ise kişisel bilgilerin gizliliği konusudur. Bu platformlar her ne kadar kendi içlerinde bir takım güvenlik sistemleri barındırıyor olsalar da, söz konusu güvenlik sistemleri diğer kullanıcılara karşı geçerli olup paylaşılan kişisel verilerin kendileri tarafından kullanılmayacağına dair değildir. Aksine medyada da birçok kez yer aldığı üzere bu bilgiler çeşitli istihbarat örgütleri, siyasi partiler vs. ile paylaşılabilen ve farklı amaçlarla kullanılabilir. Ciddi altyapı ve servis hizmeti gerektiren bu platformların kullanıcılara ücretsiz sunulması da bu anlamda düşündürücüdür.

Yine bir diğer husus sosyal medyanın çeşitli suçlu ve potansiyel suçlular tarafından da izlenen bir mecra olmasıdır. Günümüzde insanların her anını sosyal medya üzerinden paylaştığı düşünüldüğünde bu platformların çeşitli suçlu ve potansiyel suçlular tarafından izlenmesi kaçınılmazdır. Nitekim TCK 158/1f maddesinde bu husus nitelikli dolandırıcılık kapsamına alınmış olup, cezası da ağırlaştırılmıştır.

Katılımcılara ikinci soru olarak, “Türkiye’de sosyal medya alanında yapılan hukuki düzenlemeleri yeterli buluyor musunuz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soru ile yapılan hukuki düzenlemelerin gereksinimleri karşılayıp, karşılayamadığı ve sosyal medyanın sınırsız-hızla gelişen yapısı karşısında yasa koyucudan beklentilerin ne

olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Avukat Mustafa Şentürk, yapılan hukuki düzenlemeleri yeterli bulmadığını, zira Türk hukuk sisteminde modern uygulamaların, buluşların sonucunda oluşan hukuki gereksinimlerin toplumsal ihtiyaçlardan ziyade bizzat sistemin kendisine müdahale olarak gerçekleştirildiğini, bunun da internet ortamının sınır tanımaz kuralları karşısında hiçbir işlerliğinin olmadığını ifade etmiştir. Yine bir diğer mesele olarak, yeni iletişim araçlarının yerli olmaktan ziyade yabancı kaynaklı olduklarını ve bu ülkelerin yapmış olduğu düzenlemelerin ise Türk iç hukuk sisteminde karşılığını bulamadığını belirtmiş, çözüm yolu olarak da yasa koyucunun öncelikle bu alandaki yasal gereksinimleri *-gerekirse uzmanlardan görüş alarak-* tespit etmesini, günün koşullarına göre düzenlemeler yapılmasını ve asıl önemlisi hızla gelişen internet hayatı karşısında bu duruma ayak uydurabilmesini göstermiştir. Son olarak yargılama yöntemine de değinen Şentürk, bu alanda oluşan ihtilafların klasik yargılama yöntemi ile Asliye Ceza ya da Ağır Ceza Mahkemelerinde görüldüğünü, ilgili mahkemelerin hakimlerinin söz konusu alanda uzman olmadıklarından dosyayı bilirkişilerin inisiyatifine terk ettiklerini, bu karmaşanın giderilmesi için ise uzun süredir gündemde olan ‘Bilişim İhtisas Mahkemeleri’nin kurulması ve ayrı bir yasal düzenleme yapılarak yargılamaların bu şekilde sürdürülmesi gerektiğini beyan etmiştir.

Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bu alanda yoğun bir hukuki düzenleme çabasının olduğunu vurgulayan Prof. Dr. Nihat Bulut ise, sosyal medya aracılığıyla da işlenebilen pek çok suç tipinin Türk Ceza Kanununda yer aldığını (özel hayatın gizliliği, haberleşmenin engellenmesi, kişisel verilerin kaydedilmesi ve hukuka aykırı bir biçimde kullanılması, iftira, bilişim sistemine girme ve bilişim sistemi aracılığı ile dolandırıcılık... gibi) öte yandan Türk Ticaret Kanunu, Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu gibi kanunlarla da bu alanın çerçevesinin çizilmeye çalışıldığını, yapılan bu düzenlemelerle ise bireylerin hem kişilik hem de mülkiyet haklarının korunduğunu belirtmiştir. Yine devamında ise ceza hukuku bakımından suç teşkil eden fiillerin normal yollarla işlenmesi ile sosyal medya aracılığı ile işlenmesi arasında bir fark olmadığını, teknolojinin gelişim hızı ve yeni iletişim kanallarının ortaya çıkmasının mevcut düzenlemeleri özellikle suçluların takibi bakımından yetersiz kıldığını; özel hukuk bakımından ise kanunlardan kaynaklanan yetersizliklerin yahut boşlukların, hakimin hukuk yaratması olgusu ile aşılabilmesi imkanının bu alandaki yetersizliklerin

giderilmesi açısından önemli olduğunu, sonuç olarak sosyal medya alanında yapılan hukuki düzenlemelerin yeterli olduğunun söylenebileceğini cümlelerine eklemiştir.

Avukat Taner Sevim, sosyal medyaya internet iletişimini kullanan bir network olarak bakıldığında aslında çokta hukuken kontrol altında tutulabilmesinin mümkün olmadığını, elbette yasal düzenlemelerin ve yasal düzenlemeler çerçevesinde etkin mücadele için gerekli tedbirlerin olması gerektiğini, ancak meselenin özünün sadece bu olmadığını, sosyal medya şirketleri ile iletişimin güçlendirilerek gerekirse ikili anlaşmalarla suça konu sosyal medya hesaplarına ulaşmada kolaylık sağlanması gerektiğini belirtmiş, bununla birlikte sosyal ağların özgürlük alanları olup hukuki sınırlar çerçevesinde bireylerin düşüncelerini açıklayabilmeleri gerektiği hususunu unutmamak gerektiğini de sözlerine eklemiştir.

Doç. Dr. Artun Avcı da, Türkiye’de sosyal medya alanındaki hukuki düzenlemelerin yeterli olmadığını belirtmiş ve bu alanda yapılacak düzenlemelerin ise uluslararası hukuk düzeninde yerleşmiş demokratik toplum, meşruiyet ilkesi, ölçülülük ilkesi ve ceza sorumluluğunun şahsiliği ilkelerini koruyacak bir çerçeve içinde gerçekleşmesi gerektiğini, yine hukuki düzenlemelerin Anayasaya, hukuk devleti ilkesine, Türkiye'nin uymakla yükümlü olduğu AİHS, Medeni ve Sosyal Haklar Sözleşmesi, BM İnsan Hakları Bildirgesi gibi uluslararası sözleşmelere ve zorunlu yargı yetkisi olarak kabul ettiği AİHM içtihatlarına da uygunluk içermesi gerektiğini ilave etmiştir.

Yapılan hukuki düzenlemeleri yeterli bulmadığını belirten bir diğer katılımcı Av. Ayşenur Özsoy ise, bunun biraz da sosyal medyanın yeni gelişmekte olan bir alan oluşuyla ve sınır tanımayan yapısıyla alakalı olduğunu, yine ülkemizde bu alanda yapılan yasaların suç unsuru oluştuktan sonra onu bertaraf etmek şeklinde düzenlendiğini, bunun ise ihtiyacı karşılayamamakla birlikte yeni oluşan suç tipleriyle mücadelede de yetersiz kaldığını savunmuştur. Çözüm olarak uluslararası işbirliğini, alanı düzenleyenlerin sosyal medya konusunda da uzman olmalarını *–ya da en azından bu kişilerden görüş alınmasını-* ve yapılan düzenlemelerde teknolojidten bağımsız bir dil kullanılmasını gösteren Özsoy, hiçbir yasanın interneti yüzde yüz güvenli hale getiremeyeceğini de cümlelerine eklemiştir.

Yapılan mülakatlarda oluşan genel kanı, bu alandaki hukuki düzenlemelerin yetersiz olduğu yönünde ise de *-sosyal medyanın doğası da düşünüldüğünde-* asıl sorunun

uygulamada yaşandığı kanaatindeyiz. Örneğin; Türkiye’de internet sitelerine erişimin engellenmesi noktasında verilen yargı kararlarına baktığımızda hukuka aykırı içerikten ziyade sitenin tamamına yönelik erişimin engellendiği, bu durumun ise ifade özgürlüğü ile birlikte kullanıcıların bilgi alma özgürlüklerini de engellediği aşikârdır. Bu noktada kanun koyucu tarafından dikkat edilmesi gereken husus ise yapılacak düzenlemelerle bu tür keyfiliklerin önüne geçilmesidir.

Üçüncü soru olarak katılımcılara “Sosyal paylaşım ağlarının Türkiye’deki hukuki ihlaller karşısındaki tutumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu yöneltilmiş, tamamı suç ve suçluyla mücadelede sosyal paylaşım ağlarının umursamazca davrandığını belirterek, çeşitli çözüm önerileri sunmuşlardır. Av. Mustafa Şentürk, sosyal paylaşım ağlarının tutumunu doğru bulmadığını, ancak bu konuda iç hukuk uygulamasının da yetersiz kaldığını, nitekim geçmiş dönem örneklerinde görüleceği üzere basit suçlarda dahi diğer deliller araştırılmaksızın ilgili şirketlere yazılar yazıldığını, bunun ise şirket nezdinde ciddi bir iş yükü oluşturduğunu aktarmış, bununla birlikte terör, insanlığa ve çocuklara karşı işlenen suçlar ve bazı özel suç tipleri için sosyal paylaşım ağlarının cevap vermemesi durumunun ise suçlunun bir şekilde gizlenmesi ya da ödüllendirilmesi anlamını taşıdığını, bu durumun da hukuken kabul edilemez olduğunu vurgulamıştır. Diğer bir husus olarak bu şirketlerin kendi ülkelerinde ya da Avrupa’nın diğer ülkelerinde bu şekilde tek taraflı muamele yapamadıklarının açık olduğunu, çözüm olarak ise ilgili şirketlerin Türkiye’de temsilcilikler açmasının sağlanması ya da uluslararası platformlarda sözleşmelerle bu şirketler hakkında bağlayıcı kararlar alınması gerektiği görüşünde bulunmuştur.

Yaşanan deneyimlerin, sosyal paylaşım ağlarının hukuki ihlaller karşısındaki tutumunun dünya ölçeğinde tam bir standarda kavuşmadığını gösterdiğini, bunda ise ihlalin tespitindeki kriterlerin muğlaklığının da payının olduğunu ifade eden Prof. Dr. Nihat Bulut ise, iç hukuka göre ihlal sayılabilecek bir fiilin sosyal paylaşım ağının kendi standartları bakımından ihlal sayılamayabileceğini, bu konuda yaşanan tartışmaların özgürlükler bağlamında normal sayılabileceğini, ancak bunun dışında sosyal medya ağlarının ülkeler arasında duyarlılık eşitsizliğine sahip olduğunun da bir gerçek olduğunu belirtmiştir. Türkiye’de yaşanan tweeter sorunun bunun kanıtı olduğunu vurgulayan Bulut, merkez ülkelerde (ABD, Avrupa) bürosu bulunan tweeterin çevre ülkelerde, örneğin Türkiye’de büro açmaya yanaşmadığını, bu durumun ise çifte

standarda yol açarak sonuçta sosyal medya ağlarının kapatılmasına dahi sebep olabildiğini ve Wikipedia'nın hala kapalı olmasının da bu bağlamda değerlendirilebileceğini de sözlerine ilave etmiştir.

Bütün bunlara paralel olarak Av. Taner Sevim de sosyal paylaşım ağlarındaki hukuki ihlallere karşı şirketlerin umursamazca davrandıklarını, bunun en önemli sebebinin ise daha fazla üye ve para kazanma amacı taşımaları olduğunu belirtmiştir. Yine bu alanların sınırsız özgür alanlar olmadığını ve sosyal medya şirketlerinin de suçlarla mücadele noktasında gerekli özeni göstermesi gerektiğini savunmuş, bu sorunun ise makro bir sorun olduğunu belirterek ülkesel olarak bakmamak gerektiğini, uluslararası platformlar oluşturarak sosyal medya şirketleri nezdinde gerekli girişimlerde de bulunulması gerektiğini ifade etmiştir.

Sosyal paylaşım ağlarının içerik sağlayıcı ve yer sağlayıcı sıfatlarıyla sorumluluk bilinci içinde hareket etmesi gerektiğini savunan Doç. Dr. Artun Avcı ise; ayrımcılık ve nefret söylemi içeren, şiddete teşvik eden vb. söylem biçimleri karşısında sosyal paylaşım ağlarının kamu otoritelerinin müdahalesine gerek kalmadan filtreleme veya içerik kaldırma gibi yöntemlere başvurulması gerektiğini vurgulamıştır.

Bir diğer katılımcı Av. Ayşenur Özsoy, Türkiye'de emniyet ve savcılık gibi soruşturma makamlarının sosyal paylaşım ağları üzerinden suçluları bulabilmesinin IP adreslerinin tespit edilmesiyle gerçekleştiğini, ancak bu ağların ise yurt dışı merkezli olduklarını, uluslararası yazışmaların bir yılı bulabildiğini, yazışma yapılsa dahi kullanıcıya ait talep edilen verilerin hiçbir şekilde gönderilmediğini ve bu şekilde dosyaların takipsiz kaldığını belirterek, söz konusu durumun bu ağlarda işlenen suçların artışına sebep olduğunu vurgulamış, çözüm yolu olarak ise uluslararası işbirliğinin şart olduğunu savunmuştur.

Dördüncü soru olarak "Günümüzde geldiğimiz noktada sosyal medyanın kitlesel hareketlerdeki etkisini ve uygulanan cezai tedbir ve müeyyideleri nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Bu soru sosyal medyanın kitlesel hareketlerdeki rolünü ve uygulanan müeyyidelerin caydırıcılığını tespit edebilmek amacıyla sorulmuş, katılımcılar ise sosyal medyanın gücünün yadsınamaz olduğunu belirtmekle birlikte birbirinden farklı yanıtlar vermişlerdir. Av. Mustafa Şentürk, sosyal medya sitelerinin kitlesel hareketlerdeki etkisinin çok büyük olduğunu,

bunun medyada da birçok kez yer aldığını, klasik anlamdaki topluluk psikolojisinin sosyal medyada kendisine bu şekilde yer bulduğunu belirtmiştir. Yine devamında ise sosyal medya aracılığıyla maddi gerçeklerin ciddi anlamda saptırılabilirdiğini ve bu husususun zaman zaman kamu güvenliğini de ciddi şekilde tehdit ettiğini, bu haliyle ise sosyal medyanın sınırsız özgürlük alanı olduğunu düşünmenin hiçbir şekilde hukuki olmadığını, bu süreçte adli makamların tedbir, erişimin engellenmesi v.s. hususlarda karar almasının *-hukuki olmak olmak kaydıyla-* gayet doğal olduğunu, gelişmiş hukuk sistemlerinde de uygulamanın bu yönde olduğunu vurgulamıştır.

Prof. Dr. Nihat Bulut, sosyal medyanın kitlesel hareketlerdeki rolünün, hukuki sınırlar içinde kalmak kaydıyla, ifade, örgütlenme ve toplanma özgürlüğü bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini, bu üç özgürlüğün zorunlu olmadıkça ve hukuka uygun bir nedene dayanmadıkça (milli güvenlik, kamu düzeni, genel sağlık, genel ahlak... gibi) sınırlandırılmayacağını, yine yapılacak sınırlandırma ve yaptırıma bağlamanın ancak geçerli bu nedenlere dayanılarak ve ölçülülük ilkesi gözetilerek yapılabileceğini belirtmiştir. Türkiye’de uygulanan tedbirler ve cezai yaptırımların uygulamada ağır bulunup eleştirilse dahi neticede bağımsız yargı tarafından denetlendiğini de vurgulayan Bulut, Anayasa mahkemesinin vermiş olduğu “tweeter kararı”nın bunun en açık örneği olduğunu da sözlerine eklemiştir.

Yaşanan örnekler üzerinden değerlendirmelerde bulunan Av. Taner Sevim, sosyal medyanın toplum üzerinde hem algısal hem de örgütsel gücünün yadsınamaz bir gerçek olduğunu, ülkemizde ve dünyanın diğer ülkelerinde de kitlesel hareketlerde sosyal medyanın etkin olarak kullanıldığını, örneğin İspanya’da sistem karşıtlarının "Hemen gerçek demokrasi" adı altında sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla yaptıkları çağrılarla çok hızlı bir şekilde ünlü Sol Meydanında toplandıklarını, bunda ise sosyal medyanın hem hızlı hem de ucuz olmasının etkili olduğunu ifade etmiştir. Uygulanan cezai tedbirlerle ilgili olarak da değerlendirmelerde bulunan Sevim, bu tedbirlerin hukuk içerisinde değerlendirilmesinin gerektiğini, demokratik sınırlar içerisinde kullanılması halinde bir sorun oluşmayacağını ancak demokratik sınırların aşılması halinde de yasalarla koruma gerektiğini belirtmiştir.

Sosyal medyanın, hem teknolojik hem de kültürel bir araç olarak gücü, etkisi ve yaygınlığı ile milyonlarca yurttaşın siyasete ve kamusal tartışma alanlarına katılmalarını

sağlama potansiyeli taşıdığını belirten Doç. Dr. Artun Avcı ise, internet akışlarının yarattığı / yaratacağı bilgi ve enformasyon sayesinde eleştirel tartışma ve kamusal katılımın gerçekleştiğini, yine yurttaşların, gerekli bilgi ve enformasyonu kitle iletişim araçları aracılığıyla elde ederek kamusal müzakere süreçlerine katıldığını belirtmiştir. İnternetin hızı, yaygınlığı ve fikirleri “kamusal kılma” yetisinin, yurttaşları kamusal müzakere süreçlerine “özne” olarak katabilme potansiyeline işaret ettiğini vurgulayan Avcı, kamu otoritelerinin bu alandaki müdahalesinin ise internet özgürlüğünü ve yurttaşların demokratik süreçlere katılımını arttıracak nitelikte olması gerektiğini sözlerine ilave etmiştir.

Sosyal medyanın kitlesel hareketlerdeki tetikleyici gücüne değinen Av. Ayşenur Özsoy, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin toplumsal hareketleri de dönüştürdüğünü, bu durumun ise bilginin özgürce dolaşımı ve paylaşımı açısından önemli bir husus olmakla birlikte konunun bütün boyutlarıyla ele alınması gerektiğini, zira sosyal medya aracılığıyla sahte hesaplar kullanılarak veya görüntüler çarpıtılarak olayları manipüle etmenin çok daha kolay olduğunu, yine herhangi bir toplumsal hareketin başlattığı meşru tepkinin sosyal medya aracılığıyla amacından saptırılmasının da mümkün olduğunu ifade etmiştir. Demokratik hukuk devleti ilkesi ile bağdaşmak kaydıyla uygulanan cezai tedbir ve müeyyidelerin kamu güvenliği için gerekli olduğunu vurgulayan Özsoy, bunun bir baskı unsuru olarak kullanılmaması gerektiğini de sözlerine ilave etmiştir.

Bireylerin sosyal medya üzerinden her türlü bilgiyi paylaşıyor olmaları, bu mecraları sadece eğlence vasıtası olmaktan çıkarmış ve önemini daha da artırmıştır. Geleneksel medya araçlarını bir şekilde etkileyebilen devletler, sosyal medya karşısında çaresiz kalmış ve çeşitli şekillerde baskı oluşturmaya çalışmışlardır. Tüm katılımcıların da ifade ettiği gibi, sosyal medyanın kitlesel hareketlerdeki rolünü ifade, haber alma, örgütlenme ve toplanma özgürlükleri kapsamında değerlendirmek gerekmele birlikte, özellikle kamu güvenliğinin ciddi bir şekilde tehdit edildiği durumlarda hukuki sınırlar içerisinde kalmak kaydıyla çeşitli cezai tedbir ve müeyyideler uygulanabilmektedir. Burada önemli olan husus ise uygulanan bu tedbir ve müeyyidelerin baskı unsuru olarak kullanılmaması ve keyfiliklere mahal verilmemesidir.

Katılımcılara son olarak “ Yeni medya araçları ile ilgili uluslararası düzenlemelerin Türk iç hukuk sisteminde uygulanabilirliği nedir?” sorusu yöneltilmiş, Av. Mustafa Şentürk; yetersiz olduğu kanaatinde olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, ülkeler arasındaki hukuki entegrasyonun bu yönüyle olmadığını, Türk hukuk sisteminde uluslararası düzenlemelerin karşılığını bulabilecek ve gereksinimleri karşılayabilecek düzenlemelerin halen istenilen aşamada olmadığını, mevcut sosyal ağların faaliyet alanı, işlevselliği v.s. diğer hususların göz önünde bulundurularak günün koşulları ve olayın özelliklerini karşılayabilecek hukuki-modern düzenlemelerin yapılması gerektiğini de ilave etmiştir.

Prof. Dr. Nihat Bulut, Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası antlaşmaların kanun hükmünde, hatta insan haklarına ilişkin ise kanunlardan da üstün olduğunu ve bu durumda uluslararası antlaşma hükümlerinin uygulanacağını aktarmış ve devamında ise bu konudaki spesifik sözleşmelerin iç hukukunun bir parçası haline getirilip getirilmediğine bakmak gerektiğini, ancak bu yapılmamış olsa dahi, Türkiye'nin hem Birleşmiş Milletler hem de Avrupa Konseyi tarafından çıkarılmış bütün insan hakları sözleşmelerine taraf olduğunu, ifade özgürlüğünün ise bu sözleşmelerin ve sözleşmeler çerçevesinde oluşturulan denetim mekanizması kararlarının tavizsiz ve çok geniş bir biçimde vurguladıkları bir özgürlük olduğunu, dolayısıyla yeni medya araçları ile ilgili düzenlemelerden özellikle ifade özgürlüğü bağlamında kaçış olmadığını ifade etmiştir.

Yeni medya araçlarına ilişkin uluslararası düzenlemelerin Türk iç Hukuk sisteminde doğrudan uygulama alanı bulmasının mümkün olmadığını, uyarılma yöntemi ile iç hukuka aktarılabilse de bunun son derece zor ve uzun bir süreç olduğunu belirten Av. Taner Sevim de, Anayasa'nın 90. maddesine atıfta bulunarak, “Usulüne göre yürürlüğe konulmuş temel hak ve özgürlüklere ilişkin milletlerarası antlaşmalarla kanunların aynı konuda farklı hükümler içermesi nedeniyle çıkabilecek uyuşmazlıklarda milletlerarası antlaşma hükümleri esas alınır.” hükmü karşısında başta Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi olmak üzere uluslararası antlaşmaların iç hukuk açısından önem arz ettiğini, yine bu madde kapsamında bağlayıcılık kazandığını ifade etmiş, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi kararlarının Türk Yargısının önünü açtığını da sözlerine eklemiştir.

Yeni medya araçları ile ilgili Türk iç hukuk sistemi düzenlemelerinin, uluslararası normlara(AİHS ve AİHM içtihatları) ve diğer uluslararası düzenlemelere uyumlu hale

getirilmesi gerektiğini savunan Doç. Dr. Artun Avcı ise; ülkeden ülkeye değişmeyen temel hak ve özgürlükler kategorisinde yer alan hukuk devleti ilkesi, yurttaşların ifade ve iletişim özgürlüğü, kişilik hakları, özel hayatın gizliliği, güvenlik hakkı, kişisel verilerin gizliliği, dernek kurma ve toplantı özgürlüğü, aile hayatına saygı hakkı vb. hakların hukuki düzenlemelerle korunması gerektiğini, idari otoritelerin yeni medya araçlarına yönelik meşru müdahalelerinin ise, kişilik hakları ile kamu yararı arasındaki dengeyi gözeterek ve yurttaşların internet iletişimi hakkını geliştirmek maksadıyla olması gerektiğini vurgulamıştır.

Av. Ayşenur Özsoy, günümüzün gelişen teknolojisi ile birlikte kişisel verilerin gizliliğinin ve mahremiyetin eskisine kıyasla daha büyük bir oranda riske girdiğini, gelişen bilim ve teknolojiye paralel olarak ise Avrupa Birliği ve Dünya ülkeleri ile birlikte ülkemizde de bu alana yönelik hukuki düzenlemelerin yapıldığını ancak henüz istenen seviyede olmadığını ifade etmiştir.

Diğer tüm katılımcıların da vurguladığı gibi uluslararası düzenlemelerdeki normlar Anayasamızın 90.maddesi gereği iç hukukumuzda dâhildir. Bununla birlikte özellikle son yıllarda ülkemizde de sosyal medya alanında uluslararası düzenlemelere paralel çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır. Biz bu noktada da yaşanan problemlerin daha çok uygulamadan kaynaklandığı görüşündeyiz.

5. BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal medya kullanım oranının ciddi bir şekilde arttığı ve internet ile sınırların ortadan kalktığı bir çağda yaşıyoruz. Böyle bir çağda bireyler, sosyal medya siteleri aracılığıyla duygu, düşünce ve fikirlerini kolayca geniş kitlelere ulaştırmakta ve bilgi ağlarına erişim sağlamaktadır. Bu bakımdan sosyal medya günümüz insanının en temel ifade özgürlüğü alanı olarak görülebilmekte ve ifade özgürlüğü hiç olmadığı kadar önem taşımaktadır.

Çalışmamızda da değindiğimiz gibi ifade özgürlüğü; sadece olağan karşılanan, önemsiz ya da zararsız görülen bilgi ve görüşlerin açıklanması konusunda değil, ayrıca devlete ve toplumun bazı kesimlerine aykırı gelen, rahatsız edici, endişe verici düşüncelerin açıklanması konusunda da geçerlidir. Nihai olarak, geniş kapsamlı bir

ifade özgürlüğü hakkı garanti altına alınmaksızın ne özgür bir ülkeden ne de demokrasiden bahsedilememektedir.

Bununla birlikte küresel bir köy haline gelen dünyada sosyal medya ile yazılı, görsel ve işitsel içerikler çoğu zaman kitlelere kontrolsüz bir şekilde yayılmaktadır. Bu noktada önemli olan husus ise ifade özgürlüğü ile korunan hukuki değer arasında hassas bir denge kurulmasıdır.

Sosyal medya siteleri aracılığıyla ifade özgürlüğü hakkı kullanılırken, diğer insanların kişilik haklarının ihlâl edilmesi ve sistem tarafından bu duruma müsamaha gösterilmesi hukuk devleti ilkesi ile bağdaşmaz. Zira günlük hayatta da bir kişinin özgürlük sınırı diğer kişilerin özgürlükleri ve hakları ile ters orantılıdır. Nihai olarak, ifade özgürlüğünü korumak ne kadar önemli ise hukuktan ödün vermemek ve diğer kişilerin haklarını korumak da o kadar önemlidir.

Demokratik bir ülkede ifade özgürlüğü olduğu gibi, bu özgürlüğün sınırları da elbette olmalıdır. Ancak bu sınırlamanın sınırları açıkça belirtilmeli, uluslararası sözleşmelerle çerçevesi çizilmiş meşru sınırlar aşılmamalıdır. Çünkü daha önce de belirttiğimiz gibi ifade özgürlüğünün sınırlandırılması, dolaylı olarak birçok hak ve özgürlüğün sınırlandırılması sonucunu doğurmaktadır.

Genellikle başkalarının özgürlüğüne müdahale edilmesi, yargılama görevinin engellenmesi, devlet sırlarının açıklanması, insanları suç işlemeye teşvik eden düşüncelerle, kamu düzeni ve ulusal güvenliği tehdit eden görüşlerin açıklanması durumlarında ifade özgürlüğünün kısıtlanabileceği kabul edilmektedir. Ancak sosyal medyanın yeni gelişen bir alan olması, sınırlarının olmaması, amatörce hazırlanan yasal düzenlemeler ve uygulamadaki problemler sebebiyle bazı durumlarda bu platformlarda ifade özgürlüğü hakkı zedelenebilmekte ve bunun da ötesinde kaos ortamı oluşturulabilmektedir.

Yine, sosyal medya özellikle son yıllarda bireylerin duygu, düşünce ve fikirlerini açıkladığı bir mecra olmanın da ötesine taşınmış, dağınık halde bulunan toplulukların organize olmak için kullandığı bir alan haline gelmiştir. Arap Baharı'ndan Occupy hareketine kadar internetin etkisiyle yayılan toplumsal hareketler ifade özgürlüğünün geleceğini şekillendiren tartışmalar üzerinde de derin bir etki yaratmıştır. Bu anlamda sosyal medyanın en önemli rolünün yeni temsiller yaratma ve muhalif politik sesleri

duyurma olduğunu söyleyebiliriz. Ancak önceki örneklerinde olduğu gibi yazılı, görsel ve işitsel içeriğin kitlelere kontrolsüzce yayılımı ile birlikte büyük bir dezenformasyonun da yaşanacağını, yaşanan bu dezenformasyonun ise en çok o ülke vatandaşlarına zarar vereceğini unutmamak gerekir.

Etkileşimli özelliğiyle, bireylerin birbirleriyle çeşitli bilgi ve içerikleri paylaşabildikleri sosyal medya bir taraftan bireysel ve kitlesel ifade özgürlüğünü sağlamakta, ancak diğer taraftan özel hayatın gizliliğinden bilgi güvenliğine, telif haklarından nefret söylemlerine ya da çocuk pornografisinden tehdite kadar çeşitli hukuki sorunlarla karşımıza çıkmaktadır. Durağan yapısı sebebiyle teknoloji kadar hızlı olamaması ve yapılan düzenlemelerin teknolojik gelişmeler karşısında geçerliliğini kaybetmesi gibi hususlar dikkate alındığında bu alandaki düzenlemelerin devam eden bir süreç olduğu görülmektedir.

Uluslararası işbirliğinin sağlanması, teknolojiden bağımsız bir dil kullanılması, alanı düzenleyenlerin sadece hukuki anlamda değil sosyal medya alanında da uzman olması ve her şeyden önemlisi hızla gelişen internet hayatı karşısında bu duruma ayak uydurulabilmesi ile bu alanda yaşanan hukuki boşlukların doldurulabileceği kanaatindeyiz.

Sonuç olarak; sosyal medyada ifade özgürlüğü kavramını mutlak sınırlar içerisinde değil de hukuk devleti ilkesi içerisinde sürekli dengenin korunması gereken bir alan olarak değerlendirmenin yerinde olacağı kanaatindeyiz. Şöyle ki; hukukun ihlali, hakaret ve mahremiyet gibi konularda hem mağdur olan vatandaşın hem de ifade özgürlüğünü kullanan vatandaşın haklarını koruyacak meşru bir dengenin oluşturulması yerinde bir hareket olacaktır. Bununla birlikte her ne olursa olsun demokratik bir hukuk devletinde, sosyal medyanın zeminsiz ve hukuksuz bir şekilde yasaklanmasının kabul edilemeyeceği aşikardır. Yeni fikirlerin ortaya çıkması, düşüncelerin doğruluğunun ya da yanlışlığının anlaşılması dahası insanlığın gelişmesi ancak internetin ve özelinde sosyal medyanın yani ifadenin özgürlüğü ile mümkün olacaktır.

Çalışmamızın son bölümünde “*yeni medya araçlarının güvenilirliği, yapılan hukuki düzenlemelerin yeterliliği, sosyal paylaşım ağlarının hukuki ihlaller karşısındaki tutumu yine kitlesel hareketlerdeki etkileri ve uluslararası düzenlemelerin Türk iç hukukunda uygulanabilirliği*” gibi tartışmalı hususlarda yapmış olduğumuz mülakatlar

ve almış olduğumuz cevaplar da bu hususa işaret etmektedir. Ancak ifade özgürlüğü sağlanırken kişilik haklarının da korunduğu bu noktada; içerisinde bireyler, sosyal ağ şirketleri ve hükümetlerinde olduğu herkes kendi üzerine düşen vazifeyi yapacaktır.



KAYNAKÇA

KİTAP

AKAR, Erkan (2010). **Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri**. Efil Yayınevi, Ankara.

AKDAĞ, Hale (2013). **Türk Ceza Kanunu Kapsamında Kişisel Verilerin Korunması**, Adalet Yayınevi, Ankara.

BANKO, Meltem & BABADOĞAN, Ali Rıza (2013) **Gezi Parkı Sürecine Dijital Vatandaş'ın Etkisi**. <http://geziparkikitabi.com/ekitap/GeziParkiKitabi.pdf> (Erişim Tarihi: 18.08.2016)

BAŞALP, Nilgün (2004). **Kişisel Verilerin Korunması ve Saklanması**. Yetkin Yayınları, Ankara.

BİNARK, Mutlu & YILDIRIM, Ayşenur & TOPRAK, Ali & AYGÜL, Eser & BÖREKÇİ, Senem & ÇOMU, Tuğrul (2014). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: 'Görülüyorum Öyleyse Varım'. Kalkedon Yayınları, İstanbul.

BOZARTH, Jane (2010). **Social Media For Trainers**. Pfeiffer Publish, San Francisco.

BROWN, Rob (2009). **Public Relations and the Social Web**. Kogan Page, London

ÇAKIR, Mukadder (2013). "Sosyal Medya ve Gösteri" "**Sosyalleşen Birey**" **Sosyal Medya Araştırmaları 1**, (Der.) Ali Murat Kırık & Ali Büyükaslan. Çizgi Kitabevi, Konya.

ÇETİN, Erol (2014). **Son Değişikliklerle Açıklamalı-İçtihatlı Basın Hukuku Yazılı Basın, Radyo-Televizyon, İnternet**. Bilge Yayınevi, Ankara

ÇOBAN, Barış (2014). **Sosyal Medya Devrimi**. Su Yayınevi, İstanbul

DİKMEN, Ergin Şafak & BİNARK, Mutlu & TOKTAŞ, Selma & FİDANER, Işık Barış & KÜZECİ, Elif & ÖZAYGEN, Alkım (2012). **Türkiye'de Dijital Gözetim- TC**

Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi. Alternatif Bilişim Derneği Yayınları, İstanbul.

DÜLGER, Murat Volkan (2015). **Bilişim Suçları ve İnternet İletişim Hukuku.** Seçkin Yayıncılık, Ankara

GENELİUS, Susan (2011). **30-Minute Social Media Marketing.** Mc Graw Hill, New York.

GÜÇDEMİR, Yeşim (2012). **Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi.** Derin Yayınları, İstanbul

İNAL, Kemal (2014). **Gezi, İsyân, Özgürlük: Sokağın Şenlikli Muhalefeti.** Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

KARA, Tolga (2013). **Sosyal Medya Endüstrisi.** Beta Basım A.Ş., İstanbul.

KARAKOÇ, Enderhan & TAYDAŞ, Onur (2013). “Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı” **“Sosyalleşen Birey” Sosyal Medya Araştırmaları 1,** (Der.) Ali Murat Kırık & Ali Büyükaslan. Çizgi Kitabevi, Konya.

KERPEN, Dave (2011) **Likeable Social Media-How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, And Be Generally Amazing on Facebook (and Other Social Network).** McGraw-Hill Books.

KIRIK, Ali Murat (2013). “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı” **“Sosyalleşen Birey” Sosyal Medya Araştırmaları 1,** (Der.) Ali Murat Kırık & Ali Büyükaslan. Çizgi Kitabevi, Konya.

KÖSEOĞLU, Bilal (2013). **İletişim Saldırılarından Doğan Hukuksal Sorumluluk ve Uygulama.** Bilge Yayınevi, Ankara

LIETSALA, Katri & Sirkkunen, Esa (2008). **Social Media: Introduction to The Tools and Processes of Participatory Economy.** Tampere University Press, Finlandiya.

MACOVEI, Monica (2005). **İfade Özgürlüğü, AİHS'nin 10.maddenin Uygulanmasına İlişkin Kılavuz, İnsan Hakları El Kitapları, No:2.** TBB Yayınları:88, TBB-İHAUM : 6.

ONGUN, Coşkun (2013). **Yayın Yoluyla Kişilik Haklarının İhlali Basın, Radyo-Televizyon ve İnternet Hukuku.** Legal Yayıncılık, Ankara.

ÖZGEN, Ebru & KARA, Tolga (2012). **Sosyal Medya-Akademi.** Beta Basım A.Ş., İstanbul

POPOLİ, Anna Rita (2014) “Google’ın Yöneticileri Yüklenen Videolardan Sorumlu mu? İtalya Örneği” **Sosyal Medya D\evrimi**, (Der.) Barış Çoban. Su Yayınları, İstanbul.

SANLAV, Ümit (2014). **Sosyal Medya Savaşları.** Hayat Yayınları, İstanbul SCOTT, David Meerman (2010) **The New Rules of Marketing & PR.** MediaCat Yayınları, New Jersey.

Siber Suçlar Konvansiyon Taslağı ve Açıklayıcı Memorandumu/ Haz. Siber Suç Uzmanları Komitesi, Çev. İnternet ve Hukuk Platformu (2006) **Avrupa Konseyi Siber Suçlar Sözleşmesi Taslağı.** Ankara Barosu, Ankara.

STANO, Simona (2014) “Sözde Blog Devrimi” **Sosyal Medya D\evrimi**, (Der.) Barış Çoban. Su Yayınları, İstanbul.

TİMİSİ, Nilüfer (2003) **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi.** Dost Yayınevi, Ankara.

TUNCER, Emre (2014). **Sosyal Medya İmparatorluğu Patron.** Akis Yayınları, İstanbul

WEİNBERG, Tamar (2009). **The New Community Rules: Marketing on the Social Web.** O'Reilly Media, San Francisco

YALÇIN SANCAR, Türkan (2006). **Alenen Tahkir ve Tezyif Suçları.** Seçkin Yayıncılık, Ankara.

YILDIRIM, Ali & ŞİMŞEK, Hasan (2008). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**. Seçkin Yayıncılık, Ankara.

YÜKSELTÜRK, Erman & TOP, Ercan (2013). **Web 2.0 Teknolojilerinin Öğretmen Eğitiminde Kullanımı**. ÇAĞILTAY, Kürşat & GÖKTAŞ, Yüksel içinde, **Öğretim Teknolojilerinin Temelleri: Teoriler, Araştırmalar, Eğilimler** (s. 665-680). Pegem Akademi, Ankara.

ZARRELLA, Dan (2010). **The social Media Marketing Book**. http://danzarella.com/Social_Media_Marketing_Book_ch1_3.pdf (Erişim Tarihi: 19.08.2016)

TEZ

AÇIKGÖZ, Aslı (2009). **“Basın Yoluyla Gerçekleşen Kişilik Hakkı İhlallerinin Unsurları”** İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

ANLI, İsmet (2017) **“Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketici Davranışları Bağlamında Demografik Değişkenler Açısından Farklılaşmasının İncelenmesi”**. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

AYDIN, Bayram Oğuz (2014). **“Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim ve Turistlerin Destinasyon Tercihleri: Konya Örneği”** Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Doktora Tezi.

İŞLEK, Mahmut Sami (2012). **“Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma”** Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

KOÇ, Serhat (2013). **“Hukuksal Bağlamda Sosyal Medya Analizi ve Kıyaslamalı Mevzuat Önerileri”** İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

ÖRSELLİ, Erhan (2003). **“19 Mart Tarihli Ulusal Program ve Türkiye’de Düşünce Özgürlüğü”** Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Yüksek Lisans Tezi.

ŞAHİN, Osman (2011). **“Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin İşlenmesi, Saklanması ve Gizliliğin Korunması”** Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Bilişim Uzmanlığı Tezi.

TARCAN, Burcu (2015). **“Gençlerin Facebook Kullanımları: Almanya ve Türkiye Örneği”** Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

YAYLA, Kemal (2010) **“İnternet Pazarlamasında Yeni Eğilimler: Çevrimiçi Sosyal Ağ- ların Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi”**. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

YÜKSEL, Murat İlter (2010). **“TOR Anonimleştiricisinde Sınırlı Kaynak Kullanarak Trafik Analizi Gerçekleştirimi”** Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Uluslararası Bilgisayar Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

MAKALE, BİLDİRİ VE DERGİ

AKGÜL, Aydın (2016). **“Kişisel Verilerin Korunmasında Yeni Bir Hak: ‘Unutulma Hakkı’ ve AB Adalet Divanı’nın ‘Google Kararı’”**. Türkiye Barolar Birliği Dergisi. Sayı: 116 (11-38)

AKKURT, Sinan Sami (2016). **“17.06.2015 Tarih, E. 2014/4-56, K. 2015/1679 Sayılı Yargıtay Hukuk Genel Kurulu Kararı ve Mukayeseli Hukuk Çerçevesinde ‘Unutulma Hakkı’”**. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Sayı:65, Cilt:4 (2605-2635)

AKLEYLEK, Sedat & YILDIRIM, H. Murat & YÜCE TOK, Zaliha (2011). **“Kriptoloji ve Uygulama Alanları: Açık Anahtar Altyapısı ve Kayıtlı Elektronik Posta”**. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri. İnönü Üniversitesi, Malatya. (713-718).

BARUTÇU, Süleyman & TOMAŞ, Melda (2013). **“Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü”**. DergiPark Akademik, Sayı:1 Cilt:4 (5-24)

BAŞLAR, Gülşah (2013), **“Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm”**, (<http://ab.org.tr/ab13/bildiri/247.pdf>)

BAYRAKTUTAN, Günseli & BİNARK, Mutlu & ÇOMU, Tuğrul & DOĞU, Burak & İSLAMOĞLU, Gözde & AYDEMİR, Aslı Telli (2012), **“Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi”**, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt:7, Sayı:3 (15-16).

BİÇER, Serkan (2014). **“Akademisyenlerin Sosyal Ağlarda Bulunma Motivasyonları: Facebook Örneği”** Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:40 (59-80).

BOZKURT, Enver & DOST, Süleyman (2002). **“Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarında İfade Özgürlüğü ve Türkiye”** Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:7, Sayı:1 (47-74).

CAN, Osman (2002). **“Anayasa Değişiklikleri ve Düşüncüyü Açıklama Özgürlüğü”**, Anayasa Yargısı, Anayasa Mahkemesinin 40. Kuruluş Yıldönümü Nedeniyle Düzenlenen Sempozyumda Sunulan Bildiriler, Anayasa Mahkemesi Yayınları 49, Antalya. (503-532)

ERDOĞAN, Mustafa (2001). **“Demokratik Toplumda İfade Özgürlüğü – Özgürlükçü Bir Perspektif-”** Liberal Düşünce Dergisi, Sayı: 24 (8-13).

ERYILMAZ, Mesut Bedri (2001). **“Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesine Göre İfade Özgürlüğü ve Türk Hukuku”** Ankara Barosu Dergisi, Sayı:1 (249-324)

FIRAT, Muhammed Sabır (2015). “**Hukuk Devleti Açısından İnternette İnsan Hakkı Ve Kişilik Haklarına Saldırı Sorunu**”. Hacettepe HFD, Sayı: 5, Cilt:2 (101-116)

GÜLENER, Serdar (2012). “**Dijital Hafızadan Silinmeyi İstemek: Temel Bir İnsan Hakkı Olarak Unutulma Hakkı**”. Türkiye Barolar Birliği Dergisi. Sayı: 102 (219-241)

GÜREL, Emel & YAKIN, Mehmet (2007). “**Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür**” Selçuk İletişim, Cilt:4, Sayı:4 (203-219)

KARAHİSAR, Tüba (2015). “**Yeni Medya, Mahremiyet ve Unutulma Hakkı**”. https://www.academia.edu/19928769/Yeni_Medya_Mahremiyet_ve_Unutulma_Hakk%C4%B1

KAYA, Mine (2015). “**Sosyal Medya Ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali**”. Türkiye Barolar Birliği Dergisi, Sayı: 119 (277-306)

KORKMAZ, Ali (2012). “**Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü**” International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (ISLC). (2147-2153).

KORKMAZ, İbrahim (2016). “**Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Hakkında Bir Değerlendirme**”. Türkiye Barolar Birliği Dergisi, Sayı: 124 (83-84)

LABUS, Aleksandra & SİMİC, Konstantin & BARAC, Dusan & RADENKOVİC, Milos (2012). “**Integration of Social Network Services İn E-education Process**” Metalurgia International, Cilt:17, Sayı:7 (161-168).

LEUF, Bo & CUNNINGHAM Ward (2001). “**The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web**”. https://www.researchgate.net/publication/31771168_The_Wiki_Way_Quick_Collaboration_on_the_Web_B_Leuf_W_Cunningham, (Erişim Tarihi: 27.10.2016)

NAİK, Umesha & SHIVALINGAIAH, D. (2008). “**Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0. In 6th International CALIBER**”,

<http://ir.inflibnet.ac.in:8080/ir/bitstream/1944/1285/1/54.pdf> (Erişim Tarihi: 10.07.2016)

O'REILLY, Tim (2005). **“What Is Web 2.0”** <http://oreilly.com/web2/archi-ve/what-is-web-20.html> (Erişim Tarihi: 14.08.2016)

ÖZBEY, Özcan (2013). **“Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi Işığında İfade Özgürlüğü Kısıtlamaları”** Türkiye Barolar Birliği Dergisi, Sayı:106 (41-92).

ÖZCAN, Barış & AKINCI, Zeki (2017). **“Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Tüketici Davranışları Üzerinde Etkisi: Turizm Fakültesi Örneği”**, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 18 (141-154).

ÖZEL, Nevzat & ÇAKMAK, Tolga (2010). **“Sosyal Kataloqlama Siteleri ve Yeni Nesil Kütüphane Katalogları”**

http://www.bby.hacettepe.edu.tr/akademik/tolgacakmak/file/1_NO_TC.pdf (Erişim Tarihi: 02.09.2016)

PAROUTİS, Sotirios & SALEH, Alya Al (2009) **“Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies”**, Journal of Knowledge Management, Cilt: 13 Sayı: 4, (52-63).

TOKEL, Saniye Tuğba & CEVİZCİ, Esra (2013). **“Üç Boyutlu Sanal Dünyalar: Eğitimciler İçin Yol Haritası”** XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri. Akdeniz Üniversitesi, Antalya. (1119-1121)

TOKSARI, Murat & MÜRÜTSOY, Mehmet & BAYRAKTAR, Muhammet (2014). **“Tüketici Algılarını Etkileyen Faktörlerde Sosyal Medyanın Rolü: Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği”** Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:7, Sayı:4 (1-28).

TONTA, Yaşar (2009). **“Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği”** Türk Kütüphaneciliği, Cilt:23, Sayı:4 (742-768).

USUL, Ali Resul (2011). **“Arap halk hareketleri, bölgede demokratikleşme imkânları, Libya ve Türkiye’nin tutumu”**

http://www.gpotcenter.org/dosyalar/resul_presentation_11apr2011.pdf. (Erişim Tarihi: 04.09.2016)

UZKURT, Cevahir & ÖZMEN, Müjdat (2006). **“Pazarlama Yöneticileri İçin Yeni Bir Fırsat: Sanal Topluluklar”** Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt: VIII, Sayı: 1 (23-40).

VURAL, Z. Beril Akıncı & BAT, Mikail (2010). **“Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”**. Journal Of Yaşar University, Cilt:20, Sayı:5 (3348-3382)

YILMAZ, Yücel (2007). **“Kriptoloji Uygulamalarında Hukuki Boyut”**. Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, Cilt:13, Sayı:1-2 (137-147)

İNTERNET ERİŞİMİ

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862>, (Erişim Tarihi: 01.02.2018)

<https://digitalreport.wearesocial.com/>, (Erişim Tarihi: 03.02.2018)

<https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-northern-europe-part-1-west-86864045>, (Erişim Tarihi: 03.02.2018)

content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/66805/42027/h01.pptx, (Erişim Tarihi: 10.08.2016)

<https://simsekb.wordpress.com/tag/sosyal-medya/>, (Erişim Tarihi: 10.08.2016)

<https://about.linkedin.com/tr-tr>, (Erişim Tarihi: 14.08.2016)

<https://expandedramblings.com/index.php/by-the-numbers-a-few-important-linkedin-stats/>, (Erişim Tarihi: 03.02.2018)

<http://www.hurriyet.com.tr//darbe-gecesi-35-kat-tweet-40172748>, (Erişim Tarihi: 19.08.2016)

<http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-nasil-darbeye-direnisin-araci-oldu>, (Erişim Tarihi: 19.08.2016)

<https://www.socialmediatoday.com/social-business/state-blogging-2016-infographic>, (Erişim Tarihi: 23.08.2016)

<http://www.pewinternet.org/2017/03/01/social-media-use-in-2017/>, (Erişim Tarihi: 03.02.2018)

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Flickr>, (Erişim Tarihi: 26.01.2017)

<http://blog.instagram.com/post/165759350412/170926-news> (Erişim Tarihi: 06.02.2018)

<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (Erişim Tarihi: 06.02.2018)

<https://business.pinterest.com/en/blog/175-million-people-discovering-new-possibilities-on-pinterest> (Erişim Tarihi: 06.02.2018)

<https://www.youtube.com/intl/tr/yt/about/>, (Erişim Tarihi: 06.02.2018)

<https://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>, (Erişim Tarihi: 06.02.2018)

<https://www.youtube.com/intl/tr/yt/about/policies/>, (Erişim Tarihi: 01.09.2016)

<http://youtube-global.blogspot.com/2010/08/what-do-you-think-about-human-rights.html> (Erişim Tarihi: 28.08.2016)

<http://sosyalmedyakulubu.com.tr/sosyalmedya/sosyal-medya-platformlarinin-kuruculari.html>, (Erişim Tarihi: 28.08.2016)

<https://www.iabturkiye.org/UploadFiles/Reports/MODERN-KREATIF3112017173448.pdf> (Erişim Tarihi: 07.02.2018)

<https://ipfs.io/ipfs/Qme2sLfe9ZMdiuWsEtajWMDzx6B7VbjzpSC2VWhB6GoB1/wiki/Dailymotion.html>, (Erişim Tarihi: 28.08.2016)

<https://www.alexa.com/topsites/countries/TR>, (Erişim Tarihi: 26.01.2017)

<https://expandedramblings.com/index.php/wikipedia-statistics/>, (Erişim Tarihi: 07.02.2018)

<http://internet.btk.gov.tr/sitesorgu/>, (Erişim Tarihi: 07.02.2018)

<http://fabbarika.com/blog/sosyal-isaretlemenin-amaci-ve-onemi/>, (Erişim Tarihi: 03.09.2016)

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/podcasting?q=podcasting> (Erişim Tarihi: 04.09.2016)

<http://sosyalmedya.co/google-25-milyon/> (Erişim tarihi: 07.02.2018)

<https://plus.google.com/discover> (Erişim tarihi: 05.09.2016)

<http://news.linkedin.com/about-us> (Erişim Tarihi: 02.03.2018)

<https://webrazzi.com/2017/04/25/linkedin-500-milyon-kullanici/> (Erişim Tarihi: 01.02.2018)

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ab8ec8edc6016.73098711 (Erişim Tarihi: 09.09.2016)

<https://www.similarweb.com/app/google-play/com.eksiteknoloji.eksisozluk/statistics> (Erişim Tarihi: 07.02.2018)

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ab9f3c2eca876.54515523 (Erişim Tarihi: 30.10.2016)

<https://www.n11.com/genel/gizlilik-politikasi-61304> (Erişim Tarihi: 07.02.2017)

<https://bianet.org/biamag/biamag/148053-ifade-ozgurlugu-nedir-elestiri-hakki-ile-iliskisi-nasil-kurulur> (Erişim Tarihi: 01.01.2017)

<https://emsal.yargitay.gov.tr/BilgiBankasiIstemciWeb/GelismisDokumanAraServlet>
(Erişim Tarihi: 08.02.2018)

<https://emsal.yargitay.gov.tr/BilgiBankasiIstemciWeb/GelismisDokumanAraServlet>
(Erişim Tarihi: 08.02.2018)

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.2709&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch> (Erişim Tarihi: 27.11.2016)

<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf> (Erişim Tarihi: 01.12.2016)

<http://www.turk-internet.com/portal/yazigoster.php?yaziid=7066> (Erişim Tarihi: 08.12.2016)

<http://kararlaryeni.anayasa.gov.tr/BireyselKarar/Content/e08bbc9d-6949-4951-9bac-3b51ddf0004c?wordsOnly=False> (Erişim Tarihi: 10.01.2017)

<https://emsal.yargitay.gov.tr/BilgiBankasiIstemciWeb/GelismisDokumanAraServlet>
(Erişim Tarihi: 10.02.2018)

<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6098.pdf> (Erişim Tarihi: 10.12.2016)

<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.11746&sourceXmlSearch=&MevzuatIliski=0> (Erişim Tarihi: 13.12.2016)

<http://www.ideaport.org.tr/blog/bilisim-suclarina-karsi> (Erişim Tarihi: 23.12.2016)

http://anibal.gyte.edu.tr/hebe/AbIDrive/59669005/w/Storage/104_2011_1_470_59669005/Downloads/bl470-b1-4.pdf (Erişim Tarihi: 03.01.2017)

<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6698.pdf> (Erişim Tarihi: 17.01.2017)

<https://www.tech-worm.com/vpn-nedir-ne-ise-yarar-cesitleri-nelerdir/> (Erişim Tarihi: 18.01.2017)

<https://www.enisa.europa.eu/activities/identity-and-trust/library/deliverables/the-right-to-be-forgotten,s.3> (Erişim Tarihi: 20.01.2017)

<https://www.theguardian.com/world/blog/2014/may/14/mario-costeja-gonzalez-fight-right-forgotten> (Erişim Tarihi: 23.01.2017)

<http://kazanci.com.tr/gunluk/hgk-2014-4-56.htm> (Erişim Tarihi: 24.01.2017)

<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160407.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160407.htm> (Erişim Tarihi: 24.01.2017)

<http://mediashift.org/2016/12/facebook-referral-traffic-story-2016/> (Erişim Tarihi: 07.02.2018)

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.16405&MevzuatIliski=0> (Erişim Tarihi: 30.01.2017)

<https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/185/signatures> (Erişim Tarihi: 01.02.2017)

<http://conventions.coe.int/Treaty/en/Reports/Html/185.htm> (Erişim Tarihi: 01.02.2017)



