

DİJİTAL İTAAT REJİMİ

TÜRKİYE'DE SOSYAL
AĞ SAĞLAYICILARI VE
ŞEFFAFLIK YANILSAMASI

YAMAN AKDENİZ & OZAN GÜVEN

iFOD

İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ DERNEĞİ

DİJİTAL İTAAT REJİMİ

TÜRKİYE'DE SOSYAL AĞ SAĞLAYICILARI VE ŞEFFAFLIK YANILSAMASI

YAMAN AKDENİZ & OZAN GÜVEN

DİJİTAL İTAAT REJİMİ

TÜRKİYE'DE SOSYAL AĞ SAĞLAYICILARI VE ŞEFFAFLIK YANILSAMASI

Yazarlar: YAMAN AKDENİZ · OZAN GÜVEN

ISBN 978-625-99747-7-4

Ocak 2026

© İfade Özgürlüğü Derneği

Hasırcıbaşı Caddesi, No: 24/4, Kadıköy İstanbul

Sertifika No: 44361

Kapak Tasarımı: Ozan Güven - Yaman Akdeniz

Kitap Tasarımı: Kadir Abbas

DİJİTAL İTAAT REJİMİ

TÜRKİYE'DE SOSYAL AĞ SAĞLAYICILARI VE ŞEFFAFLIK YANILSAMASI

YAMAN AKDENİZ & OZAN GÜVEN

• ARAŞTIRMA •

Dijital İtaat Rejimi Türkiye’de Sosyal Ağ Sağlayıcıları ve Şeffaflık Yanılsaması

İfade Özgürlüğü Derneği ve Sosyal Ağ Sağlayıcıları Raporu Hakkında

Merkezi İstanbul’da bulunan İfade Özgürlüğü Derneği (“İFÖD”) Ağustos 2017’de kurulmuştur. Dernek, dil, din, ırk, cinsiyet, cinsel yönelim, cinsiyet kimliği, yaş, engellilik, politik görüş farklılığı ve diğer nedenlere dayalı hiçbir ayırım gözetmeksizin ifade özgürlüğü hakkına yönelik ihlallerin önlenmesi ve sona erdirilmesine odaklanmıştır. Bu doğrultuda, ifade özgürlüğü hakkı ihlal edilen veya bu hakkı tehlike altında olan kişilere hukuki yardım sağlamak, araştırma, eğitim, ulusal ve uluslararası işbirliği yapmak ve dayanışmayı güçlendirmek amacıyla çalışmalar yürütmektedir. İFÖD, Temmuz 2023’te Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konsey (“ECOSOC”) nezdinde akredite olmuş ve özel danışmanlık statüsü kazanmıştır.

EngelliWeb 2008 yılında bir sivil toplum girişimi olarak çalışmalarına başlamış ve 2017’ye kadar Türkiye’den erişime engellenen web siteleri, mahkeme kararları ve idari kararlarla ilgili bilgi ve istatistikleri kamuoyuyla paylaşmıştır. Alanında somut verilere dayanan temel bir kaynak olarak, yerli ve yabancı medya kuruluşları tarafından sıkça atıf yapılan EngelliWeb, akademik makalelerde ve TBMM soru önergelerinde yer almış, ABD Dışişleri Bakanlığı’nın yıllık “İnsan Hakları Raporu”nun Türkiye bölümünde istatistiklerine düzenli olarak yer verilmiştir. EngelliWeb, 2015’te Türkiye Yayıncılar Birliğinin Düşünce ve İfade Özgürlüğü Özel Ödülünü ve 2016’da Deutsche Welle’nin Bobs Kullanıcı Ödülü Türkçe kategorisinde ödül kazanmıştır.

İfade Özgürlüğü Derneğinin kurulması ile EngelliWeb, Dernek bünyesinde çalışmalarına devam etmiş ve Türkiye’de İnternet sansürüyle ilgili yıllık raporlar yayımlamıştır: 2018 EngelliWeb Raporu Haziran 2019’da,¹ 2019 EngelliWeb raporu Temmuz

¹ Bkz. İfade Özgürlüğü Derneği, EngelliWeb 2018; Türkiye’den Erişime Engellenen Web Siteleri, Haber ve Sosyal Medya İçeriklerinin Analiz Raporu, Haziran 2019: https://ifade.org.tr/reports/EngelliWeb_2018.pdf

2020’de,ⁱⁱ 2020 EngelliWeb raporu Ağustos 2021’de,ⁱⁱⁱ 2021 EngelliWeb raporu Ekim 2022’de,^{iv} 2022 raporu Temmuz 2023’te,^v 2023 raporu Eylül 2024’te^{vi} ve son olarak 2024 raporu Eylül 2025’ten yayınlanmış ve kamuoyuyla paylaşılmıştır.^{vii} 2024 içinde ayrıca, Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komitesi’ne Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi (“ICCPR”) kapsamında Türkiye değerlendirmesi için bir rapor^{viii} ve Evrensel Periyodik İnceleme (“EPİM”) kapsamında bir rapor sunulmuştur.^{ix} İFÖD’ün raporları, ulusal ve uluslararası medyada geniş yankı bulmakta, 5651 sayılı Kanun değişikliklerinin tartışıldığı TBMM oturumlarında sıkça referans gösterilmekte^x ve milletvekilleri tarafından sunulan yazılı soru önergelerinde de İFÖD’ün EngelliWeb çalışmalarına atıf yapılmaktadır.^{xi}

İnternetin özgürleştirici potansiyeli, yerini giderek daha kapalı, sıkı denetlenen ve cezalandırma odaklı bir dijital rejime bırakmaktadır. Türkiye’de bu otoriter dönüşümün en somut tezahürü, 5651 sayılı Kanun’un erişim engelleme ve içerik çıkarma hükümleri aracılığıyla hayata geçirilmektedir. İfade Özgürlüğü Derneği’nin 2018-2024 yıllarını kapsayan EngelliWeb raporları; yargı ve idare eliyle uygulanan keyfi müdahalelerin ifade ve basın özgürlüğü üzerinde kurduğu sistematik baskıyı belgelemekte, sansürlenmiş içerikleri ifşa ederek kamusal hafızayı korumayı amaçlamaktadır.

EngelliWeb projesinin güncel verileri, sansürün ulaştığı boyutları çarpıcı bir şekilde ortaya koymaktadır. 2024 yılı sonu itibarıyla Türkiye’den erişimi engellenen web sitesi ve alan adı sayısı toplamda **1.264.506**’ya ulaşmıştır. Bu devasa “dijital karartma”, 852 farklı kurumun başvurusu üzerine verilen **1.078.348 farklı karar** doğrultusunda uygulanmıştır.

Ancak sansür mekanizması sadece web siteleriyle sınırlı kalmamış, etki alanı genişledikçe sosyal medya platformlarını da doğrudan hedef almaya başlamıştır. Ekşi Sözlük’ten Instagram’a^{xii} kadar pek çok platform erişim engelleme kararlarına

-
- ii İfade Özgürlüğü Derneği, EngelliWeb 2019: Buz Dağının Görünmeyen Yüzü, Temmuz 2020, https://ifade.org.tr/reports/EngelliWeb_2019.pdf
 - iii İfade Özgürlüğü Derneği, EngelliWeb 2020: Fahrenheit 5651: Sansürün Yakıcı Etkisi, Ağustos 2020, https://ifade.org.tr/reports/EngelliWeb_2020.pdf
 - iv İfade Özgürlüğü Derneği, EngelliWeb 2021: Üst Düzey Kamu Şahsiyetlerinin İncinen İtibarı, Onur ve Haysiyet Yılı, Ekim 2022, https://ifade.org.tr/reports/EngelliWeb_2021.pdf
 - v İfade Özgürlüğü Derneği, EngelliWeb 2022: Sulh Ceza Hakimliklerinin Gölgesinde Karanlığa Gömülen Anayasa Mahkemesi, Temmuz 2023, https://ifade.org.tr/reports/EngelliWeb_2022.pdf
 - vi İfade Özgürlüğü Derneği, EngelliWeb 2023: Türkiye’de Adaletsizliğin Sembolü: Sulh Ceza Hakimlikleri ve İnternet Sansürleri, Eylül 2024, https://ifade.org.tr/reports/EngelliWeb_2023.pdf
 - vii Akdeniz, Y., & Güven, O., EngelliWeb 2024: Dijital Kafeste Kafkaesk Sansür: Yargı Eliyle Gerçeğin Susturulması, Eylül 2025, İfade Özgürlüğü Derneği Yayınları, https://ifade.org.tr/reports/EngelliWeb_2024.pdf
 - viii İfade Özgürlüğü Derneği, Submission to the 142nd Session of the UN Human Rights Committee for Consideration of the State Report of Türkiye, https://ifade.org.tr/reports/IFOD_CCPR_Submission_2024.pdf
 - ix İfade Özgürlüğü Derneği, Submission to the 4th Cycle of the UN Human Rights Council for Consideration of the State Report of Türkiye During the 49th Session (Apr – May 2025), <https://uprdoc.ohchr.org/uprweb/downloadfile.aspx?filename=13943&file=EnglishTranslation>
 - x Bkz. 23.07.2020 TBMM Adalet Komisyonu Tutanakları; 28.07.2020 TBMM Tutanakları; 11.02.2021 TBMM Tutanakları; 06.04.2021 TBMM Tutanakları; 13.10.2021 TBMM Tutanakları; 10.12.2021 TBMM Tutanakları; 24.03.2022 TBMM Tutanakları; 23.03.2023 TBMM Tutanakları; 06.04.2023 TBMM Tutanakları; 11.12.2024 TBMM Tutanakları.
 - xi Örneğin bkz. Gülüstan Kılıç Koçyiğit tarafından sunulan 12.08.2024 tarih ve 6867 sayılı yazılı soru önergesi; Meral Danış Beştaş tarafından sunulan 26.09.2023 tarih ve 2172 sayılı yazılı soru önergesi.
 - xii Instagram platformu, kamuoyuyla paylaşılmayan bir Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) kararıyla, 5651 sayılı Kanun’un 8. maddesi kapsamındaki “katalog suçlar” gerekçe gösterilerek erişime engellenmiştir.

konu olurken; Wattpad,^{xiii} Roblox^{xiv} ve Discord^{xv} gibi küresel platformlar 2024 yılından bu yana uygulanan süresiz erişim engelleriyle Türkiye’deki kullanıcıların hayatından tamamen çıkarılmıştır.

Dijital İtaat Rejimi: Türkiye’de Sosyal Ağ Sağlayıcıları ve Şeffaflık Yanılsaması başlıklı bu çalışmanın odak noktası, bu baskı ikliminde sosyal medya platformlarının konumudur. Platformların Türkiye’deki hukuki sorumlulukları, Temmuz 2020’de 7253 sayılı Kanun ve Ekim 2022’de 7418 sayılı Kanun ile 5651 sayılı Kanun’da yapılan köklü değişikliklerle yeniden tanımlanmıştır.^{xvi} Bu düzenlemelerle “**sosyal ağ sağlayıcı**” olarak tanımlanan platformlara,^{xvii} Türkiye’de temsilcilik açma, verileri yerelleştirme ve raporlama yapma gibi kritik yükümlülükler getirilmiştir. Dolayısıyla, devletin yoğunlaşan sansür politikaları ve uygulamaları bağlamında, Türkiye’de yasal olarak temsilcilikleri bulunan yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcılarından YouTube, TikTok, Facebook, Instagram, X (eski adıyla Twitter), LinkedIn, Dailymotion, Pinterest ve VKontakte ve yurt içi kaynaklı sosyal ağ sağlayıcısı konumunda olan Ekşi Sözlük’ün politikalarının temel hak ve özgürlüklere saygılı olup olmadığı ve ifade ve basın özgürlüğünü sınırlamaya yönelik baskılara karşı mücadele edip etmediği incelenecektir.

Çalışmada, platformların sadece yasal prosedürleri şeklen tamamlayıp tamamlamadıkları değil; **devletin yoğunlaşan sansür politikaları karşısında ifade özgürlüğünü savunup savunmadıkları** da sorgulanmıştır. Raporun metodolojisi; EngelliWeb projesinin saha verilerinin yanı sıra, sosyal ağ sağlayıcılarının yayımladığı yerel ve küresel şeffaflık raporlarının karşılaştırmalı analizine ve Ticaret Sicili Gazetesi kayıtlarındaki kurumsal yapı incelemelerine dayanmaktadır.

2025 EngelliWeb Raporu, önceki yıllarda olduğu gibi, Prof. Dr. **Yaman Akdeniz** (İstanbul Bilgi Üniversitesi Hukuk Fakültesi) ve Uzman Araştırmacı **Ozan Güven** tarafından hazırlanmıştır. Bu çalışmanın son sürümünü baştan sona titizlikle okuyarak ve proje süresince değerli görüşleriyle katkı sunan Doç. Dr. **Can Cemgil**’e içtenlikle teşekkür ederiz.

^{xiii} Wattpad, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’nın talebiyle, Ankara 10. Sulh Ceza Hakimliğinin 12.07.2024 tarih ve 2024/6507 sayılı kararıyla erişime engellenmiştir.

^{xiv} Roblox, “milli güvenlik ve kamu düzeninin korunması” gerekçesiyle Adana 6. Sulh Ceza Hakimliğinin 07.08.2024 tarih ve 2024/5282 sayılı kararıyla 8/A kapsamında erişime engellenmiştir.

^{xv} Discord, Ankara 1. Sulh Ceza Hakimliğinin 09.10.2024 tarih ve 2024/12907 sayılı kararıyla Türkiye’den süresiz biçimde erişime engellenmiştir.

^{xvi} Resmi Gazete, 31.07.2020, Sayı 31202.

^{xvii} 5651 Sayılı Kanun, madde 2 (s).

İçindekiler

1. BÖLÜM: Sosyal Ağ Sağlayıcıları, Temsilcileri, Sorumlulukları, Yükümlülükleri, Rejim ve Uygulama

Giriş.....	3
5651 Sayılı Kanun Kapsamında Sosyal Ağ Sağlayıcılarının Hukuki Sorumluluğu ve Yükümlülükleri	3
SAS Temsilcilerinin Tüzel Kişi Olması Durumunda Şube Olma Zorunluluğu	6
Taleplere Cevap ve Gerekçe Verme Yükümlülüğü	8
Raporlama Yükümlülüğü: Kamusal Şeffaflık Raporu ve Kurumsal Bilgi Bildirimi	13
Adli Makamlara Bilgi Verme Yükümlülüğü ve Bant Genişliği Daraltma Yaptırımı	17
Kullanıcı Verilerinin Türkiye’de Tutulması Yükümlülüğü	20
Çocuklara Özgü Ayırıştırılmış Hizmet Sunma Yükümlülüğü	21
Kullanıcı Haklarının Korunması ve Bilgilendirme Yükümlülüğü	22
Başlık Etiketleri ve Öne Çıkarılan İçerikler İçin Başvuru Mekanizması Kurma Yükümlülüğü	23
Can ve Mal Güvenliğini Tehlikeye Sokan İçeriklerin Kollukla Paylaşılması Yükümlülüğü	24
BTK’nın Bilgi Talep Etme ve Yerinde İnceleme Yetkisi	25
Olağanüstü Durumlara İlişkin Kriz Planı Oluşturma Yükümlülüğü	26
Sosyal Ağ Sağlayıcılara Yönelik Hukuki ve İdari Yaptırımlar	26
Ara Değerlendirme: Sosyal Ağ Sağlayıcılara Yönelik Yasal Rejim ve Uygulama	29

2. BÖLÜM: Yasal Yükümlülükler ve Şeffaflık Raporlarının Değerlendirilmesi

Giriş.....	33
X Platformunun Yükümlülüklerle Uyumu	35
X Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi	37
Meta Platformunun Yükümlülüklerle Uyumu	38
Facebook Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi	40

Instagram Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi.....	42
YouTube Platformunun Yükümlülüklerle Uyumuna	44
YouTube Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi	47
VKontakte Platformunun Yükümlülüklerle Uyumuna.....	49
VKontakte Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi.....	50
Dailymotion Platformunun Yükümlülüklerle Uyumuna	52
Dailymotion Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi.....	53
TikTok Platformunun Yükümlülüklerle Uyumuna	54
TikTok Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi	56
Pinterest Platformunun Yükümlülüklerle Uyumuna	58
Pinterest Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi	60
LinkedIn Platformunun Yükümlülüklerle Uyumuna	62
LinkedIn Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi.....	66
Ekşi Sözlük Platformunun Yükümlülüklerle Uyumuna	68
Ekşi Sözlük Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi	69

SONUÇ: Şeffaflık Yanılsaması ve Dijital İtaat Rejimi

I. Şekli Uyum ve Temsilcilik Kargaşası	73
II. Raporlama Disiplinsizliği ve Veri Saklama	74
III. Hukuki Geçerliliğini Yitirmiş Normlara Dayalı Müdahaleler	75
IV. Adli Makamlara Bilgi Verilmesi: Şeffaflıktan Uzak ve Çelişkili Bir Uygulama	75
V. Yasal Baskı Araçları ve Sivil Alanın Daralması.....	76
VI. Küresel Bir Sorun Olarak “Hesap Verebilirlikten Yoksun İstatistiksel Dökümler”	76
VII. Algoritmik Belirsizlik ve Denetim Dışı Kalan “Akış” Yönetimi	77
VIII. Düzenleyici Kurumun “Ticari Sır” Kalkanı ve Kamusal Denetimin İmkansızlığı.....	79

Tablo, Ekran Görüntüsü Listesi

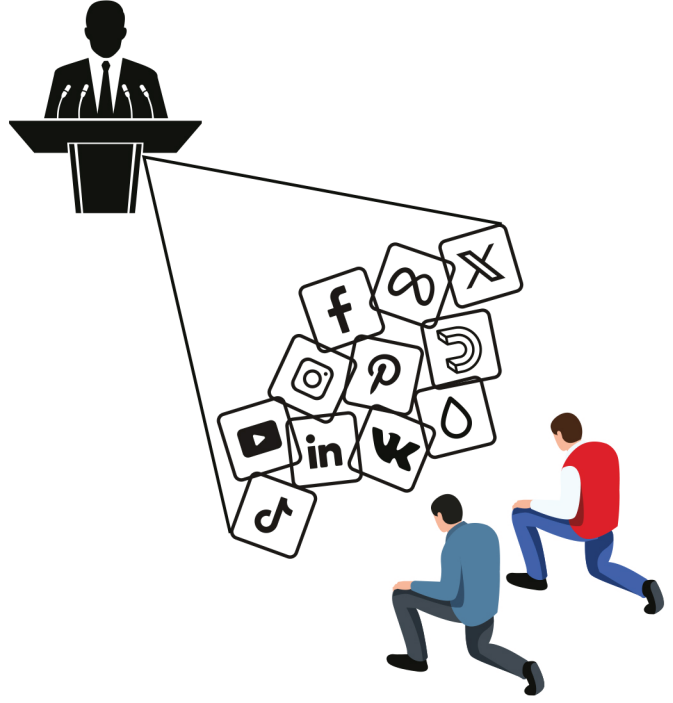
Tablo 1:	SAS Sermaye Şirketi Uyum Değerlendirmesi	7
Tablo 2:	SAS Temsilci Şartı Değerlendirmesi.....	8
Tablo 3:	SAS Başvuru Sayfaları	12
Tablo 4:	Yasa ve Usul ve Esaslar Karşılaştırması.....	14
Tablo 5:	Raporlama Yükümlülüğü Değerlendirmesi.....	16
Tablo 6:	Türkiye'den Kullanıcı Veri Talepleri ve Meta Uyum Oranları (2021-2024)	19
Tablo 7:	X Platformu Uyum Karnesi	36
Tablo 8:	X Platformu Şeffaflık Raporları Özeti.....	37
Tablo 9:	Facebook ve Instagram Platformları Uyum Karnesi	39
Tablo 10:	Facebook Platformu Şeffaflık Raporları Özeti	40
Tablo 11:	Instagram Platformu Şeffaflık Raporları Özeti	43
Tablo 12:	YouTube Platformu Uyum Karnesi	45
Tablo 13:	YouTube Platformu Şeffaflık Raporları Özeti	47
Tablo 14:	VKontakte Platformu Uyum Karnesi.....	49
Tablo 15:	VKontakte Platformu Şeffaflık Raporları Özeti	50
Tablo 16:	Dailymotion Platformu Uyum Karnesi	52
Tablo 17:	Dailymotion Platformu Şeffaflık Raporları Özeti.....	53
Tablo 18:	TikTok Platformu Uyum Karnesi.....	55
Tablo 19:	TikTok Platformu Şeffaflık Raporları Özeti.....	56
Tablo 20:	TikTok Platformu Küresel Şeffaflık Raporu Verileri	57
Tablo 21:	Pinterest Platformu Uyum Karnesi.....	59
Tablo 22:	Pinterest Platformu Şeffaflık Raporları Özeti.....	61
Tablo 23:	LinkedIn Platformu Uyum Karnesi.....	65
Tablo 24:	LinkedIn Platformu Şeffaflık Raporları Özeti.....	66
Tablo 25:	LinkedIn Platformu Küresel Şeffaflık Verileri Özeti	67
Tablo 26:	Ekşi Sözlük Platformu Uyum Karnesi.....	68
Tablo 27:	Ekşi Sözlük Platformu Şeffaflık Raporları Özeti.....	69

Ekran Görüntüsü 1:	Meta'nın Türkiye'deki Yerel Temsilcisi Sayfası	41
Ekran Görüntüsü 2:	5651 Sayılı Yasa Uyarınca Türkiye Yasal İçerik Kaldırma Talebi Formu ..	42
Ekran Görüntüsü 3:	YouTube 2025-1 (Ocak-Haziran) Dönemi Şeffaflık Raporu	48
Ekran Görüntüsü 4:	Pinterest Şikayet Formu	60
Ekran Görüntüsü 5:	LinkedIn Türkiye Temsilcilik Bilgileri (2025)	63
Ekran Görüntüsü 6:	LinkedIn Türkiye Temsilcilik Bilgileri (2022-2024)	64

1. Bölüm

Sosyal Ağ Sağlayıcıları
Temsilcileri
Sorumlulukları
Yükümlülükleri
Rejim ve Uygulama





GİRİŞ

Sosyal medya platformları Türk hukukunda 5651 sayılı Kanun’a 29.07.2020 tarihli 7253 sayılı Kanunla yapılan değişikliklerle ve eklemelerle ilk defa **sosyal ağ sağlayıcıları** olarak tanımlanmış ve bu düzenleme 31.07.2020 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanmıştır.¹ Bu bağlamda sosyal ağ sağlayıcı, “sosyal etkileşim amacıyla kullanıcıların İnternet ortamında metin, görüntü, ses, konum gibi içerikleri oluşturmalarına, görüntülemelerine veya paylaşımlarına imkân sağlayan gerçek veya tüzel kişileri” kapsamaktadır.² 13.10.2022 tarihli 7418 sayılı Kanunla bu düzenlemede bazı değişiklikler yapılmıştır.

5651 SAYILI KANUN KAPSAMINDA SOSYAL AĞ SAĞLAYICILARININ HUKUKİ SORUMLULUĞU VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ

29.07.2020 tarihinde 7253 sayılı Kanunun altıncı maddesi ile 5651 sayılı Kanuna ek dördüncü madde eklenmiş, bu madde ile sosyal ağ sağlayıcılarının sorumlulukları ve yükümlülükleri belirlenmiştir. Düzenleme ağırlıklı olarak yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcılarını hedef almakla birlikte, Türkiye’den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt içi kaynaklı sosyal ağ sağlayıcıları da bu düzenlemenin parçasıdır.

Öncelikle, Türkiye’den **günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt dışı kaynaklı** sosyal ağ sağlayıcıları; BTK,³ ESB,⁴ adli veya idari makamlarca gönderilecek tebligat,

¹ Resmi Gazete, 31.07.2020, Sayı 31202.

² 5651 Sayılı Kanun, madde 2 (s).

³ Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu.

⁴ Erişim Sağlayıcıları Birliği.

bildirim veya taleplerin gereğinin yerine getirilmesi ve kişiler tarafından bu Kanun kapsamında yapılacak başvuruların cevaplandırılması ve bu Kanun kapsamındaki diğer yükümlülüklerin yerine getirilmesini temin için yetkili en az bir kişiyi Türkiye’de temsilci olarak⁵ belirlemek zorundadır. Temsilcinin gerçek kişi olması hâlinde Türkiye’de mukim ve Türk vatandaşı olması ve bu kişinin iletişim bilgilerine kolayca görülebilecek ve doğrudan erişilebilecek şekilde İnternet sitesinde yer verilmesi şartı da ayrıca belirtilmiştir. 13.10.2022 tarihinde 7418 sayılı Kanunun 34. maddesiyle yapılan değişikliklerle, sosyal ağ sağlayıcıları, bu kişinin kimlik ve iletişim bilgilerini BTK’ya bildirmekle yükümlü hale getirilmiştir.

Türkiye’den **günlük erişimin on milyondan fazla** olması hâlinde; yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcı tarafından belirlenen gerçek veya tüzel kişi temsilci, sosyal ağ sağlayıcının sorumlulukları saklı kalmak kaydıyla teknik, idari, hukuki ve mali yönden tam yetkili ve sorumlu olup bu temsilcinin tüzel kişi olması hâlinde doğrudan sosyal ağ sağlayıcı tarafından sermaye şirketi şeklinde kurulan bir şube olması zorunludur.

Temsilciliklerin belirlenmesi için 5651 sayılı Kanun’un geçici beşinci maddesi ile sosyal ağ sağlayıcılarının yükümlülüklerini yerine getirmek üzere bu maddenin yürürlük tarihi olan 31.07.2020 tarihinden itibaren **üç ay içinde** gerekli çalışmaları tamamlaması gerektiği belirtilmiştir.⁶ Bu süre **01.10.2020** tarihinde sona ermiştir.

01.10.2020 tarihine kadar temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünü yerine getirmeyen sosyal ağ sağlayıcılarına, öncelikle BTK tarafından uyarı niteliğinde bir bildirimde bulunulacağı belirtilmiştir.⁷ Bu bildirimle rağmen sosyal ağ sağlayıcıları Türkiye’de temsilci belirlemezler veya temsilcilik oluşturmazlar ise ilgili ek maddede çeşitli yaptırımlar ve cezalar öngörülmüştür. Buna göre⁸

- Bildirimden itibaren **otuz gün içinde** bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde sosyal ağ sağlayıcıya Başkan tarafından **on milyon Türk lirası idari para cezası** verilir (**Kasım 2020**).
- Verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren otuz gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde **otuz milyon Türk lirası daha idari para cezası** verilir (**Aralık 2020**).
- İkinci kez verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren otuz gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan tarafından Türkiye’de mukim vergi mükellefi olan gerçek ve tüzel kişilerin ilgili **sosyal ağ sağlayıcısına yeni reklam vermesi yasaklanır**, bu kapsamda yeni sözleşme kurulamaz ve buna ilişkin para transferi yapılamaz (**Ocak 2021**).
- Reklam yasağı kararının verildiği tarihten itibaren üç ay içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan, sosyal ağ sağlayıcının **İnternet trafiği bant genişliğinin yüzde elli oranında daraltılması için** sulh ceza hâkimliğine başvurabilir (**Nisan 2021**).

⁵ 5651 Sayılı Kanun, ek madde 4(1).

⁶ 5651 Sayılı Kanun, geçici madde 5(1)(a).

⁷ 5651 Sayılı Kanun, ek madde 4(2).

⁸ 5651 Sayılı Kanun, ek madde 4(2).

- Başvurunun kabulüne ilişkin hâkim kararının uygulanmasından itibaren otuz gün içinde söz konusu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan, **sosyal ağ sağlayıcının internet trafiği bant genişliğinin yüzde doksan oranına kadar daraltılması** için sulh ceza hâkimliğine başvurabilir. Hâkim ikinci başvuru üzerine vereceği kararında, yüzde elliden düşük olmamak kaydıyla, sunulan hizmetin niteliğini de dikkate alarak daha düşük bir oran belirleyebilir (**Mayıs 2021**).

Bu süreç boyunca temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünün yerine getirilmesi hâlinde; verilen idari para cezalarının dörtte birinin tahsil edileceği, reklam yasağının kaldırılacağı ve hâkim kararlarının kendiliğinden hükümsüz kalacağı belirtilmiştir.

Kasım 2020 başında ilk yasal temsilci bildirimini **VKontakte** platformu tarafından yapılırken, **04.11.2020** tarihinde BTK tarafından **Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, Dailymotion, Periscope**⁹ ve **Pinterest** platformlarına 10 milyon TL idari para cezası verildiği, **11.12.2020** tarihinde aynı platformlara 30 milyon TL daha idari para cezası verildiği bildirilmiştir.

16.12.2020 tarihinde **YouTube**, **08.01.2021** tarihinde **TikTok**, **09.01.2021** tarihinde **Dailymotion**, **16.01.2021** tarihinde **LinkedIn**, **18.01.2021** tarihinde ise **Facebook** ve **Instagram** platformları Türkiye’de yasal temsilcilik oluşturacaklarını BTK’ya bildirmiştir.¹⁰ **19.01.2021** tarihinde ise Türkiye’de yasal temsilcilik oluşturmayan **Twitter, Periscope** ve **Pinterest** platformlarına reklam verilmesinin yasaklanmasına karar verilmiştir.¹¹ Reklam yasağı uygulamasına başladıktan sonra **Twitter** platformu **19.03.2021** tarihinde, **Pinterest** platformu ise **09.04.2021** tarihlerinde Türkiye’de yasal temsilci bulunduracaklarını açıklamışlardır. Bu açıklamalardan sonra **11.04.2021** tarihinde **Pinterest**,¹² **24.04.2021** tarihinde ise **Twitter**¹³ platformlarıyla ilgili reklam yasağı BTK tarafından kaldırılmıştır.

Bu açıklamalara istinaden 17.11.2020 tarihinde **LinkedIn**,¹⁴ 12.01.2021 tarihinde **Google** (YouTube),¹⁵ 29.02.2021 tarihinde **TikTok**,¹⁶ 22.04.2021 tarihinde **X** (eski adıyla Twitter),¹⁷ 13.07.2021 tarihinde **Pinterest**,¹⁸ 14.07.2021 tarihinde **Meta** (Facebook & Instagram)¹⁹ tüzel kişilik olarak Türkiye’deki temsilciliklerini oluşturmuşlardır. **Da-**

9 Periscope platformu servisine 31.03.2021 tarihinde son verilmiştir. Dolayısıyla, bu çalışma kapsamında değerlendirmeye alınmamıştır.

10 Bkz. <https://x.com/ofatihseyan/status/1380454617146925059>

11 BTK Karar No. 4202, 19.01.2021 (Pinterest); BTK Karar No. 3768, 15.01.2021 (Twitter); BTK Karar No. 3769, 15.01.2021 (Periscope), Resmi Gazete, 19.01.2021, Sayı 31369.

12 BTK Karar No. 25159, 09.04.2021 (Pinterest), Resmi Gazete, 11.04.2021, Sayı 31451.

13 BTK Karar No. 28123, 22.04.2021 (Twitter), Resmi Gazete, 24.04.2021, Sayı 31464.

14 SNPREP Danışmanlık Hizmetleri Anonim Şirketi

15 Google Bilgi Teknolojileri Limited Şirketi. 05.05.2023 tarihinden sonra Google İstanbul Bilgi Teknolojileri Limited Şirketi şeklinde unvan değişikliği yapılmıştır.

16 TikTok Turkey Dijital Medya ve Reklam Limited Şirketi. 14.04.2023 tarihinden sonra TikTok İstanbul Dijital Medya ve Reklam Limited Şirketi şeklinde unvan değişikliği yapılmıştır. Ayrıca bkz. <https://www.tiktok.com/legal/turkey-social-media-law-5651?lang=tr>

17 Twitter İnternet İçerik Hizmetleri Limited Şirketi. 25.04.2024 tarihinden sonra X İstanbul İnternet İçerik Hizmetleri Limited Şirketi şeklinde unvan değişikliği yapılmıştır.

18 WRP Turkey Web Tasarım Hizmetleri Limited Şirketi.

19 Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Limited Şirketi. 14.04.2023 tarihinde Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Limited Şirketi şeklinde unvan değişikliği yapılmıştır. Ayrıca bkz. <https://www.facebook.com/help/118930960130870/>

ilymotion ve **VKontakte** platformları ise Türkiye’de gerçek kişiler tarafından temsil edilmektedir.²⁰ Temsilciliklerin oluşturulmasıyla birlikte, bugüne kadar bant genişliğinin daraltılması cezası hiçbir sosyal ağ sağlayıcısına uygulanmamıştır.

Bu yeni düzenlemenin iptali için Anayasa Mahkemesine ana muhalefet partisi tarafından yapılan itiraz ise, dava konusu kurala 13.10.2022 tarihli ve 7418 sayılı Kanun’un 34. maddesiyle yapılan eklemeler ve değişiklikler dikkate alınarak, konusu kalmayan maddeye ilişkin iptal talebi hakkında karar verilmesine yer olmadığına karar verilmiştir.²¹ 2022 değişiklikleri ilgili norm denetim süreci ise halen Anayasa Mahkemesinde devam etmektedir.

SAS TEMSİLCİLERİNİN TÜZEL KİŞİ OLMASI DURUMUNDA ŞUBE OLMA ZORUNLULUĞU

Resmi Gazete’de 01.04.2023 tarihinde yayınlanan Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu kararıyla,²² **Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar** güncellenmiş ve sosyal ağ sağlayıcılarının temsilciliklerine ilişkin yükümlülükler ayrıntılı biçimde düzenlenmiştir. Bu düzenlemeye göre, sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye’deki temsilcilerinin hem gerçek kişi hem de tüzel kişi olabileceği hükme bağlanmıştır.²³ Ancak temsilciliğin tüzel kişi olarak yapılandırılması halinde, yalnızca Türk mevzuatına göre kurulmuş ve tüzel kişilik kazanmış bir yapı kabul edilmekte²⁴ ve bu yapının mutlaka sermaye şirketi şeklinde bir şube olarak tesis edilmesi zorunluluğu getirilmektedir.²⁵

Bu kapsamda, Türkiye’den günlük erişimi on milyondan fazla olan yurtdışı merkezli sosyal ağ sağlayıcıları için geçerli olan temsilcilik yükümlülükleri şu yapısal koşullara bağlanmıştır:²⁶

- i. Sermaye şirketin ticaret unvanının, sosyal ağ sağlayıcının ayırt edici ibaresini ve şirketin kurulduğu ili içermesi,
- ii. Paylarının tamamının sosyal ağ sağlayıcıya ait olması,
- iii. Şirket sözleşmesinde açıkça sosyal ağ sağlayıcının bir parçası olduğu ve ona bağlı olarak faaliyet gösterdiğinin belirtilmesi,
- iv. En az 100 milyon Türk Lirası tutarında bir esas sermaye ile kurulmuş olması,
- v. Sözleşmede, teknik, idari, hukuki ve mali açılardan sosyal ağ sağlayıcının tam yetkili ve sorumlu kıldığı bir yapı olduğunun açıkça ifade edilmesi.

Raporun bu kısmında, tüzel kişilik olarak Türkiye’deki temsilciliklerini oluşturan sosyal ağ sağlayıcılarından X (eski adıyla Twitter), Meta (Facebook & Instagram),

²⁰ Güncel liste için bkz. <https://internet.btk.gov.tr/sosyal-ag-temsilci-rehberi/>

²¹ AYM, E. 2020/76, K. 2023/172, 11.10.2023, R.G. Tarih-Sayı: 10.01.2024-32425, §§ 108-109.

²² Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu (“BTK”) Kararı 2023/DK-İD/119, 28.03.2023, Toplantı No: 2023/13, Gündem Sıra No: 06, R.G. 01.04.2023, No: 32150.

²³ BTK, Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 4(1).

²⁴ BTK, Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 4(3).

²⁵ BTK, Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 5(1).

²⁶ BTK, Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 5(2).

Google (YouTube), TikTok, LinkedIn ve Pinterest tarafından kurulan şirketlerin Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslarda yer alan yapısal koşulları sağlayıp, sağlamadığı değerlendirilecektir.

Tablo 1'de, Usul ve Esasların 5. maddesinde belirtilen koşullar esas alınarak,²⁷ Türkiye'den günlük erişimi on milyondan fazla olan yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcılarının, temsilcilik yükümlülükleri kapsamında kurdukları sermaye şirketlerinin birer şube olarak değerlendirilebilmesi için gerekli nitelikleri taşıyıp taşımadıklarını incelenmiştir.

TABLO 1
SAS Sermaye Şirketi Uyum Değerlendirmesi

Platform	Unvanda Platform Adı & Kuruluş İli	Şirket Paylarının SAS'a Ait Olması	Açıkça SAS'ın Parçası Olması	100 Milyon TL Sermaye	SAS'ın Tam Yetkili ve Sorumlu Olması
Meta (Facebook & Instagram)	Karşılamıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor
LinkedIn	Karşılamıyor	Karşılamıyor	Karşılamıyor	Karşılamıyor	Karşılamıyor
Google (YouTube)	Karşılamıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor
TikTok	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor
X (eski adıyla Twitter)	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor
Pinterest	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor	Karşılıyor

Tablo 1'de görüldüğü üzere, Usul ve Esasların 5. maddesinde belirtilen koşulların tamamı yalnızca TikTok, X (eski adıyla Twitter) ve Pinterest platformları tarafından sağlanmıştır. Meta ve YouTube platformları, bu koşulları kurdukları sermaye şirketlerinin ticaret unvanı bakımından, sosyal ağ sağlayıcının ayırt edici ibaresini taşımamaları nedeniyle eksik karşılamaktadır. Dolayısıyla, **Google** tarafından kurulan sermaye şirketinin unvanında YouTube belirtilmemiş, benzer şekilde **Meta** tarafından kurulan sermaye şirketinin unvanında da Facebook ve Instagram yer almamaktadır. Öte yandan, **LinkedIn** platformu adına Türkiye'de kurulan temsilci şirket, Usul ve Esasların 5. maddesinde belirtilen **koşulların hiçbirini karşılamamaktadır**. Fakat, bu çalışmanın ikinci bölümünde değerlendirileceği üzere, LinkedIn platformu 2025 yılı içinde temsilcilik için "gerçek kişi" modeline geçmiş, tüzel kişilik tarafından temsilciliğe son vermiştir.

Tablo 2'de tüm yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcılarını içeren değerlendirme yer almaktadır. Yukarıda da belirtildiği üzere, VKontakte ve Dailymotion platformları temsilci şartını gerçek kişiler tarafından temsil ederek karşılamaktadır. Bu platformlar Türkiye'de sermaye şirketi oluşturmamışlardır.

²⁷ BTK, Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 5(2).

TABLO 2
SAS Temsilci Şartı Değerlendirmesi

Sosyal Ağ Sağlayıcısı	Temsilci Şartı	Açıklama
VKontakte	Gerçek Kişi	
Google (YouTube)	Kısmen Karşılıyor	Uvanda SAS'ın ayırt edici ibaresi kullanılmıyor
TikTok	Karşılıyor	
Dailymotion	Gerçek Kişi	
Pinterest	Karşılıyor	
Meta (Facebook/Instagram)	Kısmen Karşılıyor	Uvanda SAS'ın ayırt edici ibaresi kullanılmıyor
X/Twitter	Karşılıyor	
LinkedIn	Karşılamıyor	Yapısal koşulların hiç biri karşılanmıyor

Bu hüküm, Türkiye’de faaliyet gösteren sosyal ağ sağlayıcıları üzerinde **kurumsal bir sıkılaştırma** ve **yerelleştirme stratejisinin** sürdürüldüğünü açıkça ortaya koymaktadır. Sermaye şirketi şeklinde şube kurulması zorunluluğu, yalnızca teknik bir düzenleme değil; aynı zamanda **idari kontrolün artırılması** ve sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye’deki faaliyetlerinin **doğrudan denetlenebilir** hâle getirilmesi yönünde **kurgulanmış politik bir baskı** aracıdır.

Tablo 1’de de görüldüğü üzere, bu yükümlülük yalnızca TikTok, X (eski adıyla Twitter) ve Pinterest tarafından tüm unsurlarıyla karşılanmakta; Meta ve Google (YouTube) ise yalnızca ticaret unvanlarında sosyal ağ sağlayıcının ayırt edici ibaresine yer vermemeleri nedeniyle kısmen karşılamaktadır. LinkedIn ise, belirtilen hiçbir koşulu karşılamamaktadır. Bu farklılıklar, yükümlülüğün uygulanmasında eşitsizlikleri ve keyfiliği beraberinde getirmektedir. Uygulamanın bu şekilde parçalı ve öngörülemez olması, yükümlülüğün aslında teknik uyumdan çok politik uyumu teşvik etmeye yönelik olarak işletildiği yönündeki eleştirileri güçlendirmektedir.

Bu model, sosyal ağ sağlayıcılarını idari para cezası, reklam yasağı ve bant daraltma gibi yaptırımlara daha hızlı ve etkili biçimde tabi kılmayı hedeflemektedir. Tüzel kişiliğe ilişkin koşulların bu denli ayrıntılı ve katı şekilde belirlenmesi, ifade özgürlüğü ve bilgiye erişim hakkı açısından ciddi riskler yaratmakta; sosyal ağ sağlayıcılarının yerel baskılara daha açık ve kırılgan hale gelmesine yol açmaktadır. Bu yönüyle düzenleme, şeffaflık ve hesap verebilirlikten ziyade, itaati önceleyen bir dijital denetim rejiminin inşa edildiğine işaret etmektedir.

TALEPLERE CEVAP VE GEREKÇE VERME YÜKÜMLÜLÜĞÜ

Türkiye’de yasal temsilci bulunduran sosyal ağ sağlayıcılarına getirilen en temel yükümlülüklerden biri, kullanıcı şikâyetlerine etkin ve zamanında yanıt verilmesidir. 5651 sayılı Kanun’un **9. ve 9/A maddeleri** uyarınca, **kişilik haklarının** veya **özel**

hayatın gizliliğinin ihlal edildiği iddialarına ilişkin başvurulara, sosyal ağ sağlayıcıları tarafından **başvurudan itibaren en geç 48 saat içinde** olumlu ya da olumsuz yanıt verilmesi gerekmektedir.²⁸ Olumsuz yanıtların ise mutlaka **gerekçeli olarak** bildirilmesi yasal zorunluluktur.

Bu çerçevede sosyal ağ sağlayıcılara, **başvuru süreçlerinin kullanıcı dostu olması, başvuruların Türkçe dilinde yapılabilmesi** ve **Türkçe yanıtlanması** yükümlülükleri de getirilmiştir.²⁹ Bu yükümlülükleri ihlal eden sosyal ağ sağlayıcıları hakkında, **BTK Başkanı tarafından doğrudan beş milyon Türk Lirasına kadar** idari para cezası uygulanabileceği açıkça düzenlenmiştir.³⁰ Bu yaptırımlar sadece bireysel ihlaller için değil, **raporlama dönemlerinde yapılan toplu değerlendirmeler** üzerinden de uygulanabilir. BTK tarafından yapılan bu değerlendirmelerde, aşağıdaki kriterler esas alınmaktadır:

- i. Sosyal ağ sağlayıcının gerekli başvuru sistem altyapılarını kurup kurmadığı,
- ii. Belirli kişi veya kurumlara yönelik sistematik olumsuz yanıt politikalarının bulunup bulunmadığı,
- iii. 48 saatlik yanıt süresine sistematik olarak aykırı davranılıp davranılmadığı,
- iv. Olumsuz cevapların gerekçesiz şekilde verilmesi.

Bu düzenlemeler, ilk bakışta kullanıcıların haklarını korumaya yönelik bir mekanizma gibi sunulsa da, pratikte özellikle **eleştirel ve muhalif içeriklerin hızla dolaşımından kaldırılmasına** zemin hazırlamaktadır. **48 saatlik sınırlı yanıt süresi**, sosyal ağ sağlayıcılarının başvuruları derinlemesine ve hukuki değerlendirmeye tabi tutmasını imkânsız hale getirmekte; bu durum da platformların sansür taleplerine karşı direnç kapasitesini önemli ölçüde zayıflatmaktadır. Türkiye’de ifade ve basın özgürlüğü üzerindeki sistematik baskılar dikkate alındığında, bu yükümlülükler pratikte birer **idari sansür aracına** dönüşme riski taşımaktadır.

Buna ek olarak, 5651 sayılı Kanun’a 2022 yılında eklenen **Ek Madde 4/14**, sosyal ağ sağlayıcılara yönelik doğrudan **hukuki sorumluluk mekanizması** getirmiştir. Buna göre, hukuka aykırılığı bir hakimlik kararıyla tespit edilen bir içeriğin sosyal ağ sağlayıcıya resmi olarak bildirilmesi hâlinde, platformun bu içeriği **24 saat içinde çıkarmaması veya erişime engellememesi durumunda**, sosyal ağ sağlayıcı doğabilecek **zararların tazmininden sorumlu hale gelir**. Bu tazmin yükümlülüğünün doğması için, içerik sağlayıcısına karşı dava açılması veya önce içerik sağlayıcının sorumluluğuna gidilmesi şartı aranmamaktadır.

Bu hukuki sorumluluk ve baskı mekanizmasının uygulamadaki en çarpıcı yansıması, 2025 yılında yaşanan toplumsal olaylar sırasında gözlemlenmiştir. 5651 sayılı Kanun’un 8/A maddesi, bu süreçte ifade özgürlüğünü hedef alan sistematik bir sansür aracı olarak işlev görmüştür. Özellikle 19 Mart 2025’te İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu’nun gözaltına alınması ve tutuklanmasıyla başlayan protesto dalgasında, hükümetin muhalif sesleri bastırma çabaları dijital alana taşınmıştır. Bu kapsamda Ankara, İzmir, Mersin ve İstanbul’daki sulh ceza hakimlikleri

²⁸ 5651 Sayılı Kanun, ek madde 4(3).

²⁹ BTK, Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 26(1).

³⁰ 5651 Sayılı Kanun, ek madde 4(8). Ayrıca bkz. BTK, Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 26.

tarafından jet hızıyla alınan kararlarla 700'den fazla X (eski adıyla Twitter) hesabına erişim engellenmiştir.

İfade Özgürlüğü Derneği'nin EngelliWeb projesi verilerine göre, bu engellemeler yalnızca protestolarla doğrudan ilişkili hesaplarla sınırlı kalmamış; öğrenci ve gençlik örgütleri,³¹ kadın örgütleri,³² bağımsız gazeteciler, hak savunucuları ve sanatçılara ait, toplamda 20 milyona yakın takipçiye hitap eden hesaplar hedef alınmıştır.³³ Engellenen hesaplar arasında 1,2 milyon takipçili gazeteci Erk Acarer, 181 bin takipçili Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu ve 9,7 milyon takipçili Ekrem İmamoğlu'nun hesabı da yer almaktadır.³⁴ Yapılan incelemelerde, bazı engellenen hesapların 10'dan az takipçisi olduğu, hatta bazılarının hiç takipçisi bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu durum, yasal düzenlemelerin aynım gözetmeksizin, geniş kitlelere ulaşan popüler hesaplardan etkisi sınırlı hesaplara kadar kamusal tartışma alanını topyekûn daraltmak amacıyla kullanıldığını göstermektedir.

Bu bağlamda, sürecin en dikkat çekici yönü ise platformların tutumudur. **X platformu, sulh ceza hakimliklerinin kararlarına uyarak**, Ekrem İmamoğlu'nun hesabı dahil yüzlerce hesabı coğrafi engelleme yoluyla Türkiye'den erişilemez hale getirmiştir. Protesto ve boykot bilgilendirmelerinin dahi "güvenlik riski" sayılarak engellenmesi ve platformların bu kararları hızla uygulaması, yasal düzenlemelerin halkın bilgi alma hakkına yönelik sistematik bir sindirme mekanizmasına dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Benzer şekilde, Meta ve TikTok gibi diğer sosyal ağ sağlayıcıları da, özellikle toplumsal olaylar ve kriz dönemlerinde artan "bant daraltma" ve "ağır para cezası" tehditleri gölgesinde, sansür taleplerine karşı direnç göstermekte zorlanmaktadır. İfade Özgürlüğü Derneği'nin de aralarında bulunduğu sivil toplum kuruluşlarının 8 Mayıs 2025 tarihli ortak açık mektubunda vurgulandığı üzere, Meta (Facebook ve Instagram), 5651 sayılı Kanun'un 8/A maddesi kapsamında iletilen talepler doğrultusunda; hükümeti eleştiren paylaşımlara, LGBTQ+ topluluğuna ve feminist örgütlere ait hesaplara erişimi kısıtladığını kendi değerlendirme raporlarında kabul etmiştir. Meta'nın 2024 yılı verilerine göre, Instagram'ın Türkiye'den gelen içerik kaldırma taleplerine uyum oranı %80'e yaklaşmıştır.³⁵ Ancak Meta'nın, bazı protesto içeriklerine yönelik mahkeme kararlarına uymadığı gerekçesiyle idari para cezalarıyla karşı karşıya kalması, platformun belirli "kırmızı çizgilerde" idare ile çatışmayı göze alabildiğini, ancak genel olarak uyumlu bir profil çizdiğini göstermektedir.³⁶

³¹ Bkz. EngelliWeb duyurusu, "Gençlik Örgütlerinin X Hesapları Erişime Engellendi," 21.03.2025, <https://ifade.org.tr/engelliweb/genclik-orgutlerinin-x-hesaplari-erisime-engellendi/>

³² Bkz. EngelliWeb duyurusu, "Kadın Örgütlerine Erişim Engeli," 26.03.2025, <https://ifade.org.tr/engelliweb/kadin-orgutlerine-erisim-engeli/>

³³ Bkz. EngelliWeb duyurusu, "Sokak eylemleriyle ilgili bilgi ve içerik paylaşan X hesapları erişime engellendi," 22.03.2025, <https://ifade.org.tr/engelliweb/sokak-eylemleriyle-ilgili-bilgi-ve-icerik-paylasan-x-hesaplari-erisime-engellendi/>

³⁴ Ekrem İmamoğlu'nun X hesabı, İstanbul 8. Sulh Ceza Hakimliğinin 24.04.2025 tarihli ve 2025/4361 sayılı kararıyla erişime engellendi.

³⁵ Bkz. İfade Özgürlüğü Derneği, "Türkiye'de Sansür Konusunda Sosyal Medya Şirketlerine Ortak Açık Mektup," 08.05.2025, <https://ifade.org.tr/basin-bultenleri-ve-duyurular/turkiyede-sansur-konusunda-sosyal-medya-sirketlerine-ortak-acik-mektup/>

³⁶ Politico EU, "Meta faces 'substantial' fine for not complying with Turkey's gag orders," 01.04.2025, <https://www.politico.eu/article/meta-turkey-gag-turkish-government-mayor-ekrem-imamoglu/>

TikTok cephesinde ise durum daha vahim bir “itaat” tablosu çizmektedir. 2024 yılının ilk yarısında Türkiye’den gelen içerik kaldırma ve erişim engelleme taleplerine %91,8 oranında olumlu yanıt veren TikTok, küresel platformlar arasında otoriter taleplere en yüksek oranda boyun eğen sağlayıcı konumundadır.³⁷ Bu yüksek uyum oranı, platformun Türkiye pazarındaki varlığını sürdürebilmek adına ifade özgürlüğü standartlarından taviz vermeye daha yatkın olduğunu ve 8/A maddesinin geniş yorumlanan “kamu düzeni” gerekçeleri karşısında etkisiz kaldığını ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla, Ek Madde 4’te yer alan “taleplere cevap ve gerekçe verme yükümlülüğü” hükmü, sosyal ağ sağlayıcılarının, **kararların gereğini zamanında yerine getirmemesi durumunda** doğrudan sorumlu tutulmasını sağlayarak, içerik müdahalesinde gecikmeyi **maddi yaptırımla caydırma** amacı taşımaktadır. Ancak, aynı zamanda sosyal ağ sağlayıcının içerik kaldırma taleplerine karşı daha temkinli, hatta aşırı tedbirli davranmasına yol açabilir. Bu durum, ifade özgürlüğü bakımından **aşırı sansür riski** doğurmakta; platformların yargı kararlarını 19 Mart 2025 sürecinde de görüldüğü üzere **sorgulamadan uygulamasına** neden olabilmektedir.

Bu çerçevede, sosyal ağ sağlayıcıların yalnızca idari değil, aynı zamanda **hukuki yükümlülük taşıdığı** ve bu yükümlülüğün doğrudan kullanıcı içerikleri üzerinde etkide bulunduğu unutulmamalıdır.

Bir diğer taraftan, Anayasa Mahkemesi, 2021 yılında verdiği Keskin Kalem Yayıncılık ve Ticaret A.Ş. ve Diğerleri pilot kararında,³⁸ 5651 sayılı Kanun’un 9. maddesinin ifade özgürlüğü açısından ciddi yapısal sorunlar içerdiğini tespit etmiş; bu doğrultuda Ekim 2023’te verdiği kararla söz konusu maddeyi iptal etmiştir.³⁹ Bu iptal kararı 10 Ekim 2024 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Dolayısıyla, artık **kişilik hakları ihlallerine dayalı içerik kaldırma ve erişim engelleme talepleri 9. madde kapsamında yapılamamaktadır**. Ancak dikkat çekici biçimde, Ek Madde 4 ya da Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar üzerinde **herhangi bir güncelleme veya değişiklik yapılmamıştır**. Bu durum, normatif düzeyde kaldırılmış bir hükmün uygulamada dolaylı biçimlerde yaşatılma ihtimalini doğurmakta, **anayasal denetimin etkisizleştirilmesi riskini** artırmaktadır.

Cevap verme yükümlülüğü kapsamında, Türkiye’de yasal temsilcilik kurduklarını açıklayan ya da fiilen temsilcilik oluşturan Google (YouTube), TikTok, Dailymotion, LinkedIn ve Meta (Facebook & Instagram) gibi platformlar, 5651 sayılı Kanun’a uygun şekilde kullanıcı başvurularını almak üzere dijital formlar geliştirmiştir. Ancak **X** (eski adıyla Twitter), **Pinterest, Dailymotion, VKontakte** ve **Ekşi Sözlük** bakımından bu formların hâlâ oluşturulmadığı Tablo 3’te açıkça görülmektedir.

³⁷ A.g.e. (Aynı kaynak).

³⁸ Keskin Kalem Yayıncılık ve Ticaret A.Ş. ve Diğerleri Başvurusu, B. No: 2018/14884, 27.10.2021.

³⁹ AYM Norm Denetim Kararı: AYM, E. 2020/76, K. 2023/172, 11.10.2023, R.G. 10.01.2024-32425.

TABLO 3
SAS Başvuru Sayfaları

Sosyal Ağ Sağlayıcısı	Yasal Temsilcilik	Başvuru Sayfası
VKontakte	Gerçek Kişi	
YouTube	Tüzel Kişilik	https://support.google.com/youtube/answer/10280210?hl=tr
Dailymotion	Gerçek Kişi	
TikTok	Tüzel Kişilik	https://www.tiktok.com/legal/report/contentremoval?lang=tr
Pinterest	Tüzel Kişilik	https://www.pinterest.com/about/turkey/
Facebook/Instagram	Tüzel Kişilik	https://www.facebook.com/help/118930960130870/
X/Twitter	Tüzel Kişilik	
LinkedIn	Gerçek Kişi ⁴⁰	https://www.linkedin.com/help/linkedin/ask/TURKISH-LAW?lang=tr
Ekşi Sözlük	Tüzel Kişilik	

Sosyal ağ sağlayıcılarına getirilen cevap verme ve gerekçe sunma yükümlülüğü, kullanıcı haklarını koruma iddiası altında, platformları içeriklere müdahaleye zorlayan idari bir araç haline gelmiştir. Anayasa Mahkemesi'nin 9. maddeyi iptal etmesine rağmen, ilgili alt düzenlemelerin güncellenmemesi, hukuki boşlukların siyasal sansürle doldurulmasına imkân tanımaktadır. Bu düzenlemeler, esasen sosyal ağ sağlayıcılarının **yalnızca teknik uyum değil**, temel hak ve özgürlükler konusunda açık bir pozisyon alma sorumluluğu taşıdığını ortaya koymaktadır.

Ne var ki, Tablo 3'te de görüldüğü üzere, X (Twitter), Dailymotion ve VKontakte gibi platformlar, 5651 sayılı Kanun'un açık hükümlerine rağmen bugüne kadar kullanıcı başvurularını almak üzere herhangi bir şikâyet formu oluşturma yükümlülüklerini yerine getirmemiştir. **Pinterest** tarafından oluşturulan form ise sadece İngilizce olarak oluşturulmuştur, Türkçe sürümü ise bulunmamaktadır. Bu platformların sorumsuz yaklaşımı, yalnızca yasal yükümlülüklerin ihlali anlamına gelmemekte; aynı zamanda **kullanıcıların başvuru ve şikâyet hakkına yönelik taahhütlerinin zayıflığını** da ortaya koymaktadır. Bu durum, Türkiye'de faaliyet gösteren sosyal ağ sağlayıcılarının sadece devletin baskıcı düzenlemeleriyle değil, aynı zamanda **kendi kurumsal kayıtsızlıklarıyla da dijital hakları tehdit edebildiğini** göstermektedir.

Kısacası, bu bölümdeki tespitler Türkiye'nin dijital denetim mekanizmalarının temel hak ve özgürlükler yerine **itaat, kontrol ve içerik kaldırma odaklı bir anlayışla yürütüldüğünü**, buna karşı sosyal ağ sağlayıcılarının çoğu zaman **yetersiz ve pasif** bir duruş sergilediğini açıkça ortaya koymaktadır.

⁴⁰ LinkedIn, 2021-2025 döneminde Türkiye'de kurulan SNPREP Danışmanlık Hizmetleri Anonim Şirketi tarafından temsil edilmiş, yakın tarihte ise gerçek bir kişi tarafından temsil edilmeye başlamıştır.

RAPORLAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ: KAMUSAL ŞEFFAFLIK RAPORU VE KURUMSAL BİLGİ BİLDİRİMİ

5651 sayılı Kanun'un Ek Madde 4 kapsamında, sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik olarak çift kanallı bir **raporlama yükümlülüğü** düzenlenmiştir. Bu yükümlülük, sosyal ağ sağlayıcılarının politikalarını, uygulamalarını ve yasalara uyumlarını hem kamuya karşı hem de denetleyici kurum olan BTK'ya karşı daha şeffaf biçimde açıklamalarını amaçlamaktadır.

I. Kamuya Açık Şeffaflık Raporu

Türkiye'den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt içi veya yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcıları, **kullanıcılardan gelen başvurulara**⁴¹ ilişkin **istatistiksel** ve **kategorik verileri** içeren bir şeffaflık raporunu hazırlamakla yükümlüdür. Bu rapor, **Türkçe olarak hazırlanmalı** ve **altı aylık dönemlerle** hem **BTK'ya gönderilmeli** hem de kişisel verilerden arındırılmak suretiyle sosyal ağ sağlayıcının İnternet sitesinde **kamuya açık şekilde yayımlanmalıdır**.⁴²

II. Kuruma Sunulması Gereken Rapor

13.10.2022 tarihli 7418 sayılı Kanun'un 34. maddesi ile yapılan değişiklikle birlikte, sosyal ağ sağlayıcılarının yalnızca BTK'ya sunmaları gereken, daha ayrıntılı ikinci bir raporlama yükümlülüğü de getirilmiştir. Bu **kurumsal rapor**, aşağıdaki bilgileri içermelidir:

- İçerik çıkarma ve erişim engelleme kararlarının uygulanmasına ilişkin istatistiksel ve kategorik veriler
- Başlık etiketleri,
- Öne çıkarılan veya erişimi azaltılan içeriklere ilişkin algoritmalara ilişkin bilgiler
- Reklam politikalarına ve şeffaflık politikalarına ilişkin bilgiler
- Reklam kütüphanesine ilişkin bilgiler
- 5651 sayılı Kanun kapsamındaki suçlara ve bu suçlara ilişkin başlık etiketlerinin yayılmasının önlenmesine yönelik BTK ile iş birliği içinde geliştirilen tedbirler

Ancak, BTK tarafından yayımlanan Usul ve Esasların 10(3) maddesi, rapor içeriğine ilişkin yükümlülükleri çok daha geniş şekilde tanımlamaktadır. Buna göre sosyal ağ sağlayıcıların raporlarında Yasada belirtilenlerin yanı sıra, aşağıdaki hususlara açıkça yer verilmesi gerekmektedir:

- İçerik çıkarma ve/veya erişim engelleme kararları ile kullanıcı başvurularının alınmasına ve işlenmesine dair teknik altyapı, personel niteliği ve idari kapasiteye ilişkin bilgiler,

⁴¹ Ek Madde 4/3.

⁴² 5651 Sayılı Kanun, ek madde 4(4). Ayrıca bkz. Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 10(4).

- Kararların uygulanma süresi, uygulama şekli ve coğrafi kapsamına ilişkin detaylı süreç bilgileri,
- Kullanıcı başvurularının sayısı, türü, olumlu/olumsuz değerlendirme sonuçları, gerekçeleri ve işlem süreleri gibi kategorik ve istatistiksel veriler,
- Adli ve idari makamlarca gönderilen kararların içeriği, gönderilme şekli, ilgili mevzuat hükümleri ve uygulanma sürelerine dair bilgiler,
- Özdenetim uygulamalarıyla ilgili istatistikler ve alınan tedbirler,
- Kullanıcılara eşit ve tarafsız davranılmasına yönelik alınan tedbirler,
- İçerik öneri sistemlerine ve kişisel veri kullanım tercihlerini sınırlandırmaya dair tedbirler,
- Başlık etiketleri ile öne çıkarılan veya erişimi azaltılan içeriklere ilişkin algoritma ve şeffaflık politikaları,
- Reklam politikaları ve reklam kütüphanesine ilişkin uygulamalar,
- Kanun kapsamındaki suçlara ilişkin içeriklerin ve başlık etiketlerinin engellenmesine dair sistemsel ve algoritmik önlemler.

TABLO 4
Yasa ve Usul ve Esaslar Karşılaştırması

Yasada Yer Alan Hususlar	Usul ve Esaslarla Eklenenler
İçeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararlarına ilişkin istatistiksel ve kategorik bilgiler	İçerik çıkarma ve/veya erişim engelleme kararları ile kullanıcı başvurularının alınmasına ve işlenmesine dair teknik altyapı, personel niteliği ve idari kapasiteye ilişkin bilgiler
3. fıkra kapsamındaki başvurulara ilişkin bilgiler (kamuya açık)	Kararların uygulanma süresi, uygulama şekli ve coğrafi kapsamına ilişkin detaylı süreç bilgileri
Başlık etiketleri, öne çıkarılan/erişimi azaltılan içerikler ile algoritmalar	Kullanıcı başvurularının sayısı, türü, olumlu/olumsuz değerlendirme sonuçları, gerekçeleri ve işlem süreleri gibi kategorik ve istatistiksel veriler
Reklam politikaları	Adli ve idari makamlarca gönderilen kararların içeriği, gönderilme şekli, ilgili mevzuat hükümleri ve uygulanma sürelerine dair bilgiler
Şeffaflık politikaları	Özdenetim uygulamalarıyla ilgili istatistikler ve alınan tedbirler
Reklam kütüphanesine ilişkin bilgiler	Kullanıcılara eşit ve tarafsız davranılması hususuna yönelik alınan tedbirlere dair bilgiler
	Kullanıcılara önerilen içeriklere ilişkin tercihlerin güncellenmesine ve kullanıcıların kişisel verilerinin kullanılmasını sınırlandırma seçeneği sunulmasına yönelik alınan gerekli tedbirlere dair bilgiler
	Reklam kütüphanesi oluşturulmasına ve internet sitesinde yayınlanmasına ilişkin hususlar
	Kanun kapsamındaki suçlara ilişkin içerikler ile başlık etiketlerinin yayınlanmamasına ilişkin kendi sistem, mekanizma ve algoritmasında alınan gerekli tedbirlere dair bilgiler

Raporda yer alması gereken bilgilerin kapsamı, yalnızca teknik raporlama değil, aynı zamanda yönetim ilkelerinin takibini de mümkün kılmaktadır. Bunlara ek olarak, sosyal ağ sağlayıcıları:

- Kullanıcılara öneriler sunarken hangi algoritmik parametrelerin kullanıldığını İnternet sitelerinde açık, anlaşılır ve kolay erişilebilir biçimde duyurmakla,
- Kullanıcılara içerik öneri tercihlerini güncelleme ve kişisel verilerinin kullanımını sınırlandırma seçeneği sunmakla,
- Reklam içeriği, reklam veren, süre, hedef kitle ve erişim istatistiklerini içeren bir reklam kütüphanesi oluşturup bu verileri kamuoyuna açık hale getirmekle yükümlüdür.

Bu yükümlülüklerin yerine getirilip getirilmediği bu çalışmanın ikinci bölümünde her bir sosyal ağ sağlayıcısı açısından ayrı ayrı değerlendirilecektir.

III. Sürekli Yayınlanması Gereken Kamusal Bilgiler

Sosyal ağ sağlayıcılarının yalnızca altı aylık periyotlarla raporlama yapmaları yeterli görülmemekte; bazı bilgileri sürekli ve kamusal biçimde yayınlamaları zorunludur. Bu bilgiler şunlardır:

- i. Türkiye temsilcisinin iletişim bilgileri,
- ii. Reklam kütüphanesi (reklam içeriği, türü, veren, süresi, hedef kitle ve parametreler, ulaştığı kişi veya grup sayısı),⁴³
- iii. İçerik öneri sistemi parametreleri,
- iv. Kullanıcıların öneri tercihlerini güncelleme ve veri kullanımını sınırlandırma seçenekleri,
- v. Şeffaflık ve hesap verebilirlik politikaları.

Bu bilgiler, yalnızca BTK'ya sunulan dönemsel raporların bir parçası olarak değil, her zaman **güncel, açık ve erişilebilir biçimde** sosyal ağ sağlayıcılarının İnternet sitelerinde yayımlanmak zorundadır. Bu yükümlülük, yalnızca teknik bir bilgi paylaşımı değil; sosyal ağ sağlayıcılarının kamuoyuna karşı şeffaflık ve hesap verebilirlik yükümlülüğünün asli bir parçasıdır. Bu kapsamda sosyal ağ sağlayıcıları, hesap verebilirlik ilkesine uygun hareket etmek, 5651 sayılı Kanun'un uygulanmasında şeffaflığı sağlamak ve Kurum tarafından istenildiğinde ilgili tüm bilgi ve belgeleri zamanında sunmakla yükümlüdür. Ayrıca, kullanıcılara eşit ve tarafsız davranmak, bu ilkeye ilişkin alınan önlemleri de BTK'ya sunulan raporlarda açıkça belirtmekle yükümlüdür.

BTK tarafından hazırlanan Usul ve Esasların raporlama ile ilgili 10(2) maddesinde, 1 Ocak – 30 Haziran dönemini kapsayan raporların Temmuz ayı içinde, 1 Temmuz -31 Aralık dönemini kapsayan raporların ise Ocak ayı içinde Kuruma gönderilmesi gerektiği açıkça belirtilmiştir. Ayrıca, 5651 sayılı Kanun'un geçici beşinci maddesi ile sosyal ağ sağlayıcılarının hazırlayacakları ilk raporlarını, 2021 yılı Haziran ayında BTK'ya

⁴³ Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 11.

bildirmeleri ve kendi İnternet sitelerinde yayınlamaları zorunlu kılınmıştır.⁴⁴ Raporlama yükümlülüğünü yerine getirmeyen sosyal ağ sağlayıcıya on milyon Türk lirası idari para cezasının BTK başkanı tarafından verileceği hüküm altına alınmıştır.⁴⁵

5651 sayılı Kanun'un Ek Madde 4 kapsamında getirilen raporlama yükümlülüğü, **2021'den 2025'in birinci yarıyı sonuna kadar toplam dokuz raporlama dönemini** kapsamaktadır. Aşağıda yer alan Tablo 5, her bir sosyal ağ sağlayıcısının bu yükümlülüğe ne ölçüde uyum sağladığını ve hangi dönemlerde rapor yayımlayıp yayımlamadığını göstermektedir.

TABLO 5
Raporlama Yükümlülüğü Değerlendirmesi

Sosyal Ağ Sağlayıcısı	Raporlama Yükümlülüğü	2021-2025 Dönemi
VKontakte	Kısmen Yerine Getirmiştir	2023 II, 2024 II & 2025 I Raporları Yayımlanmamıştır
YouTube	Yerine Getirmiştir	Tüm Raporlar Yayımlanmıştır
Dailymotion	Yerine Getirmiştir	Tüm Raporlar Yayımlanmıştır
TikTok	Yerine Getirmiştir	Tüm Raporlar Yayımlanmıştır
Pinterest	Kısmen Yerine Getirmiştir	2021 I. Raporu Yayımlanmamıştır
Facebook/Instagram	Yerine Getirmiştir	Tüm Raporlar Yayımlanmıştır
X/Twitter	Yerine Getirmiştir	Tüm Raporlar Yayımlanmıştır
LinkedIn	Yerine Getirmemiştir	Sadece 2022 II. Raporu Yayımlanmıştır
Ekşi Sözlük	Yerine Getirmiştir	Tüm Raporlar Yayımlanmıştır

Tablo 5'te yer alan veriler, sosyal ağ sağlayıcılarının raporlama yükümlülüklerine yaklaşımındaki **farklılıkları** ve **sistemik sorunları** göstermektedir. YouTube, TikTok, Facebook/Instagram ve Ekşi Sözlük gibi platformlar yükümlülüklerini tam olarak yerine getirirken; **VKontakte**, **Pinterest** ve özellikle **LinkedIn** platformları ciddi uyumsuzluklar sergilemektedir. LinkedIn'in yalnızca tek bir dönem için rapor yayımlamış olması, platformun **şeffaflık** ve **hesap verebilirlik ilkelerine yönelik ilgisizliğini** açık biçimde ortaya koymaktadır.

VKontakte'nin arka arkaya iki dönem boyunca ve toplamda üç raporunu yayımlamaması, sadece yasal yükümlülüğün ihlali değil; aynı zamanda BTK'nın bu ihlaller karşısında **yaptırım uygulayıp uygulamadığına dair belirsizlikleri** de gündeme getirmektedir. Öte yandan, **Pinterest**'in yalnızca ilk dönem raporunu yayımlamamış olması, temsilcilik kuruluş aşamasında, daha hafif bir uyumsuzluk olarak değerlendirilebilir.

Genel olarak, şeffaflık raporlarının düzenli olarak yayımlanması, yalnızca bir idari yükümlülük değil, aynı zamanda **kamuoyuna hesap verme kültürünün** parçası olarak görülmelidir. Raporlamayan ya da eksik raporlayan platformlar, yalnızca BTK karşısında değil, kullanıcılar nezdinde de **güven** ve **sorumluluk zeminini zedelemektedir**.

⁴⁴ 5651 Sayılı Kanun, geçici madde 5(1)(b).

⁴⁵ 5651 Sayılı Kanun, ek madde 4(8). Ayrıca bkz. Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 27.

Öte yandan, raporlama yükümlülüğünü sistematik biçimde ihlal eden **VKontakte** ve özellikle **LinkedIn** gibi platformlara BTK Başkanı tarafından **herhangi bir idari para cezası uygulanıp uygulanmadığı** kamuoyunca bilinmemektedir. Nitekim bugüne kadar bu konuda Resmî Gazete’de **yayımlanmış bir karar** ya da **BTK tarafından yapılmış bir açıklama** bulunmamaktadır. Bu durum, yalnızca sosyal ağ sağlayıcılarının değil, aynı zamanda **idari otoritenin denetim ve yaptırım süreçlerinin de şeffaflıktan uzak yürütüldüğünü** de göstermektedir.

Daha da vahimi, çalışmamızın ikinci bölümünde görüleceği üzere, SAS’lar tarafından yayınlanan kamuya açık şeffaflık raporlarında yeknesaklık bulunmamakla birlikte, bu raporları **ilgili platformların sayfalarında bulmak da kolay değildir**. Genel olarak bu raporlarda, 9. ve 9/A maddeleri kapsamındaki içeriklere yönelik olarak kullanıcılardan gelen başvurulara⁴⁶ ilişkin **istatistiksel ve kategorik verileri** içeren bilgiler de yer almamaktadır. Kaldı ki, Türkiye’de yasal temsilcilikleri bulunan bu platformların altı aylık periyotlarla BTK’ya sunulması gereken kurumsal raporları sunup sunmadıkları da kamuoyunca bilinmemektedir.

Bu yükümlülükler sosyal ağ sağlayıcıların yalnızca içerik kaldırma ve kullanıcı taleplerine yanıt verme konusunda değil, aynı zamanda **algoritmik şeffaflık** ve **veri işleme politikaları bakımından da hesap verebilirlik** yükünü artırmaktadır. Ne var ki, bu düzenlemeler uygulamada çoğu zaman **sembolik raporlamalar** ve **yetersiz içeriklerle** yerine getirilmekte; raporların kamuoyuyla paylaşılması ve BTK’ya sunulması bir **biçimsel uyum** pratiğine indirgenmektedir.

Özellikle kurumsal raporlarda yer alan “kullanıcılara eşit ve tarafsız davranma” yükümlülüğü ile algoritma açıklama zorunluluğu, **platformların iç işleyişine yönelik demokratik denetim** çağrısı olarak yorumlanabilir. Ancak pratikte bu alanlarda neredeyse hiçbir sosyal ağ sağlayıcının yeterli düzeyde şeffaflık göstermediği gözlemlenmektedir. Kuruma sunulan raporlarda ise bu konular hakkında hangi bilgilerin yer aldığı bilinmemektedir. **Reklam kütüphanelerinin ya hiç oluşturulmadığı ya da sınırlı veri sunduğu**, kullanıcı tercihlerini güncelleme olanaklarının sınırlı tutulduğu ve algoritmik yönlendirmelerin sistematik olarak gizlendiği bir dijital ortamda, raporlama yükümlülüğü, dijital hakların korunması açısından hâlâ **büyük bir boşluk alanı** olarak kalmaktadır.

ADLİ MAKAMLARA BİLGİ VERME YÜKÜMLÜLÜĞÜ VE BANT GENİŞLİĞİ DARALTIMA YAPTIRIMI

13.10.2022 tarihli ve 7418 sayılı Kanun’un 34. maddesi ile 5651 sayılı Kanun’a eklenen Ek Madde 4/5 kapsamında, Türk Ceza Kanununda yer alan bazı suçlar için SAS’lara **adli makamlara bilgi verme yükümlülüğü** getirilmiştir.⁴⁷ Bu suçlar şunlardır:

- Çocukların cinsel istismarı (TCK 103),
- Halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma (TCK 217/A),
- Devletin birliğini ve ülke bütünlüğünü bozmak (TCK 302),

⁴⁶ Ek Madde 4(3).

⁴⁷ Ayrıca bkz. Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 29.

- Anayasal düzene ve bu düzenin işleyişine karşı suçlar (TCK 309–316 arası),
- Devlet sırlarına karşı suçlar ve casusluk (TCK 328–337 arası).

Böylece sosyal ağ sağlayıcıların Türkiye’deki temsilcileri, yalnızca erişim engelleme ve/veya içeriğin çıkartılması kararlarının tebligat mercii olmaktan çıkarılarak, yargı süreçlerinde aktif bir işbirliği yükümlülüğü üstlenmiş, devletin gözetim aygıtının parçası haline getirilmiştir.

Bu suçlara konu içerikleri oluşturan veya yayan faille ulaşmak amacıyla, soruşturma aşamasında Cumhuriyet savcısı, kovuşturma aşamasında ise yetkili mahkeme tarafından talep edilmesi halinde, ilgili sosyal ağ sağlayıcının Türkiye’deki temsilcisi, gerekli kullanıcı bilgilerini adli mercilere sunmakla yükümlüdür.

Sosyal ağ sağlayıcısının bu yükümlülüğü yerine getirmemesi durumunda, ilgili Cumhuriyet Başsavcılığı, **yüzde 90 oranında İnternet trafiği bant genişliğinin daraltılması yaptırım**ı talebiyle Ankara Sulh Ceza Hakimliğine başvurabilir. Hakimlik kararı halinde bu yaptırım BTK aracılığıyla erişim sağlayıcılara iletilir ve bildirimden itibaren **en geç dört saat içinde uygulanmak zorundadır**. Sosyal ağ sağlayıcının talep edilen bilgileri iletmesi halinde yaptırım kararı kaldırılır ve Kuruma bildirilir.

Bu düzenleme, kullanıcı verilerinin adli makamlara aktarılmasını öngören en kapsamlı ve doğrudan müdahale içeren hükümlerden biridir. Özellikle yüzde 90 oranında İnternet trafiği bant genişliğinin daraltılması tehdidi, sosyal ağ sağlayıcıları üzerinde yüksek baskı kurmayı amaçlayan, teknik olarak neredeyse erişimin tamamen engellenmesine eşdeğer bir yaptırımdır.

Dahası, düzenlemede yer verilen “halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma” (TCK 217/A) suçu, içerik bakımından son derece belirsiz ve suistimale açık bir norm olarak öne çıkmaktadır. Gerçek ve yanıltıcı bilgi ayrımı, özellikle seçim dönemleri, afet zamanları veya ekonomik krizler gibi olağanüstü koşullarda, siyasal iktidarın pozisyonuna göre şekillenebilmektedir. Bu nedenle, söz konusu suç tipine dayanarak sosyal ağ sağlayıcılardan kullanıcı bilgisi talep edilmesi, ciddi bir sansür ve gözetim riski yaratmaktadır. Bant daraltma tehdidinin ağırlığı nedeniyle, sosyal ağ sağlayıcılarının kullanıcı verilerini paylaşmaya mecbur kalacağı açıktır.

Öte yandan, bu bilgi paylaşımı yükümlülüğünün nasıl uygulandığına ilişkin kamuoyuna açıklanmış hiçbir bilgi, denetim mekanizması ya da istatistiksel veri bulunmamaktadır. Paylaşılan kullanıcı bilgilerinin kapsamı, ne kadar sürede ve hangi prosedürlerle aktarıldığı bilinmemektedir. Fakat, örneğin Meta platformunun küresel şeffaflık raporları incelendiğinde,⁴⁸ Türkiye’den talep edilen “kullanıcı verileri” ve uyum oranları dikkat çekici seviyededir. Aşağıdaki tablo incelendiğinde, özellikle 7418 sayılı Kanunla birlikte Ek Madde 4’e eklenen “bilgi verme yükümlülüğü” hükmü sonrasında, Meta’nın bu taleplere ortalama %79 oranında uyum sağladığı görülmektedir.

⁴⁸ Bkz. <https://transparency.meta.com/reports/government-data-requests/>

TABLO 6
Türkiye’den Kullanıcı Veri Talepleri ve Meta Uyum Oranları (2021-2024)

Dönem	Talep Sayısı	Kısmi Veri Sağlanan Talep Sayısı	Uyum Oranı (%)	Yasal Bağlam
2021-1	7825	4622	%59	7418 Sayılı Kanun Öncesi
2021-2	8488	4477	%53	7418 Sayılı Kanun Öncesi
2022-1	8513	6954	%82	7418 Sayılı Kanun Öncesi
2022-2	4818	3894	%81	7418 Sayılı Kanun Yürürlükte
2023-1	4288	3316	%77	7418 Sayılı Kanun Yürürlükte
2023-2	4095	3271	%80	7418 Sayılı Kanun Yürürlükte
2024-1	3529	2626	%74	7418 Sayılı Kanun Yürürlükte
2024-2	4121	3360	%82	7418 Sayılı Kanun Yürürlükte

Dolayısıyla, Meta, Türkiye’den gelen kullanıcı verisi taleplerine çok yüksek oranda olumlu yanıt vermekte ve **“Yüksek Uyum ve İtaat”** politikasına işaret etmektedir. Özellikle, yasal baskıların arttığı 2022 ve sonrasında, Meta’nın uyum oranı önceki dönemlere göre daha da artarak %80 seviyelerine çıkmıştır. Örneğin, 2024 Yılı’nın İkinci Yarısında, 4.121 talebin 3.360’ına (**%82**) olumlu yanıt verilerek veri paylaşılmıştır. Sonuç olarak, 2022 yılında yürürlüğe giren temsilcilik, bilgi verme yükümlülüğü ve bant daraltma düzenlemeleri sonrasında Meta’nın veri paylaşım oranının **%67’den %80 bandına yükselmesi**, yasal düzenlemelerin Meta üzerinde istenen “uyum” etkisini yarattığını göstermektedir.

Bir diğer taraftan, Google’ın küresel şeffaflık raporları⁴⁹ incelendiğinde, Meta uyumunun aksine, siyah ve beyaz kadar farklı bir yaklaşım ortaya çıkmaktadır. Google verileri, yasal düzenlemelerin (özellikle 2022 sonrası) Google’ın veri paylaşım politikasında **radikal bir kırılma yaratmadığını**, ancak idari makamların yeni yasal araçları (yerel ofis üzerinden talep) aktif olarak kullanmaya başladığını göstermektedir. Bu bağlamda, Google verilerindeki en somut değişim, 2022 yılı itibarıyla **Yerel iş-tirak verisi talepleri**⁵⁰ adlı yeni bir kategorinin ortaya çıkmasıdır. Bu durum, sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye’de temsilcilik açma zorunluluğunun bir yansımasıdır ve 2022 öncesinde böyle bir kategori Google şeffaflık raporlarında yer almamaktadır. 2022 sonrası yerel iş-tirak verisi talepleri incelendiğinde görüleceği üzere:

- **2022:** 28 talep (Sadece %4’üne olumlu yanıt verilmiş)
- **2023:** 124 talep (Hiçbirine olumlu yanıt verilmemiş - %0)
- **2024:** 72 talep (Hiçbirine olumlu yanıt verilmemiş - %0)

Bu veriler, Türk makamlarının yeni yasayla kurulan yerel şirketi muhatap alarak bilgi talep etmeye başladığını, ancak Google’ın bu taleplere (yerel ofis üzerinden gelse bile) **direnç gösterdiğini** ve **veri paylaşmadığını** göstermektedir.

⁴⁹ Bkz. <https://transparencyreport.google.com/user-data/overview?hl=tr>

⁵⁰ Orijinal metinde “Requests for data of local subsidiary” denilmektedir.

Bir diğer taraftan, Google'ın "Diğer Yasal Talepler" kategorisindeki tutumu 2022 sonrasında da değişmemiştir. Genel eğilim, 2010 yılından bu yana binlerce talep yapılmasına rağmen, Google'ın bu kategorideki taleplerin **%0'ına** (sıfır) olumlu yanıt vermesidir. Dolayısıyla, bant genişliği daraltma gibi ağır yaptırım tehditlerine rağmen, Google'ın standart yasal süreçlerdeki "veri vermeme" politikasını 2022-2024 döneminde de aynen sürdürdüğü ve "sıfır çekme" politikasına aynen devam ettiği görülmektedir. Bu yaklaşımın tek istisnası, Google'ın Türk makamlarıyla veri paylaştığı "Acil Durum İfşa Talepleri" olmasıdır.⁵¹ Bu talepler genellikle hayati tehlike içeren (terör, intihar, kaçırılma vb.) durumları kapsamaktadır. Örneğin, 2023'te yapılan 26 acil durum talebinin **%62'sine** olumlu yanıt verilerek veri paylaşılmıştır. Bu oran, Google'ın "hayati tehlike" kriteri oluştuğunda işbirliği yaptığını, ancak politik/adli taleplerde kapıyı kapalı tuttuğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, Meta (Facebook/Instagram) şeffaflık verileri, platformun Türkiye'deki Adli Makamlara Bilgi Verme Yükümlülüğü karşısında Google'ın aksine "yüksek uyum" stratejisi izlediğini ortaya koymaktadır. 2022 öncesinde %67 olan veri paylaşım oranı, yasal yaptırımların ağırlaştığı 2022 sonrasında %80'in üzerine çıkmıştır. Türk makamlarının Meta'ya yönelttiği talep hacminin Google'dan yaklaşık 10 kat fazla olması ve bu taleplerin çok büyük kısmının karşılanması, Meta'nın Türkiye'deki kullanıcı verilerini koruma konusunda idari taleplere direnç göstermediğini ve yasal baskılara boyun eğdiğini göstermektedir.

Tüm bunlar birlikte değerlendirildiğinde, devlet artık sadece "içeriğin engellenmesini veya kaldırılmasını" talep eden bir düzenleyici değil, "içeriği üreten failin kimliğine erişimi" zorunlu kılan ve bunu sağlamayan sosyal ağ sağlayıcısını teknik olarak bant daraltma yaptırımı ile işlevsiz hale getirebilen bir otorite konumuna yükselmiştir. Sosyal ağ sağlayıcıları ise, ticari kaygılarla, şimdilik bu sisteme uyum sağlamış ve hatta boyun eğmiş gözükmektedir.

KULLANICI VERİLERİNİN TÜRKİYE'DE TUTULMASI YÜKÜMLÜLÜĞÜ

5651 sayılı Kanun ve ilgili ikincil mevzuat kapsamında yapılan düzenlemelerle birlikte, Türkiye'den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt içi veya yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcılarına, Türkiye'deki kullanıcıların verilerini Türkiye sınırları içinde barındırma yönünde gerekli teknik ve idari tedbirleri alma yükümlülüğü getirilmiştir.⁵²

BTk'nın 29.09.2020 tarihli kararıyla⁵³ yürürlüğe giren Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esasların 13. maddesinde, Ek Madde 4'ün uygulanmasında "temel kullanıcı bilgileri ile Kurum tarafından bildirilebilecek hususlara ilişkin verilerin Türkiye'de barındırılması yönünde gerekli tedbirlerin alınmasına öncelik"⁵⁴ verileceği belirtilmiştir.

⁵¹ Orijinal metinde "Emergency Disclosure Requests" denilmektedir.

⁵² 5651 Sayılı Kanun, Ek Madde 4(6).

⁵³ Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2020/DK-İD/274, 29.09.2020.

⁵⁴ Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 13(2).

Ayrıca, aynı maddede, sosyal ağ sağlayıcılarının bu kapsamdaki uygulamalara dair her raporlama döneminde **Kuruma bilgi vermeleri gerektiği** açıkça düzenlenmişti.⁵⁵ Ancak, BTK'nın 28.03.2023 tarihli kararıyla Usul ve Esaslarda yapılan güncellemede, bu **bilgi verme yükümlülüğüne artık yer verilmediği** görülmektedir.⁵⁶ Böylece, kullanıcı verilerinin Türkiye'de tutulmasına ilişkin hem uygulama yükümlülüğü belirsizleşmiş hem de denetim mekanizması zayıflatılmıştır. Bu değişikliğin sebebi ise açıklanmamıştır.

Dahası, gerek ilgili Kanun maddeleri⁵⁷ gerekse güncel Usul ve Esaslar⁵⁸ incelendiğinde, sosyal ağ sağlayıcılarının hangi tür kullanıcı verilerini, hangi teknik veya hukuki gerekçeyle, ne kadar süreyle ve kimlerle paylaşmak üzere Türkiye'de barındırmak zorunda olduğu da açıkça belirtilmemektedir. Aynı şekilde, bu verilerin BTK veya diğer kamu kurumlarıyla ne şekilde paylaşılacağına ilişkin herhangi bir kural, ilke veya sınırlama da getirilmemiştir.

Bu konu hakkında sosyal ağ sağlayıcıları veya BTK tarafından herhangi bir açıklamanın bugüne kadar yapılmamış olması, hem kullanıcıların **kişisel verilerinin güvenliği** hem de **şeffaflık ve denetim ilkeleri** açısından ciddi sorunlar doğurmaktadır. Veri yerleştirme adı altında getirilen bu yükümlülüğün, uygulamada gizli veri aktarımı mekanizmalarına zemin hazırlayıp hazırlamadığı ise tamamen denetim dışı kalmaktadır.

ÇOCUKLARA ÖZGÜ AYRIŞTIRILMIŞ HİZMET SUNMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ

5651 sayılı Kanun'a 13.10.2022 tarihinde eklenen Ek Madde 4(7) ile sosyal ağ sağlayıcılara, **çocuklara özgü ayrıştırılmış hizmet sunma konusunda gerekli tedbirleri alma yükümlülüğü** getirilmiştir. Bu yükümlülük, daha sonra BTK tarafından yayımlanan Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esasların 14. maddesinde ayrıntılandırılmıştır. Bu kapsamda sosyal ağ sağlayıcılarının, çocuk olduğu anlaşılabilen kullanıcılara yönelik sundukları içerik, reklam ve hizmetlerde **yaş temelli ayrıştırma, gizlilik ilkesi** ve **çocuğun üstün yararı** gibi temel ilkelere uygun hareket etmeleri gerekmektedir. Özellikle şu hususların dikkate alınması zorunlu tutulmuştur:

- Çocuğun yaşı ve gelişim düzeyine uygun hizmet sunulması,
- Çocuğun üstün yararının her aşamada gözetilmesi,
- Fiziksel, psikolojik ve duygusal gelişimin korunması,
- Cinsel istismar ve ticari sömürü risklerine karşı özel koruma mekanizmalarının uygulanması,
- Çocuğa ait kişisel verilerin korunmasında yüksek düzeyde gizlilik ve yalnızca asgari düzeyde veri işlenmesi,
- Kullanım koşulları, sözleşmeler ve gizlilik politikalarının çocuğun anlayabileceği açık ve sade bir dille sunulması.

⁵⁵ Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 13(2).

⁵⁶ Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2023/DK-İD/119, 28.03.2023, madde 13.

⁵⁷ Ek Madde 4(6).

⁵⁸ Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 13.

Bu düzenleme, Türkiye’de çocukların dijital ortamda karşılaştığı risklerin azaltılmasına yönelik olumlu bir adım olarak değerlendirilebilir. Ancak, çocukların yaşını anlamaya yönelik algoritmaların nasıl çalıştığı, veri işleme düzeyinin neye göre belirlendiği ve ayrıştırılmış hizmetlerin içeriği ve etkinliği konusunda sosyal ağ sağlayıcılar tarafından **kamuya açıklanmış somut bir politika** ya da **rapor bugüne kadar paylaşılmamıştır**. Aynı şekilde BTK’nın bu yükümlülüğün uygulanmasına ilişkin denetim sonuçlarını yayımlamaması da **şeffaflık** ve **denetim eksikliğine** işaret etmektedir. Bu bağlamda, yalnızca düzenlemenin varlığı değil, **uygulamadaki etkinliği** de platform bazlı olarak izlenmeli ve kamuoyuyla paylaşılmalıdır.

KULLANICI HAKLARININ KORUNMASI VE BİLGİLENDİRME YÜKÜMLÜLÜĞÜ

5651 sayılı Kanun’a 13.10.2022 tarihinde eklenen Ek Madde 4(13) ile sosyal ağ sağlayıcılarına, kullanıcı haklarının korunmasına yönelik olarak BTK tarafından yapılacak düzenlemelere uyma yükümlülüğü getirilmiştir. Bu genel hüküm, Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esasların 15. maddesi ile ayrıntılandırılmıştır. Bu kapsamda sosyal ağ sağlayıcılarının yükümlülükleri şu şekilde belirlenmiştir:

- i. **Tarafsızlık ilkesi:** Sosyal ağ sağlayıcı, tüm kullanıcılara karşı eşit ve tarafsız davranmakla yükümlüdür.
- ii. **Veri ve öneri tercihleri:** Kullanıcılara içerik öneri sistemine dair tercihlerini değiştirme ve kişisel verilerinin kullanımını sınırlandırma imkânı sunulmalıdır.
- iii. **Güvenlik ihlallerinde bildirim:** Türkiye’den erişen kullanıcıları etkileyen önemli güvenlik ihlalleri durumunda, sosyal ağ sağlayıcısı bu durumu en geç 72 saat içinde hem BTK’ya hem de kullanıcılara açık, anlaşılır ve Türkçe bir biçimde bildirmelidir.
- iv. **Hizmet güncellemelerine erişim:** Kullanıcı haklarını etkileyen platform güncellemelerine, kullanıcıların kolayca erişebilmesi sağlanmalıdır.
- v. **Algoritmik şeffaflık:** İçerik önerilerinde hangi parametrelerin kullanıldığını platformun web sitesinde şeffaf, açık ve ulaşılabilir biçimde açıklamak zorunludur.
- vi. **Hesap ihlalleri ve kimlik taklidi:** Ele geçirilen veya başkasını taklit eden hesaplar için Türkçe, açık ve kolay erişilebilir bir başvuru mekanizması kurulmalı ve yapılan başvurular makul sürede sonuçlandırılmalıdır.
- vii. **BTK düzenlemelerine tam uyum:** Sosyal ağ sağlayıcı, yalnızca yukarıda sayılanlara değil, BTK’nın kullanıcı haklarına ilişkin yapacağı tüm düzenlemelere uymakla da yükümlüdür.

Bu düzenleme çerçevesi, kullanıcıların dijital ortamda daha bilinçli ve güvende hareket edebilmesi açısından ilk bakışta olumlu bir adım gibi değerlendirilebilir. Ancak gerek algoritma şeffaflığı gerekse güvenlik ihlali bildirimleri gibi yükümlülüklerin uygulamaya nasıl yansıdığı konusunda sosyal ağ sağlayıcıları tarafından **kamuoyuyla paylaşılan somut bilgi** veya **raporlar bulunmamaktadır**. Aynı şekilde BTK da bu

yükümlülüklerin denetimi, uygulanma oranı veya ihlallerine ilişkin herhangi bir veri bugüne kadar paylaşmamıştır.

Kullanıcı haklarının korunması, yalnızca platformların iyi niyetine değil, **şeffaf, denetlenebilir ve kamusal olarak raporlanan bir gözetim mekanizmasına** ihtiyaç duymaktadır. Bu açıdan bakıldığında, ilgili düzenlemelerin uygulamadaki karşılığı ve etkinliği yeterince açık değildir.

BAŞLIK ETİKETLERİ VE ÖNE ÇIKARILAN İÇERİKLER İÇİN BAŞVURU MEKANİZMASI KURMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ

5651 sayılı Kanun'a 13.10.2022 tarihinde eklenen Ek Madde 4(15) ile sosyal ağ sağlayıcılara, özellikle **başlık etiketleri** (hashtags) ve **öne çıkarılan içeriklerin** hukuka aykırı olduğu durumlarda kaldırılmasına yönelik yeni bir yükümlülük getirilmiştir. Bu yükümlülük, ilgili Usul ve Esasların 16. maddesinde daha ayrıntılı biçimde düzenlenmiştir. Buna göre sosyal ağ sağlayıcısı, BTK ile iş birliği içinde, başlık etiketleri ve öne çıkarılan içeriklerin uyarı usulüyle kaldırılması amacıyla **etkin bir başvuru mekanizması kurmak** ve bu mekanizmaların işleyişine dair bilgileri her raporlama döneminde Kuruma sunmak zorundadır.

5651 sayılı Kanun'un Ek Madde 4(15) hükmü, sosyal ağ sağlayıcılara yalnızca içerik barındırma değil, **içeriklerin sunuluş biçimi üzerinden de sorumluluk** yüklemektedir. Buna göre, sosyal ağ sağlayıcılar, başlık etiketleri veya öne çıkarılan içerikler yoluyla işlenen bir suça ilişkin olarak kendilerine hukuka aykırı içerik bildirildiğinde, bu içeriği bildirimden itibaren derhal ve en geç dört saat içinde kaldırmakla yükümlüdür. Bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi halinde, söz konusu içerikten doğrudan sorumlu tutulurlar.⁵⁹

Bu hükümle birlikte sosyal ağ sağlayıcıların, kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerde **yalnızca aracı olmaktan çıkıp**, bu içeriklerin öne çıkarılması veya etiketlenmesi gibi algoritmik tercihleri üzerinden cezai sorumluluk üstlenmeleri öngörülmektedir. Bir başka deyişle, söz konusu içeriklerin “başlık etiketi” ya da “öne çıkarma algoritması” yoluyla görünürlüğünün artırılması gibi dolaylı yollarla yayılmış olması bile, içerik sağlayıcının sorumluluğunu ortadan kaldırmamakta; aksine, platformun aktif müdahale yükümlülüğünü doğurmaktadır. Ancak, içeriğin hukuka aykırı olup olmadığını **dört saat gibi kısa bir sürede tespit etme yükümlülüğü**, özellikle ifade özgürlüğüyle ilgili içeriklerde **aşırı otosansür** riskini artırmaktadır. Bu durum, özellikle sosyal ağ sağlayıcılar açısından **içerik denetimi konusunda ağır bir yük ve hukuki risk** yaratmaktadır.

Ayrıca, BTK ile iş birliği içinde kurulacağı belirtilen başvuru mekanizmalarının **nasıl çalıştığı, hangi tür içerikleri kapsadığı, hangi kriterlere göre karar verildiği** gibi konularda kamuoyuna açık bir bilgi bugüne kadar verilmemiştir. Kamuoyu ile paylaşılan şeffaflık raporlarında da bu konu hakkında herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. Bu durum, oluşturulan mekanizmaların keyfî ya da siyasi saiklerle kullanılabileceği yönünde ciddi bir belirsizlik yaratmaktadır.

⁵⁹ 5651 Sayılı Kanun, Ek Madde 4(15).

CAN VE MAL GÜVENLİĞİNİ TEHLİKEYE SOKAN İÇERİKLERİN KOLLUKLA PAYLAŞILMASI YÜKÜMLÜLÜĞÜ

5651 sayılı Kanun’a 13.10.2022 tarihinde eklenen Ek Madde 4(16) ile sosyal ağ sağlayıcılara, kişilerin can ve mal güvenliğini tehlikeye sokan içeriklere karşı **acil müdahale** yükümlülüğü getirilmiştir. Aynı hüküm, ilgili Usul ve Esasların 17. maddesinde aynen tekrar edilerek düzenlenmiştir. Bu hükme göre sosyal ağ sağlayıcılar, kişilerin can ve mal güvenliğini tehlikeye sokan herhangi bir içeriği öğrendiğinde ve bu içerik hakkında müdahalede gecikme yaşanmasının sakıncalı olduğu durumlarda, söz konusu içeriği ve **içeriği oluşturan kişiye ilişkin bilgileri** gecikmeksizin yetkili kolluk birimleri ile paylaşmakla yükümlüdür.

Bu düzenleme, olağan koşullarda sosyal ağ sağlayıcının içerik kaldırma veya bildirimle harekete geçme yükümlülüğünün ötesine geçerek, **proaktif veri paylaşımı** yükümlülüğü getirmektedir. Ancak, **“can ve mal güvenliği”** kavramı, yasal olarak **belirsiz** ve **yoruma açık** bırakılmıştır. Ne yasa hükmü ne de Usul ve Esaslar, bu güvenliğin ne şekilde tehlikeye atılacağına dair açıklık sunmaktadır. Bir diğer taraftan “gecikmesinde sakınca bulunan hallerin” ne anlama geldiği de açık değildir. Anayasa Mahkemesinin 5651 sayılı Kanun’un 8/A maddesiyle ilgili tüm bireysel başvuru kararlarında belirttiği üzere, Cumhurbaşkanlığı, ilgili bakanlıklar, BTK Başkanı ve sulh ceza hakimlikleri tarafından gecikmesinde sakınca bulunan bir durumun varlığı 8/A hükmü kapsamında alınan erişimin engellenmesi kararlarında gösterilmemektedir.⁶⁰ Kaldı ki 8/A hükmünde bile bu tip kararlar bakımından hakim onayı şartı bulunurken, Ek Madde 4(16) hükmünde **hakim onayı şartı da aranmamaktadır**.

Dahası, sosyal ağ sağlayıcıların içerikleri proaktif biçimde denetleme yükümlülüğü bulunmamasına rağmen, bu düzenleme bir **“öğrenme yükümlülüğü”** öngörmekte; fakat bu yükümlülüğün ne şekilde doğacağı ve nasıl uygulanacağı açıkça belirtilmemiştir. Üstelik, Ek Madde 4(5) kapsamında bazı katalog suçlar için SAS’lara adli makamlara bilgi verme yükümlülüğü getirilmiş ve bu sürecin **usulü** ve **sınırları açıkça düzenlenmiştir**. Buna karşın, Ek Madde 4(16)’daki yükümlülük hem kapsam hem de uygulama açısından belirsiz olup, herhangi bir **yasal güvence içermemektedir**.

Son olarak, BTK’nın bu yükümlülüğün hangi sosyal ağ sağlayıcıları tarafından ne ölçüde yerine getirildiğine, ne sıklıkta kolluk birimlerine bildirimde bulunulduğuna veya bu bildirimlerin ne şekilde denetlendiğine dair kamuoyuna sunulmuş **herhangi bir açıklaması veya raporu bulunmamaktadır**.

Bu yönüyle, düzenleme **kamu güvenliği ile temel hak ve özgürlükler arasında gerekli anayasal denge kurulmadan** yürürlüğe konmuş görünmektedir. Platformların bu yükümlülüğü nasıl yerine getirdiği, **hukuki denetimin işletilip işletilmediği** ve **kişisel verilerin güvenliğine dair ne tür tedbirler alındığı** gibi sorular ise tamamen **cevapsız kalmaktadır**. Bu haliyle, **“can ve mal güvenliği”** ve **“gecikmesinde sakınca bulunması”** gibi oldukça geniş ve yoruma açık kavramlar üzerinden içeriklerin değerlendirilmesi ve kişisel bilgilerin kolluk birimleriyle paylaşılması, ifade özgürlüğü, kişisel verilerin korunması ve masumiyet karinesi bakımından ciddi sakıncalar doğurmaktadır.

⁶⁰ Bkz. Birgün İletişim ve Yayıncılık Ticaret A.Ş. Başvurusu, B. No: 2015/18936, 22.05.2019, § 71.

BTK’NIN BİLGİ TALEP ETME VE YERİNDE İNCELEME YETKİSİ

5651 sayılı Kanun’a 13.10.2022 tarihinde eklenen Ek Madde 4(18) ve Usul ve Esasların 18. maddesi, BTK’ya sosyal ağ sağlayıcılar üzerinde kapsamlı bir **denetim** ve **bilgi talep etme yetkisi** tanımaktadır. Bu hükümlere göre BTK, sosyal ağ sağlayıcının 5651 sayılı Kanun’a **uyum düzeyini tespit etmek amacıyla**, aşağıdaki alanlarda her türlü bilgiyi isteyebilir:

- Kurumsal yapı,
- Bilişim sistemleri,
- Algoritmalar,
- Veri işleme mekanizmaları,
- Ticari tutumlar.

Sosyal ağ sağlayıcı, BTK tarafından yapılan bilgi veya belge taleplerine, bildirim tarihinden itibaren en geç üç ay içinde yanıt vermekle yükümlüdür. Ayrıca BTK, gerekli görmesi halinde sosyal ağ sağlayıcının **tüm tesislerinde yerinde inceleme** yapma yetkisine de sahiptir.⁶¹ Bu yetki, yalnızca teknik denetimi değil, aynı zamanda şirketin işleyişine ilişkin **yönetsel** ve **ticari uygulamaları da kapsayacak biçimde genişletilmiştir**.

Dolayısıyla, bu düzenleme, BTK’ya yalnızca düzenleyici değil, aynı zamanda **fiili denetim yetkisi** de tanımaktadır. BTK’nın algoritmalar ve ticari tutumlar gibi şirketin rekabet stratejileriyle doğrudan ilişkili alanlara dair bilgi isteme yetkisi, platformlar açısından **ticari sırların açığa çıkması**, kullanıcılar açısından ise **kişisel verilerin güvenliği** bağlamında riskler doğurabilir. Özellikle “ticari tutumlar” ve “veri işleme mekanizmaları” gibi kapsamı ucu açık kavramlar, Kurumun bilgi talebinin sınırlarını da belirsizleştirmektedir. Bu durum, platformlar açısından **öngörülebilirliği** ve **hukuکی güvenliği** zayıflatmakta; denetimin **şeffaflık** ve **hesap verebilirlikten ziyade keyfi müdahaleye dönüşme** riskini doğurmaktadır.

Bir diğer taraftan, “tüm tesislerde yerinde inceleme” yetkisi, **coğrafi sınırları ve kapsamı açıkça tanımlanmadığı için uygulamada ciddi belirsizlikler barındırmaktadır**. Türkiye’de temsilcilik kuran şirketlerin sınırlı yerel varlıkları dikkate alındığında, asıl teknik ve yönetsel altyapının yurt dışında bulunması bu yetkinin etkinliğini azaltmakta; BTK’nın, yurt dışındaki merkez ofislere veya veri merkezlerine erişimi ise **ne hukuken ne de fiilen mümkün görünmektedir**. Bir başka deyişle, BTK’nın X, Meta, TikTok gibi şirketlerin ABD, İrlanda veya başka ülkelerdeki merkez ofislerinde fiilen yerinde denetim yapması mümkün değildir. Bu durum, hem platformlar açısından öngörülebilirliği zayıflatmakta hem de kamu denetiminin etkisini sınırlamaktadır.

Kamuoyuna açık bir şekilde BTK’nın bu yetkileri ne ölçüde kullandığına, hangi platformlardan hangi kapsamda bilgi talep edildiğine ya da yerinde denetim yapıp yapılmadığına ilişkin herhangi bir açıklaması veya raporu bugüne dek yayımlanmamıştır.

⁶¹ Ayrıca bkz. Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 35.

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARA İLİŞKİN KRİZ PLANI OLUŞTURMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ

13.10.2022 tarihinde 5651 sayılı Kanun'a eklenen Ek Madde 4(19) ile birlikte, sosyal ağ sağlayıcılara **kamu güvenliğini ve kamu sağlığını etkileyen olağanüstü durumlara karşı önceden kriz planı oluşturma ve bu planı BTK'ya bildirme yükümlülüğü** getirilmiştir. Aynı yükümlülük, Usul ve Esasların 19. maddesinde de tekrar edilmiştir. Sosyal ağ sağlayıcıların bu kapsamda:

- Kriz anlarında bilgi kirliliğini önleyici,
- Kamu otoriteleriyle koordinasyonu sağlayıcı,
- Platform içi müdahale mekanizmalarını düzenleyen

şekilde bir **kriz yönetim planı hazırlaması** ve **Kurum'a sunması** beklenmektedir. BTK, ayrıca kriz planlarının kapsamı, formatı veya içeriğine dair özel kuralları belirleme ve bunları platformlara bildirme yetkisine de sahiptir.

Kriz planı hazırlama yükümlülüğü, ilke olarak dijital platformların **toplumsal sorumluluğunu güçlendirmeye yönelik** bir adım olarak değerlendirilebilir. Ancak **kriz tanımının kapsamı, planların içeriği ve BTK tarafından yapılacak müdahalenin sınırları** açık şekilde tanımlanmamıştır. Bu durum, özellikle kamu güvenliği gibi geniş ve siyasi olarak da hassas bir alanda **sansür, içerik manipülasyonu veya platformlara baskı aracı** olarak kullanılabilecek keyfi uygulamaların önünü açma potansiyeli taşımaktadır.

SOSYAL AĞ SAĞLAYICILARA YÖNELİK HUKUKİ VE İDARİ YAPTIRIMLAR

5651 sayılı Kanun'un Ek Madde 4'ü ile birlikte sosyal ağ sağlayıcılara getirilen yükümlülükler, yalnızca teknik ve yönetsel görevleri değil, bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi durumunda uygulanacak idari ve hukuki yaptırımları da kapsamaktadır. Bu yaptırımlar, platformların Türkiye'deki yasal düzenlemelere uyumunu sağlamak amacıyla kademeli ve çeşitli yollarla uygulanmaktadır. Yükümlülüğe aykırılık halinde uygulanacak yaptırımlar arasında idari para cezaları, reklam yasakları, bant daraltma tedbirleri ve tazminat sorumluluğu gibi önlemler yer almakta; bazı durumlarda bu önlemler, sosyal ağ sağlayıcının küresel cirosunun belirli oranlarına göre de belirlenebilmektedir. Aşağıda, yürürlükteki düzenlemelere göre sosyal ağ sağlayıcılara uygulanabilecek yaptırımlar başlıklar halinde sunulmuştur.

1. Yükümlülöklere Aykırılık Halinde Temel İdari ve Adli Para Cezaları

Ek Madde 4(9) uyarınca, Türkiye'den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcıların, 5651 sayılı Kanunun 8 ve 8/A maddelerinde belirtilen içeriklere dair yükümlölüklerini yerine getirmemeleri durumunda, bir milyon Türk Lirası idari para cezası uygulanabilir. Aynı şekilde, 8 ve 9. maddeler kapsamında doğabilecek adli sorumluluklara ilişkin olarak da, bu platformlara elli bin gün adli para cezası verilebileceğı düzenlenmiştir.⁶²

⁶² Ayrıca bkz. Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 31.

II. Erişim Engelleme veya İçerik Kaldırma Kararlarının Uygulanmaması Halinde Reklam Yasağı ve Bant Genişliği Daraltma Yaptırımları

5651 sayılı Kanun'un Ek Madde 4(10) hükmü, yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcıların, BTK Başkanı tarafından verilen erişimin engellenmesi ve/veya içeriğin çıkarılması kararlarını uygulamaması halinde, bir dizi kademeli yaptırımın uygulanmasını öngörmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'de faaliyet gösteren vergi mükellefi gerçek ve tüzel kişilerin, ilgili sosyal ağ sağlayıcıya altı aya kadar reklam vermesi yasaklanabilir. Reklam yasağı kapsamında yeni sözleşmeler kurulamaz ve herhangi bir para transferi yapılamaz. Bu kararlar Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girer.

Reklam yasağının yanı sıra, söz konusu içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararlarının uygulanmaması halinde, sosyal ağ sağlayıcının İnternet trafiği bant genişliğinin %50 oranında daraltılması için sulh ceza hakimliğine başvurulabilir. Hakim kararı sonrasinda, platform bu yükümlülüğü hâlâ yerine getirmemişse, bu kez %90'a kadar bant daraltma yaptırımını devreye girebilir. Erişim sağlayıcılar bu kararları derhal ve en geç dört saat içinde uygulamakla yükümlüdür.

Bu düzenleme ile, BTK Başkanı tarafından verilen içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararının gereğinin yerine getirilmemesi hâlinde, reklam yasağı ve bant daraltma yaptırımını üzerinden baskı kurularak sosyal ağ sağlayıcılarının mevzuata uyumunun sağlanması amaçlanmaktadır. Yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve Kuruma bildirilmesi hâlinde yalnızca bant daraltma tedbiri kaldırılmaktadır.

III. İdari Para Cezalarının Ödenmemesi Halinde Reklam Yasağı

5651 sayılı Kanun'un Ek Madde 4(11) hükmü uyarınca, BTK Başkanı tarafından sosyal ağ sağlayıcılara verilen idari para cezalarının yasal süresi içinde ödenmemesi durumunun bir yıl içinde birden fazla tekrarlanması halinde, söz konusu yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcısına Türkiye'de yerleşik vergi mükellefi gerçek ve tüzel kişiler tarafından altı aya kadar yeni reklam verilmesi yasaklanabilir. Bu kapsamda, sosyal ağ sağlayıcı ile yeni reklam sözleşmeleri yapılamaz ve bu reklamlara ilişkin herhangi bir para transferi gerçekleştirilemez.

Reklam yasağı kararı, kamuoyuna açık şekilde Resmî Gazete'de yayımlanır. Ancak sosyal ağ sağlayıcının, tahakkuk eden tüm idari para cezalarını ödemesi ve bu durumu BTK'ya bildirmesi durumunda reklam yasağı kaldırılır.

Bu düzenleme ile, sosyal ağ sağlayıcıların idari yükümlülüklerine uyumunun sağlanması ve olası idari para cezalarının vaktinde ödenmesi amaçlanmaktadır. Aksi takdirde, bu madde kapsamında daha ağır bir ceza olan ve SAS'ların ticari ilişkilerini reklam yasağı ile sınırlayan bir yaptırım öngörülmüştür.

IV. Reklam Yasağını İhlal Eden Gerçek ve Tüzel Kişilere Verilecek Cezalar

5651 sayılı Kanun'un Ek Madde 4(12) hükmü ve Usul ve Esasların 34. maddesi uyarınca, sosyal ağ sağlayıcılara yönelik verilen reklam yasağı kararlarının ihlal edilmesi halinde, Türkiye'de yerleşik vergi mükellefi olan gerçek ve tüzel kişilere idari para cezası uygulanabilir. Reklam yasağının yürürlükte olduğu sürede, ilgili sosyal ağ sağlayıcısıyla yeni sözleşmeler yapılamaz ve bu sağlayıcıya yönelik para transferleri gerçekleştirilemez.

Reklam yasağı kararları Resmî Gazete’de yayımlanmak suretiyle kamuoyuna ilan edilir. Reklam yasağını ihlal eden Türkiye’de mukim vergi mükellefi gerçek ve tüzel kişilere BTK Başkanı tarafından 10.000 TL ile 100.000 TL arasında idari para cezası verilebilir. Dolayısıyla, bu yaptırım, yalnızca sosyal ağ sağlayıcılarını değil, onlarla iş birliği yapan yerel aktörleri de yükümlülükler konusunda sorumlu tutmayı amaçlamaktadır.

V. Genel Hukuki Sorumluluk: İçeriğin Çıkarılmaması Halinde Tazmin Yükümlülüğü

5651 sayılı Kanun’un Ek Madde 4(17) hükmü ve Usul ve Esasların 36. maddesi uyarınca, sosyal ağ sağlayıcılarının bu madde kapsamında sahip oldukları yükümlülükler, içerik veya yer sağlayıcısı olarak taşıdıkları sorumlulukların yerine geçmez. Başka bir deyişle, sosyal ağ sağlayıcılarının hukuki sorumluluğu, 5651 sayılı Kanun’un genel hükümleri çerçevesinde de devam etmektedir.

Bu kapsamda, bir içeriğin hukuka aykırılığı hakim veya mahkeme kararıyla tespit edilip sosyal ağ sağlayıcıya bildirildiği halde, söz konusu içerik yirmi dört saat içinde platformdan çıkarılmaz veya erişime engellenmezse, doğan zararın tazmininden doğrudan sosyal ağ sağlayıcı sorumlu tutulabilir. Bu sorumluluğun işletilmesi için içerik sağlayıcının dava edilmesi şartı aranmaz.

Ayrıca, sosyal ağ sağlayıcı, kendisine hukuka aykırı olduğu bildirilen bir içeriğin başlık etiketi ya da öne çıkarılan içerik aracılığıyla suç teşkil eden bir yayına dönüşmesi hâlinde, bu içeriği bildirimden itibaren dört saat içinde kaldırmaması durumunda, doğrudan sorumlu hale gelir.

Bu hükümler, sosyal ağ sağlayıcılarının yalnızca idari değil, **aynı zamanda doğrudan hukuki sorumluluklar da taşıdığını** ve yargı kararlarına ve bildirimlere karşı hızlı ve etkili biçimde hareket etme yükümlülüğü altında olduklarını göstermektedir.

VI. Belirli Yükümlülüklerin İhlali Halinde Küresel Ciro Üzerinden İdari Para Cezası

5651 sayılı Kanun’un Ek Madde 4(20) hükmü ve Usul ve Esasların 30. maddesi uyarınca, sosyal ağ sağlayıcıların bazı temel yükümlülüklerini yerine getirmemesi halinde ağır mali yaptırımlar gündeme gelmektedir. Bu kapsamda, aşağıda sıralanan yükümlülüklerin herhangi birinin ihlali durumunda BTK Başkanı tarafından sosyal ağ sağlayıcısına, bir önceki takvim yılındaki küresel cirosunun yüzde üçüne kadar idari para cezası uygulanabilir:

- Türkiye’deki kullanıcı verilerinin yerel olarak barındırılması,⁶³
- Çocuklara özgü ayrıştırılmış hizmet sunulması,⁶⁴
- Kullanıcı haklarının korunması,⁶⁵
- Can ve mal güvenliğine yönelik içeriklere müdahale edilmesi,⁶⁶

⁶³ Ek Madde 4(6).

⁶⁴ Ek Madde 4(7).

⁶⁵ Ek Madde 4(13).

⁶⁶ Ek Madde 4(16).

- BTK'ya talep edilen bilgi ve belgelerin sunulması,⁶⁷
- Kamu sağlığı ve güvenliğine ilişkin kriz planlarının oluşturulması.⁶⁸

Bu düzenleme ile sosyal ağ sağlayıcıların kurumsal işleyişine ve kullanıcı haklarına ilişkin tüm temel yükümlülükleri kapsayan son derece geniş bir yaptırım çerçevesi oluşturulmuştur. Bir taraftan, cezanın “küresel ciro” üzerinden belirlenmesi yaptırımın yüksek düzeyde caydırıcı olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan, bu derece ağır ve kapsamı geniş idari para cezası tehdidinin, sosyal ağ sağlayıcıları Türkiye’de giderek yoğunlaşan idari baskı ortamına uyum sağlamaya zorlayan bir araç olarak işlev görebileceği yönünde ciddi kaygılar bulunmaktadır. Ceza miktarının küresel ciro üzerinden belirlenmesi, yalnızca Türkiye’deki faaliyetlerle sınırlı olmayan bir mali yaptırım tehdidi oluşturmakta, bu da orantılılık ilkesine açıkça aykırılık teşkil etmektedir. Üstelik, hangi durumların “ihlal” sayılacağına ilişkin belirsizlikler, sosyal ağ sağlayıcılar üzerinde sürekli bir idari baskı aracı yaratmaktadır. Bu bağlamda, düzenlemenin amacı yalnızca mevzuata uyumu sağlamak değil, aynı zamanda platformların içerik politikalarını idarenin beklentileri doğrultusunda biçimlendirmeye zorlamak ve ifade özgürlüğü alanını daraltmaktır.

Bu durum, düzenlemenin yalnızca uyumu sağlamaya değil, aynı zamanda platformların Türkiye bağlamındaki politika ve uygulamalarını riskten kaçınma yönünde yeniden şekillendirmeye zorlayabileceğini göstermektedir.

ARA DEĞERLENDİRME: SOSYAL AĞ SAĞLAYICILARA YÖNELİK YASAL REJİM VE UYGULAMA

5651 sayılı Kanun’da 2020 ve 2022 yıllarında yapılan değişikliklerle birlikte sosyal ağ sağlayıcılara yönelik yasal çerçeve köklü biçimde yeniden şekillendirilmiştir. Özellikle Ek Madde 4 ve bu maddeye dayanarak çıkarılan Usul ve Esaslar ile, sosyal ağ sağlayıcıların Türkiye’deki faaliyetlerine ilişkin çok katmanlı bir denetim, yükümlülük ve yaptırım sistemi kurulmuştur.

Bu yeni rejim, temsilci atama zorunluluğundan kullanıcı başvurularına cevap verme yükümlülüğüne, kriz planı hazırlamaktan içeriklere proaktif müdahaleye kadar geniş bir sorumluluk yelpazesi öngörmektedir. Ayrıca, yükümlülüklerin yerine getirilmemesi halinde öngörülen yaptırımlar da oldukça ağırdır. Reklam yasağı, bant daraltma, küresel ciro üzerinden hesaplanan para cezaları ve doğrudan içerik sorumluluğu gibi yaptırımlar, sosyal ağ sağlayıcıların Türkiye’deki politik baskı ortamına uyum göstermeye zorlandığının açık göstergeleridir.

Raporda yer verilen düzenlemelerden görüldüğü üzere, sosyal ağ sağlayıcılara yönelik bu yeni yasal ve idari çerçeve, ifade özgürlüğü, kişisel verilerin korunması ve dijital haklar bakımından ciddi riskler içermektedir. Mevzuatın geniş takdir yetkisine açık, keyfiyete zemin hazırlayan hükümleri; şeffaflık, hesap verebilirlik ve temel haklara saygı ilkeleriyle çelişmektedir.

⁶⁷ Ek Madde 4(18).

⁶⁸ Ek Madde 4(19).

Raporun ikinci bölümünde, bu genel çerçevenin sosyal ağ sağlayıcıları bazında nasıl uygulandığına ve hangi platformların yasal yükümlölükleri ne ölçüde yerine getirdiğine dair detaylı değerlendirmelere yer verilecektir. Bu bölümdeki bulgular, mevcut yasal düzenin yalnızca içeriğe değil, aynı zamanda platformlara ve şirket yapılarına dönük bir kontrol stratejisi içerdiğini daha açık şekilde ortaya koyacaktır.

2. Bölüm

Yasal
Yükümlölükler
ve
Şeffaflık
Raporlarının
Değerlendirilmesi





GİRİŞ

Türkiye’de İnternet yayıncılığı ve sosyal medya platformlarına yönelik yasal rejim, 5651 sayılı Kanun’da yapılan köklü değişikliklerle, “içerik odaklı” bir denetim mekanizmasından “platform odaklı” ve yaptırım ağırlıklı bir düzenleme modeline evrilmiştir. İlk olarak 2020 yılında kabul edilen 7253 sayılı Kanun ile sosyal ağ sağlayıcılarına Türkiye’de temsilci atama, verilerini Türkiye’de barındırma, kullanıcı başvurularını etkin bir şekilde cevaplandırma ve düzenli aralıklarla şeffaflık raporu yayımlama zorunluluğu getirilmiştir. 2022 yılında yürürlüğe giren 7418 sayılı Kanun ile bu yükümlülükler daha da ağırlaştırılarak, temsilcilerin “gerçek kişi” olması halinde Türk vatandaşı olma zorunluluğu, tüzel kişi temsilcilerin “şube” statüsünde yapılması ve idari/mali sorumluluğun genişletilmesi gibi katı şartlar eklenmiştir. Bu yasal dönüşüm, sosyal ağ sağlayıcılarını sadece birer “yer sağlayıcı” olmaktan çıkarıp, Türkiye’nin hukuk sistemine doğrudan entegre edilmiş, idari ve adli taleplere karşı doğrudan sorumlu tutulan “muhataplar” haline getirmeyi amaçlamıştır.

Söz konusu düzenlemelerle, Türkiye’den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcılarına; yetkili temsilci belirleme, kullanıcı verilerini Türkiye’de barındırma, kullanıcı başvurularını 48 saat içinde gerekçeli olarak cevaplandırma, reklam kütüphanesi oluşturma ve altı aylık periyotlarla detaylı şeffaflık raporları yayımlama gibi kritik sorumluluklar yüklenmiştir. Kanun koyucu, bu adımları “kullanıcı haklarının korunması” ve “dijital şeffaflık” söylemiyle temellendirse de; İfade Özgürlüğü Derneği ve diğer sivil toplum kuruluşları, bu düzenlemelerin özellikle bant genişliğinin %90’a kadar daraltılması ve reklam yasakları gibi ağır

yaptırım tehditleri gölgesinde, platformları “devletin sansür aygıtının bir parçası” haline getirme riski taşıdığına dikkat çekmektedir.

Raporun bu bölümünde, Türkiye’nin dijital kamuoyunu şekillendiren başlıca sosyal ağ platformlarının (**X, Meta [Facebook & Instagram], YouTube, TikTok, LinkedIn, Pinterest, Dailymotion, VKontakte**) ve yerel bir aktör olan **Ekşi Sözlük**’ün, söz konusu yasal yükümlülüklerle uyum performansları mercek altına alınmaktadır. İncelememizde, platformların sadece şekli şartları (örneğin bir şirket kurup kurmadıkları) yerine getirip getirmediğine değil, aynı zamanda bu yapıların işlevselliğine, şeffaflık raporlarının veri kalitesine ve kullanıcı haklarını koruma pratiklerine de odaklanılmıştır.

Bu kapsamda şu temel sorulara yanıt aranmıştır:

- Platformlar tarafından atanan temsilciler, Kanun’un lafzına uygun, yetkili ve hesap verebilir muhataplar mıdır, yoksa sadece yasal zorunluluğu aşmak için kurulmuş “paravan” yapılar mıdır?
- Yayımlanan şeffaflık raporları, 5651 sayılı Kanun’un 9. (kişilik hakları) ve 9/A (özel hayatın gizliliği) maddeleri kapsamında yapılan başvurulara dair anlamlı, ayrıntılandırılmış ve denetlenebilir veriler sunmakta mıdır; yoksa genel geçer istatistiklerle geçiştirilen bürokratik metinlerden mi ibaret?
- Kullanıcıların “kişilik hakları” ve “özel hayatın gizliliği” ihlallerine karşı yaptıkları başvurular, platformlar tarafından nasıl ele alınıyor?
- Anayasa Mahkemesi’nin 9. maddeyi iptal eden kararına rağmen, platformlar bu maddeye dayalı başvuruları işlemeye devam etmekte midir?
- Platformların “Reklam Kütüphanesi” uygulamaları ve içerik kaldırma pratikleri, Kanun’un öngördüğü şeffaflık ve hesap verebilirlik standartlarını ne ölçüde karşılamaktadır?

Aşağıdaki platform bazlı analizler, sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye’deki yasal baskı ortamı ile ticari çıkarları arasında nasıl bir denge kurmaya çalıştığını; bazı durumlarda “tam itaat” (TikTok, Meta), bazı durumlarda “direnç” (YouTube’un veri paylaşmama politikası) ve bazı durumlarda ise “ilgisizlik” (LinkedIn) olarak tanımlanabilecek farklı stratejilerini somut verilerle ortaya koymaktadır.

X PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

X (eski adıyla Twitter) platformunun 5651 sayılı Kanun ve ilgili ikincil mevzuat kapsamındaki yükümlülüklerle uyum süreci incelendiğinde, platformun yapısal ve idari şartları süreç içerisinde kademeli olarak yerine getirdiği görülmektedir. Özellikle temsilci atama, Türkiye’de yerleşik bir sermaye şirketi kurma ve sermaye şartını sağlama gibi temel yükümlülükler bakımından X platformu mevzuata tam uyumlu bir görünüm sergilemektedir.

Platformun Türkiye’deki kurumsal yapılanması, 2020 yılında kabul edilen 7253 sayılı Kanun ile başlayan ve 2022 yılında 7418 sayılı Kanun ile ağırlaştırılan yasal sürece paralel bir seyir izlemiştir. Bu kapsamda ilk olarak, ABD merkezli T.I. Redwing LLC tarafından 22.04.2021 tarihinde “Twitter İnternet İçerik Hizmetleri Limited Şirketi” kurulmuş ve tescil edilmiştir. Kuruluş aşamasında şirketin sermayesi 10.000 TL olarak belirlenmiş ve müdür olarak kurucu şirket seçilmiştir.⁶⁹

Platformun küresel ölçekte el değiştirmesi ve “X” markasına dönüşümüyle birlikte, Türkiye’deki tüzel kişilik yapısında da köklü değişikliklere gidilmiştir. 2023 yılı sonlarına doğru gerçekleşen bu dönüşümde, T.I. Redwing LLC şirketteki tüm paylarını X Corp.’a devretmiş; böylece X Corp. şirketin %100 doğrudan pay sahibi ve müdürü konumuna gelmiştir. Tüzel kişi adına hareket etmek üzere ise İrlanda’da ikamet eden Barry Murphy münferiden yetkili kılınmıştır.⁷⁰

Sürecin son aşamasında, sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik yasal şartların (özellikle sermaye ve unvan zorunluluklarının) tam olarak karşılanması amacıyla 25.04.2024 tarihinde önemli bir yapısal değişikliğe gidilmiştir. Şirketin unvanı, platformun adını ve bulunduğu ili içerecek şekilde “X İstanbul İnternet İçerik Hizmetleri Limited Şirketi” olarak değiştirilmiş, şirket sermayesi ise yasal alt sınır olan 100.000.000 TL’ye yükseltilmiştir.⁷¹ Yapılan bu değişikliklerle X platformu, Türkiye’deki temsilcilik ofisini idari ve mali açıdan Kanun’un aradığı nihai standartlara kavuşturmuştur.

Aşağıdaki tabloda görüleceği üzere, X (eski adıyla Twitter) platformunun 5651 sayılı Kanun ve ilgili ikincil mevzuat kapsamındaki yükümlülüklerle ne ölçüde uyum sağladığı değerlendirilmiştir. Tablodan da görüleceği üzere, kullanıcı hakları ve şeffaflık yükümlülükleri açısından ciddi eksiklikler mevcuttur. Platformun kamuya açık bir başvuru formu bulunmamakta; kullanıcı başvurularının nasıl işlendiğine ilişkin bilgi sunulmamaktadır. Şeffaflık raporları ise yayımlanmakla birlikte, rapor içerikleri kanunda yer alan detayları karşılamamaktadır.

Kriz planı, reklam kütüphanesi, adli makamlara bilgi verme süreçleri, başlık etiketlerine ilişkin sorumluluklar gibi kritik alanlarda ise herhangi bir kamuya açık bilgi bulunmamaktadır. Aynı şekilde, veri barındırma, çocuklara yönelik hizmetler gibi alanlara ilişkin yükümlülüklerin yerine getirilip getirilmediği de bilinmemektedir.

Bu tablo, X platformunun yükümlülüklerin yalnızca bir kısmına uyum sağladığını, ortaya koymaktadır. Bu durum, hem hesap verebilirlik hem de hukuki denetim açısından zayıf bir görünüm sunmaktadır.

⁶⁹ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10315, 22.04.2021, s. 967.

⁷⁰ Hisse devri ve yetkilendirme süreçleri için bkz. Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10950, 03.11.2023, s. 111; Sayı 10965, 24.11.2023, s. 271; Sayı 10968, 29.11.2023, s. 1029.

⁷¹ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 11069, 25.04.2024, s. 1248.

TABLO 7
X Platformu Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Karşılıyor	Türkiye’de resmi temsilci atandı.
Yerel Şirket Kurulumu	Karşılıyor	İstanbul merkezli sermaye şirketi kuruldu.
Ticaret Unvanı Koşulu	Karşılıyor	Ticaret unvanı, platform adını ve ili içeriyor.
Açık Bağlılık & Yetkilendirme	Karşılıyor	Şirket, X’e doğrudan bağlı ve yetkilendirilmiş.
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK’ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Karşılamıyor	X tarafından oluşturulmuş Türkçe bir başvuru sayfası bulunmamaktadır.
Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Bilinmiyor	Başvurulara ilişkin süreç hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Şeffaflık Raporları	Kısmen Karşılıyor	Raporları yayımlanıyor fakat içerikleri eksik.
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılamıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye’deki sunucularda barındırılıp barındırılmadığı şeffaflık raporlarında belirtilmemektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Bilinmiyor	Bildirim sisteminin yasal koşulları karşılayıp karşılamadığı belli değil.
Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Bilinmiyor	Reklam kütüphanesi görünür değil.
Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Uygulanıp uygulanmadığına dair bilgi bulunmamaktadır.
Diğer Yükümlülükler (Veri barındırma, çocuklar, vb.)	Bilinmiyor	Kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.

X PLATFORMUNUN ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

X platformu, 2021 yılının ilk döneminden itibaren düzenli olarak kamuya açık şeffaflık raporları yayımlamaktadır. İncelenen dokuz dönemin tamamında Türkçe rapor mevcuttur.

TABLO 8
X Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikler	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri
2021-1	Var	Yok	Yok	Yok
2021-2	Var	Yok	Yok	Yok
2022-1	Var	Yok	Yok	Yok
2022-2	Var	Yok	Yok	Yok
2023-1	Var	Yok	Yok	Yok
2023-2	Var	Yok	Yok	Yok
2024-1	Var	Yok	Yok	Yok
2024-2	Var	Yok	Yok	Yok
2025-1	Var	Yok	Yok	Yok

Ancak, bu raporlar içerik bakımından 5651 sayılı Kanun'un Ek Madde 4/3 hükmü ve ilgili Usul ve Esaslar uyarınca karşılanması gereken yükümlülükleri yerine getirmemektedir:

- **9. Madde İstatistikleri:** Kişilik hakları ihlalleri kapsamında yapılan başvurulara dair veriler sunulmamıştır.
- **9/A Madde İstatistikleri:** Özel hayatın gizliliğinin ihlali kapsamında yapılan başvurulara dair veriler sunulmamıştır.
- **Kategorik Veriler:** Başvuruların türleri, sonuçlandırılma süreleri, olumlu-olumsuz yanıt oranları gibi niteliksel analizlere yer verilmemiştir.

Bu durum, X platformunun şeffaflık raporlarını yalnızca şeklen yayımladığını, içerik bakımından ise yasal yükümlülükleri yerine getirmediğini göstermektedir. Raporlarda sunulan verilerin bu haliyle hesap verebilirlikten uzak olduğu ve kamuoyunun bilgilendirilmesi işlevini yerine getirmediği değerlendirilmektedir.

META PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

Meta platformu (Facebook ve Instagram), Türkiye’deki faaliyetlerini yürütmek üzere yerel bir sermaye şirketi kurarak temsilcilik yükümlülüğünü yerine getirmiştir. Şirketin Türkiye’deki kurumsal yapılanması, uzun bir geçmişe dayanmakla birlikte, özellikle sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik yasal düzenlemelerin (7418 sayılı Kanun) yürürlüğe girmesiyle birlikte önemli bir dönüşüm geçirmiş ve mevzuata uyumlu hale getirilmiştir.

Meta’nın Türkiye’deki tüzel kişiliği ilk olarak 27.03.2014 tarihinde, ABD merkezli Madoka LLC tarafından “Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Limited Şirketi” unvanıyla kurulmuştur. Kuruluş aşamasında 10.000 TL olan şirket sermayesi, yıllar içinde kademeli olarak artırılarak 2021 yılında 1.776.400 TL seviyesine ulaştırılmıştır.⁷² Ancak şirketin sosyal ağ sağlayıcılarına getirilen “ayrıt edici unvan” ve “100 milyon TL sermaye” gibi ağırlaştırılmış yükümlülüklerle uyum süreci, 2023 yılında hız kazanmıştır. Bu kapsamda 14.04.2023 tarihinde yapılan tescil ile şirketin unvanı, “Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Limited Şirketi” olarak değiştirilmiş ve sermayesi yasal alt sınır olan 100.000.000 TL’ye yükseltilmiştir.⁷³

Bununla birlikte, kurulan şirketin ticaret unvanında “Facebook” veya “Instagram” gibi kullanıcılar tarafından doğrudan tanınan ayrıt edici ibarelerin yer almaması, ilgili mevzuattaki “ayrıt edici ibare” koşulunun tam olarak karşılanmadığı şeklinde yorumlanmaktadır. Meta, her iki platformu için de aynı tüzel kişilik üzerinden temsil edilmekle birlikte, şeffaflık raporlarını platform bazında ayrı ayrı yayımlamaya devam etmektedir.

Şirketin ortaklık yapısında da şeffaflığı artıracak adımlar atılmıştır. 02.05.2023 tarihinde Madoka LLC tüm paylarını Facebook Global Holdings II LLC’ye devretmiş; hemen ardından 05.06.2023 tarihinde ise bu paylar Meta Platforms Inc.’e (ana şirket) devredilmiştir. Böylece şirketin müdürü ve tek pay sahibi doğrudan Meta Platforms Inc. olmuş; tüzel kişi adına hareket etmek üzere ise ABD’de ikamet eden Katherine Reynolds Kelly yetkili kılınmıştır.⁷⁴ Bu süreç, Meta’nın başlangıçta “Madoka” gibi dolaylı bir isimle yürüttüğü Türkiye operasyonunu, yasal baskıların artmasıyla birlikte doğrudan kendi kurumsal kimliği ve sermayesi ile üstlendiğini göstermektedir.

Aşağıdaki tabloda, Meta platformunun (Facebook ve Instagram ortak temsilciliği üzerinden) 5651 sayılı Kanun kapsamındaki yapısal yükümlülüklerle ne ölçüde uyum sağladığı değerlendirilmiştir.

⁷² Kuruluş ve sermaye artırımları için bkz. Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 8541, 02.04.2014, s. 321; Sayı 9202, 21.11.2016, s. 341; Sayı 10290, 18.03.2021, s. 241.

⁷³ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10812, 14.04.2023, s. 1290.

⁷⁴ Pay devirleri için bkz. Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10822, 02.05.2023, s. 555; Sayı 10845, 05.06.2023, s. 571.

TABLO 9
Facebook ve Instagram Platformları Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Karşılıyor	Türkiye’de resmi temsilci atandı.
Yerel Şirket Kurulumu	Karşılıyor	İstanbul merkezli bir sermaye şirketi kurulmuştur.
Ticaret Unvanı Koşulu	Kısmen Karşılıyor	Şirket unvanında “Facebook” veya “Instagram” ibareleri yer almamaktadır (Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Limited Şirketi).
Açık Bağlılık & Yetkilendirme	Karşılıyor	Şirket, sosyal ağ sağlayıcı Meta Platforms Inc. tarafından Facebook ve Instagram hizmetleri için tam yetkili ve sorumlu kılınmıştır.
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK’ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Karşılıyor	Meta tarafından oluşturulmuş Türkçe bir başvuru sayfası bulunmaktadır.
Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Karşılıyor	Başvuruların değerlendirilme süreçleri ve “Topluluk Standartları” ile ilişkisi şeffaflık raporlarında açıklanmaktadır.
Şeffaflık Raporları	Kısmen Karşılıyor	Raporlar düzenlidir ancak Madde 9 ve 9/A verileri ayrıştırılmadan genel olarak sunulmaktadır.
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılamıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye’deki sunucularda barındırılıp barındırılmadığı şeffaflık raporlarında belirtilmemektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Bilinmiyor	Başlık etiketlerine (<i>hashtag</i>) özel bir prosedürden raporlarda bahsedilmemiştir.
Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Karşılıyor	Meta Türkiye Reklam Kütüphanesi aktiftir ve raporlarda atıf yapılmaktadır. ⁷⁵
Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Uygulanıp uygulanmadığına dair bilgi bulunmamaktadır.
Diğer Yükümlülükler (Veri barındırma, çocuklar, vb.)	Karşılıyor	Kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.

⁷⁵ Bkz. <https://www.facebook.com/ads/library/>. Ayrıca bkz. Meta Reklam Kütüphanesi Türkiye Raporu, <https://www.facebook.com/ads/library/report/>

FACEBOOK ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

Facebook, yasal yükümlülüklerin başladığı tarihten itibaren şeffaflık raporlarını düzenli olarak yayımlamıştır. Ancak raporlarda sunulan veriler, 5651 sayılı Kanun'un talep ettiği "istatistiksel ve kategorik" kısıtlımı tam olarak karşılamamaktadır. Facebook, 9. madde (kişilik hakları) ve 9/A maddesi (özel hayatın gizliliği) kapsamındaki başvuruları tek bir havuzda toplamakta ve bu maddelere özgü ayrı birer istatistik şeffaflık raporlarında sunmamaktadır.

TABLO 10
Facebook Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikler	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri	Notlar
2021-1	Var	Yok	Yok	Yok	Sadece Haziran 2021 verisi (20 başvuru) raporlanmıştır.
2021-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 71 başvuru raporlanmıştır.
2022-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 314 başvuru raporlanmıştır.
2022-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 251 başvuru raporlanmıştır.
2023-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 227 başvuru raporlanmıştır.
2023-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 335 başvuru raporlanmıştır.
2024-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 203 başvuru raporlanmıştır.
2024-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 294 başvuru raporlanmıştır.
2025-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 298 başvuru, raporlanmıştır.

Facebook'un şeffaflık raporları, platformun Türkiye'deki kullanıcı bildirimlerine yaklaşımını genel hatlarıyla ortaya koysa da, yasal uyumun detaylarını görmeyi engelleyen bir veri birleştirme ("kümeleme") politikası izlenmektedir. Raporlarda, "5651 sayılı Kanun kapsamındaki kullanıcı talepleri" başlığı altında sunulan verilerde, kişilik hakları ihlalleri (9. madde) ile özel hayatın gizliliği ihlalleri (9/A maddesi) ayrıştırılmamıştır. Bu durum, hangi ihlal türünün daha yaygın olduğunu veya platformun hangi tür taleplere daha fazla olumlu yanıt verdiğini analiz etmeyi imkânsız kılmaktadır.

Ayrıca, raporlarda kategorik detayların (suç türü, içerik tipi vb.) sınırlı tutulması, şeffaflık ilkesinin "biçimsel" olarak yerine getirildiği izlenimini yaratmaktadır. Raporlarda öne çıkan olumlu bir yön ise, içerik denetiminde görev alan ekiplerin yapısı, dil

yetkinlikleri (Türkçe dahil 80+ dil) ve çalışma koşullarına dair (psikolojik destek vb.) detaylı niteliksel bilgilerin paylaşılmasıdır. Fakat, bu bilgiler de karbon kopya şeklinde her raporda tekrar edilmektedir.

Son olarak, 10 Ekim 2024'te yürürlükten kalkan 9. maddeye ilişkin olarak, Facebook'un 2024 ikinci yarısı ve 2025 birinci yarısı raporlarında bu değişikliğe dair bir güncelleme yapıp yapmadığı veya bu maddeyi halen bir başvuru dayanağı olarak kabul edip etmediği, sunulan toplu veriler nedeniyle net olarak anlaşılamamaktadır. Facebook'un kurumsal "Meta'nın Türkiye'deki yerel temsilcisiyle nasıl iletişime geçirim?" sayfasına⁷⁶ bakıldığında ve bu sayfa üzerinden erişilen "5651 Sayılı Yasa Uyarınca Türkiye Yasal İçerik Kaldırma Talebi Formu"⁷⁷ incelendiğinde, bu çalışmanın hazırlanma tarihi itibarıyla 5651 sayılı Yasanın yürürlükten kalkan 9. maddesine hâlen atıf yapıldığı açıkça görülecektir.

Ekran Görüntüsü 1: Meta'nın Türkiye'deki Yerel Temsilcisi Sayfası

Meta'nın Türkiye'deki yerel temsilcisiyle nasıl iletişime geçirim?

[Bağlantıyı Kopyala](#)

5651 sayılı Yasanın ek 4. Maddesi kapsamında atanan Meta Platforms, Inc. temsilcisinin iletişim bilgileri aşağıda verilmiştir:

Ticari ad: Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Limited Şirketi

Adres:

Esentepe Mahallesi
23 Temmuz Sokak No: 2/1
Şişli, İstanbul

Facebook'ta paylaşılan içeriğin 5651 sayılı Yasanın 9 ve 9A Maddeleri uyarınca yasadışı olduğunu düşünüyorsanız yönetmelik doğrultusunda [şikayette bulunabilirsiniz](#). 5651 sayılı Yasa doğrultusunda sadece Türkiye'de şikayette bulunabileceğinizi lütfen unutmayın.

⁷⁶ Bkz. <https://www.facebook.com/help/118930960130870>

⁷⁷ Bkz. <https://www.facebook.com/help/contact/435015304579692>

5651 Sayılı Yasa Uyarınca Türkiye Yasal İçerik Kaldırma Talebi Formu

Bu form, 5651 sayılı Yasanın 9 ve 9/A Maddelerini ihlal ettiğini düşündüğünüz, Facebook'ta yayınlanmış içeriği şikayet etmeniz için hazırlanmıştır. Diğer şikayet türleri bu form üzerinden işleme alınmayacaktır. Bu talepte bulunmadan önce, bu konuda uzman bir avukata danışmak isteyebilirsiniz.

Hangi sorunu şikayet etmek istiyorsunuz?

- ☐ Başkasının Eline Geçmiş Hesap
- ☐ Sahte Hesap
- ☐ Kimlik Taklidi
- ☐ Gizlilik
- ☐ İçeriğin 5651 sayılı Yasanın 9 veya 9/A Maddesini ihlal ettiğini düşünüyorum

Gönder

Dolayısıyla, Facebook platformunun 5651 sayılı Kanundan kaynaklanan yükümlülüklerini gerek şeklen gerekse içerik bağlamında tam olarak karşıladığı söylenemez.

INSTAGRAM ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

Meta çatısı altındaki Instagram, Facebook'tan farklı olarak yasal yükümlülüğün başladığı ilk yıl olan 2021'de herhangi bir şeffaflık raporu yayımlamamıştır. Platformun raporlama süreci 2022 yılı itibarıyla başlamış ve sonraki dönemlerde düzenli olarak devam etmiştir.

Instagram raporları da Facebook raporları gibi, 5651 sayılı Kanun'un 9. ve 9/A maddeleri kapsamındaki başvuruları ayrıştırılmadan toplu bir veri seti olarak sunulmaktadır. Aşağıdaki tabloda, Instagram platformunun yayımladığı şeffaflık raporlarının özeti yer almaktadır:

TABLO 11
Instagram Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikler	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri	Notlar
2021-1	Yok	-	-	-	Rapor yayımlanmamıştır.
2021-2	Yok	-	-	-	Rapor yayımlanmamıştır.
2022-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 1.436 başvuru raporlanmıştır.
2022-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 1.454 başvuru raporlanmıştır.
2023-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 2.898 başvuru raporlanmıştır.
2023-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 2.397 başvuru raporlanmıştır.
2024-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 943 başvuru raporlanmıştır.
2024-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 303 başvuru raporlanmıştır.
2025-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 162 başvuru raporlanmıştır.

Instagram'ın şeffaflık raporları incelendiğinde, platformun Türkiye'deki kullanıcılar tarafından daha çok "hesap/profil şikayeti" için kullanıldığı görülmektedir. Örneğin, 2023 yılı ikinci yarısında yapılan başvuruların yaklaşık %80'i (1.064 içerikten 857'si) belirli bir içerik yerine doğrudan profillerin şikayet edilmesine ilişkindir. Bu durum, kullanıcıların 5651 sayılı Kanun kapsamındaki "kişilik hakları" veya "özel hayatın gizliliği" başvuru mekanizmasını, platformun "sahte/taklit hesap" bildirim amacıyla kullandığını göstermektedir.⁷⁸

Veri setinde dikkat çeken en önemli husus, başvuru sayılarındaki dramatik düşüştür. 2023'ün ilk yarısında 3.000'e yaklaşan başvuru sayısı, 2025'in ilk yarısında 162'ye kadar gerilemiştir. Bu düşüşün nedeni raporda açıklanmamakla birlikte; başvuruların büyük kısmının "mükerrer" veya "profil şikayeti" olması nedeniyle elenmesi ve kullanıcıların bu kanalın etkisiz olduğunu düşünerek başvurmaktan vazgeçmesi olabilir. Sonuç itibarıyla, bu dramatik düşüş, platformun başvuru arayüzünün veya kullanıcı yönlendirmelerinin gözden geçirilmesi gerektiğini işaret etmektedir.

Hukuki açıdan önemli bir detay ise Anayasa Mahkemesinin iptal kararına ilişkindir. Instagram, 2025-1 raporunda, Anayasa Mahkemesinin 9. maddeyi (kişilik hakları) iptal ettiğini açıkça belirtmiş ve bu tarihten sonra formun sadece 9/A maddesi (özel hayatın gizliliği) ve diğer sorunlar için kullanılabileceğini not düşmüştür. Bu yaklaşım,

⁷⁸ 5651 Sayılı Yasa Uyarınca Türkiye Yasal İçerik Kaldırma Talebi Formu incelendiğinde formun sadece 5651 sayılı Kanun'un 9 ve 9/A maddeleriyle kısıtlı olmadığı ve seçenekler arasında "Başkasının Eline Geçmiş Hesap" ve "Kimlik Taklidi" opsiyonlarının da yer aldığı görülecektir. Bkz. <https://www.facebook.com/help/contact/880127516120350>

YouTube'un aksine, iptal edilen kanun maddesinin artık bir başvuru dayanağı olamayacağını kabul eden daha güncel ve hukuka uygun bir duruştur. Ancak yine de raporlarda sunulan istatistikler "toplu veri" olarak verildiği için, hangi işlemin hangi gerekçeyle yapıldığını (9/A mı yoksa Topluluk Kuralları mı) ayırt etmek mümkün değildir.

Meta (Facebook ve Instagram), Türkiye'deki yasal yükümlülükler kapsamında kurumsal bir yapılanma ve düzenli bir raporlama süreci tesis etmiştir. Ancak, platformun şeffaflık raporları, yasal uyumun şekil şartlarını tam olarak yerine getirmemektedir.

Meta'nın raporlama pratiğindeki en temel eksiklik, veri toplulaştırma politikasıdır. 5651 sayılı Kanun, "kişilik hakları ihlali" (Madde 9) ve "özel hayatın gizliliği ihlali" (Madde 9/A) gibi hukuki niteliği ve korunan menfaati birbirinden tamamen farklı iki ayrı başvuru mekanizması öngörmektedir. Buna karşın Meta, hem Facebook hem de Instagram raporlarında bu iki maddeye istinaden yapılan başvuruları tek bir havuzda toplayarak sunmaktadır. Bu durum, Türkiye'deki kullanıcıların hangi hak ihlali nedeniyle (hakaret mi, özel hayatın gizliliği mi?) platforma başvurduğunun ve platformun hangi ihlal türüne karşı nasıl bir refleks (kaldırma/ret) geliştirdiğinin analiz edilmesini imkânsız kılmaktadır. Meta'nın bu verileri ayırtmaması, raporların kamusal denetim işlevini zayıflatmaktadır.

YOUTUBE PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

YouTube, Türkiye'deki yasal yükümlülüklerle uyum sürecinde en kurumsal ve sistematik yaklaşımı sergileyen platformların başında gelmektedir. Google çatısı altında faaliyet gösteren platform, raporlama disiplini, reklam şeffaflığı ve kullanıcı bilgilendirme mekanizmaları açısından 5651 sayılı Kanun'un gerekliliklerini büyük ölçüde karşılamaktadır. Bununla birlikte, platformun Türkiye'de kurduğu tüzel kişilik yapısında "YouTube" ibaresinin ticaret unvanında açıkça yer almaması, mevzuattaki "ayırt edici ibare" kriterini tam olarak karşılamamaktadır.

Platformun Türkiye'deki temsilcilik yapılanması, 7253 sayılı Kanun ile başlayan süreçte "Google Bilgi Teknolojileri Limited Şirketi" adıyla 12.01.2021 tarihinde kurulan tüzel kişilik üzerinden yürütülmüştür. ABD merkezli Google LLC tarafından kurulan bu şirketin başlangıç sermayesi 150.000 TL olarak belirlenmiş ve müdür olarak Google LLC seçilmiştir. Tüzel kişi adına hareket etmek üzere ise Kenneth Hohee Yi yetkili kılınmıştır.⁷⁹ İlerleyen süreçte şirketin sermaye yapısı güçlendirilmiş, 04.10.2022 tarihinde yapılan artırımla sermaye 2.250.000 TL'ye çıkarılmıştır.⁸⁰

Sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik yasal şartların ağırlaştırıldığı 2023 yılına gelindiğinde ise şirketin yapısında önemli değişikliklere gidilmiştir. 05.05.2023 tarihinde tescil edilen değişiklikle şirketin unvanı "Google İstanbul Bilgi Teknolojileri Limited Şirketi" olarak güncellenmiş ve sermayesi yasal alt sınırın üzerine çıkarılarak 122.250.000 TL'ye yükseltilmiştir.⁸¹ Bu hamle, şirketin mali ve idari açıdan 5651 sayılı Kanun'un getirdiği yeni yükümlülüklerle uyum sağlama iradesini göstermektedir.

⁷⁹ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10243, 12.01.2021, s. 1495.

⁸⁰ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10674, 04.10.2022, s. 1008.

⁸¹ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10825, 05.05.2023, s. 31.

Temsilciliğin yönetim yapısı ise 2025 yılında daha profesyonel ve geniş katılımlı bir çerçeveye oturtulmuştur. 24.06.2025 tarihinde sınırlı yetkili imza gruplarını tanımlayan bir yönetim iç yönergesi tescil edilmiş,⁸² hemen ardından 26.06.2025 tarihinde yapılan atamalarla, ABD ve Hindistan uyruklu yöneticilerden oluşan (Rodney Gaines, Shaun Christopher Hazen, Christopher William Keuler, Jason Jon Allen ve Siddharth Mundra) A ve B grubu imza yetkilileri belirlenmiştir.⁸³ Bu yapılanma, YouTube'un Türkiye operasyonunu Google'ın küresel yönetim hiyerarşisiyle entegre bir biçimde sürdürdüğünü teyit etmektedir.

Google çatısı altında faaliyet gösteren YouTube platformu, raporlama disiplini, kullanıcı şikayetleri için hazırlanan özel web formları ve itiraz mekanizmaları, reklam şeffaflığı ve kullanıcı bilgilendirme mekanizmaları açısından 5651 sayılı Kanun'un gerekliliklerini büyük ölçüde karşılamaktadır.

TABLO 12
YouTube Platformu Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Karşılıyor	Türkiye'de resmi temsilci atandı.
Yerel Şirket Kurulumu	Karşılıyor	İstanbul merkezli bir sermaye şirketi kurulmuştur.
Ticaret Unvanı Koşulu	Kısmen Karşılıyor	Şirket unvanında "Google" ibaresi vardır ancak doğrudan "YouTube" ibaresi yer almamaktadır (Google İstanbul Bilgi Teknolojileri Ltd. Şti.).
Açık Bağlılık & Yetkilendirme	Karşılıyor	Şirket, sosyal ağ sağlayıcı Google LLC tarafından sunulan YouTube hizmetlerine ilişkin olarak tam yetkili ve sorumlu kılınmıştır.
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK'ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Karşılıyor	5651 sayılı Kanun'un 9. ve 9/A maddeleri için özel web formu mevcuttur.
Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Karşılıyor	Başvuruların nasıl kategorize edildiği ve değerlendirme kriterleri şeffaflık raporlarında açıklanmaktadır.
Şeffaflık Raporları	Karşılıyor	Raporlar; yasal ve politik nedenlerle kaldırma, içerik türü ve madde bazlı (9 & 9/A maddeleri) kısıtlımları içermektedir.
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılamıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye'deki sunucularda barındırılıp barındırılmadığı şeffaflık raporlarında belirtilmemektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Kısmen Karşılıyor	Başlık etiketi (<i>hashtag</i>) politikaları ve ihlal durumunda yapılan işlemler genel olarak açıklanmıştır. Uygulama bilgisi ise yer almamaktadır.

⁸² Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 11358, 25.06.2025, s. 110.

⁸³ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 11359, 26.06.2025, s. 466.

TABLO 12 (Devamı)
YouTube Platformu Uyum Karnesi

Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi yok.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Karşılıyor	Google Reklam şeffaflık Merkezi (Ad Library) linki ve kapsamı raporlarda paylaşılmıştır.
Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Güncel cezalara dair bilgi raporlarda yer almamaktadır.
Diğer Yükümlölükler	Karşılıyor	Algoritmik şeffaflık (4R Prensibi) ve çocuklara yönelik politikalar hakkında bilgi verilmektedir.

YOUTUBE PLATFORMUNUN ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

YouTube, 2021 yılından itibaren tüm dönemler için raporlama yapmış olsa da, verilerin sunuluş biçimindeki “çapraz tablolama” eksikliği dikkat çekmektedir. 2025-1 raporu dahil olmak üzere tüm raporlarda, gelen başvurular madde bazında (9 ve 9/A) ayrılmış, ancak sonuçlar (kaldırılan, reddedilen) birleştirilerek verilmiştir. Raporlarda yer alan gerekçelerden de (“Yasal gerekçe”, “politika gerekçesi”, “içerik bulunamadı”, “içerik zaten kaldırıldı”, “yetersiz bilgi” ve “herhangi bir işlem yapılmadı”) başvuru- lar tarafından 9 ve 9/A maddeleri kapsamında yapılan başvuruların kategorisel olarak ne şekilde sonuçlandığı anlaşılamamaktadır.

TABLO 13
YouTube Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikler	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri	Notlar
2021-1	Var	Var (262 Talep)	Var (92 Talep)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.
2021-2	Var	Var (348 Talep)	Var (172 Talep)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.
2022-1	Var	Var (298 Talep)	Var (109 Talep)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.
2022-2	Var	Var (219 Talep)	Var (175 Talep)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.
2023-1	Var	Var (223 Talep)	Var (60 Talep)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.
2023-2	Var	Var (166 Talep)	Var (87 Talep)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.
2024-1	Var	Var (240 Talep)	Var (107 Talep)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.
2024-2	Var	Var (347 Talep)	Var (112 Talep)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.
2025-1 ⁸⁴	Var	Var (688 Öğe)	Var (223 Öğe)	Kısmen Var	Sonuç verileri (kaldırma/ ret) madde bazında ayrıştırılmamış.

84 2025-1 raporunda Madde 9 ve 9/A kısımlı talep sayısı yerine öge sayısı üzerinden verilmiş görünmektedir.

YouTube'un şeffaflık raporları, özellikle idari taleplerde, yasal gerekçeyle içerik kaldırma oranlarının %40-50 bandında seyretmesi, platformun mahkeme kararlarına ve idari taleplere uyum sağladığını göstermektedir. Bireysel başvurularda ise tablo biraz daha farklıdır. Kullanıcılardan gelen taleplerin önemli bir kısmı (%30-60 arası) "Herhangi bir işlem yapılmadı" veya "Diğer" kategorisinde sonuçlanmaktadır. Bu durum, kullanıcıların 5651 sayılı Kanun kapsamında yaptıkları başvuruların, platformun hukuk ekipleri tarafından yasal ihlal olarak değerlendirilmediğini veya başvuruların usulüne uygun yapılmadığını (eksik bilgi vb.) düşündürmektedir. Ayrıca YouTube, raporlarında algoritmik içerik yönetimine ve reklam şeffaflığına geniş yer ayrılarak, sadece içerik kaldırma istatistiği vermenin ötesinde, platformun genel işleyişine dair de bir hesap verebilirlik çabası içerisindedir.

Bir diğer taraftan, YouTube'un şeffaflık raporları, sistematik bir yapı sunmasına rağmen, verilerin "kırılımı" noktasında ciddi bir belirsizlik içermektedir. Örneğin, Ocak-Haziran 2025 döneminde "Yasal gerekçeyle kaldırıldı: 197 (%21,6)" şeklinde sunulan verinin, 5651 sayılı Kanun'un 9. maddesi (Kişilik Hakları) kapsamında mı, yoksa 9/A maddesi (Özel Hayatın Gizliliği) kapsamında mı gerçekleştiği raporlardan anlaşılamamaktadır. Oysa aynı raporda başvuruların %75,52'sinin (688 öge) madde 9, %24,48'inin (223 öge) ise madde 9/A kapsamında yapıldığı açıkça belirtilmiştir. Başvuru sayıları ile sonuç verileri arasında kurulamayan bu bağlantı, platformun hangi ihlal türünde daha fazla kaldırma işlemi uyguladığının (örneğin özel hayatın gizliliği başvurularına daha mı duyarlı olduğu, yoksa kişilik hakları taleplerini mi daha çok kabul ettiği) analiz edilmesini imkânsız hale getirmektedir. Dolayısıyla, başvuru türleri (madde 9 ve 9/A) sayısal olarak ayrıştırılsa da, bu başvuruların sonuçları (kaldırma, reddetme vb.) toplu bir havuzda sunulmakta, bu da hangi madde kapsamında ne oranda işlem yapıldığının anlaşılmasını engellemektedir.

Daha da önemlisi, 2025-1 (Ocak-Haziran) dönemi raporu incelendiğinde hukuki ve fiili durum arasında ciddi bir tutarsızlık göze çarpmaktadır. Anayasa Mahkemesi'nin 5651 sayılı Kanun'un 9. maddesini (kişilik hakları ihlali nedeniyle erişim engelleme) iptal eden kararı 10 Ekim 2024 tarihinde yürürlüğe girmiştir.⁸⁵ Buna rağmen YouTube,

Ekran Görüntüsü 3: YouTube 2025-1 (Ocak-Haziran) Dönemi Şeffaflık Raporu

Kaldırma gerekçeleri		
Ekiplerimiz her talebi, şikayeti ileten kişi tarafından seçilen sorun türüne dayalı olarak değerlendirmektedir.		
Ocak 2025 - Haziran 2025		
Kategori	Toplam talep sayısı	Yüzde
Madde 9	688	%75.52
Madde 9/A	223	%24.48

 5651 sayılı Kanun Kapsamında İçeriğin Yayından Kaldırılması • Bireysel Talepler 03

⁸⁵ AYM Norm Denetim Kararı: AYM, E. 2020/76, K.2023/172, 11.10.2023, R.G. 10.01.2024-32425.

2025 yılının ilk yarısını kapsayan raporunda, yürürlükten kalkmış olan **9. madde kapsamında 688 adet içeriği** değerlendirmeye aldığını ve bu başvuruların toplam başvuruların %75,52'sini oluşturduğunu beyan etmiştir.

Normatif düzeyde kaldırılmış bir hükmün, platform tarafından halen aktif bir başvuru ve içerik kaldırma gerekçesi olarak uygulanmaya devam edilmesi; yasal düzenlemeler, idari pratikler ve platform uygulamaları arasındaki kopukluğa işaret etmektedir. Hem mülga kanun maddesine atıf yapılması hem kaldırma kararlarının hangi maddeye dayandığının şeffaf bir şekilde ayrıştırılmaması, hem de bireysel taleplere hangi sürelerde cevap verildiğinin belirtilmemesi, YouTube'un raporlama pratiğinin hesap verebilirlik ilkesini tam olarak karşılamadığını göstermektedir.

YouTube, Türkiye'deki yasal yükümlülüklerle uyum sürecinde kurumsal bir yaklaşım sergilemekle birlikte, şeffaflık raporlarındaki veri sunumunda tespit edilen sistemselsorunlar, verilerin anlamlı bir şekilde yorumlanmasını güçleştirmektedir.

VKONTAKTE PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

VKontakte (VK), Türkiye'deki yasal yükümlülükler konusunda diğer sosyal ağ sağlayıcılarından farklı bir profil çizmektedir. En belirgin farkı, Türkiye'de bir tüzel kişilik kurmak yerine gerçek kişi temsilci atamayı tercih etmesidir. Bu durum, şirketin yerel bir şube yapılanmasına gitmediğini ve bazı yapısal yükümlülüklerin (sermaye şirketi olma vb.) bu platform için uygulanamaz veya karşılanmıyor statüsünde olduğunu göstermektedir.

VK, temsilci atama yükümlülüğünü yerine getirmekle birlikte, iletişim kanalı olarak halen ilkel bir yöntem olan e-posta servisini kullanmaktadır. Platformun web tabanlı bir başvuru formu bulunmamaktadır. Şeffaflık raporları ise son derece özet, kategorik ayrımından yoksun ve düzensiz aralıklarla yayımlanmaktadır.

TABLO 14
VKontakte Platformu Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Karşılıyor	Türkiye'de gerçek kişi temsilci atanmıştır.
Yerel Şirket Kurulumu	Uygulanamaz	Türkiye'de bir sermaye şirketi/şube kurulmamıştır.
Ticaret Unvanı Koşulu	Uygulanamaz	Temsilci gerçek kişi olduğu için şirket unvanı koşulu aranmaz.
Açık Bağlılık & Yetkilendirme	Bilinmiyor	Temsilcinin yetki çerçevesine dair kamuya açık detaylı bilgi yoktur.
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK'ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Karşılamıyor	Web başvuru formu yoktur; talepler turkishrep@corp.vk.com e-posta adresi üzerinden alınmaktadır.

Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Karşılamıyor	Başvuruların nasıl tasnif edildiğine dair süreç bilgisi verilmemektedir.
Şeffaflık Raporları	Kısmen Karşılıyor	Raporlar yayımlanmakta ancak içerik çok sınırlı ve bazı dönemler eksiktir.
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılamıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye'deki sunucularda barındırılıp barındırılmadığı şeffaflık raporlarında belirtilmemektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Bilinmiyor	Konuya ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Karşılamıyor	Reklam kütüphanesi görünür değil.
Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Uygulanıp uygulanmadığına dair bilgi bulunmuyor
Diğer Yükümlülükler (Veri barındırma, çocuklar, vb.)	Bilinmiyor	Kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.

VKONTAKTE PLATFORMUNUN ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

VK tarafından yayımlanan şeffaflık raporları, yalnızca “Adli ve İdari Makamlar” ve “E-posta Başvuruları” olmak üzere iki ana başlık içermektedir. Raporlarda 5651 sayılı Kanun’un 9. (Kişilik Hakları) ve 9/A (Özel Hayatın Gizliliği) maddelerine dair hiçbir ayrıntılandırılmış veri veya atıf bulunmamaktadır. Veriler yalnızca “toplam alınan” ve “onaylanan/spam” şeklinde sınıflandırılmıştır.

TABLO 15
VKontakte Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikler	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri	Notlar
2021-1	Var	Yok	Yok	Yok	1.072 resmi karar, 76 kullanıcı başvurusu.
2021-2	Var	Yok	Yok	Yok	819 resmi karar, 110 kullanıcı başvurusu.
2022-1	Var	Yok	Yok	Yok	157 resmi karar, 175 kullanıcı başvurusu.
2022-2	Var	Yok	Yok	Yok	81 resmi karar, 139 kullanıcı başvurusu.
2023-1	Var	Yok	Yok	Yok	66 resmi karar, 219 kullanıcı başvurusu.

TABLO 15 (Devamı)
VKontakte Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

2023-2	Yok	Yok	Yok	Yok	Yayınlanmamıştır.
2024-1	Var	Yok	Yok	Yok	112 resmi karar, 88 kullanıcı başvurusu.
2024-2	Yok	Yok	Yok	Yok	Yayınlanmamıştır.
2025-1	Yok	Yok	Yok	Yok	Yayınlanmamıştır.

VKontakte platformunun şeffaflık raporları incelendiğinde, platformun yasal yükümlülüklerine uyumu konusunda parçalı ve tutarsız bir tablo ortaya çıkmaktadır. Öncelikle, platformun raporlama disiplini zayıftır; 2023 yılının ikinci yarısı ile 2024 yılının ikinci yarısı ve 2025 yılının ilk yarısına ait raporların yayımlanmamış olması, şeffaflık yükümlülüğünün sistematik olarak aksatıldığını göstermektedir. Bu durum, platformun Türkiye’deki faaliyetlerine ilişkin kamusal denetimi imkânsız hale getirmektedir.

Yayımlanan sınırlı sayıdaki raporda ise sunulan veriler niteliksel açıdan oldukça yetersizdir. Raporlarda, 5651 sayılı Kanun’un 9. (kişilik hakları) ve 9/A (özel hayatın gizliliği) maddeleri kapsamında yapılan başvurulara dair hiçbir ayrıştırılmış veri veya kategorik bilgi (suç türü, ihlal gerekçesi vb.) bulunmamaktadır. Mevcut veriler sadece “gelen talep” ve “onaylanan talep” sayıları ile sınırlı kalmakta; bu sığ veri seti üzerinden platformun içerik politikalarına dair sağlıklı bir değerlendirme yapmak mümkün olmamaktadır.

Bununla birlikte, yayımlanan dönemlere ait istatistikler, VK’nın idari ve adli makamlardan gelen talepleri karşılama oranının matematiksel olarak %100’e ulaştığını göstermektedir. Özellikle 2022 yılından itibaren yayımlanan raporlar incelendiğinde, platforma iletilen yüzlerce kararın tamamının (%100 oranında) işleme alındığı ve onaylandığı görülmektedir. Bu veriler, VK’nın içerik denetim süreçlerinde kamu otoritelerinin taleplerini herhangi bir hukuki süzgeçten geçirmeden veya itiraz mekanizması işletmeden uyguladığını, şeffaflık raporlarının ise bu durumu teyit eden birer istatistik tablosundan öteye geçmediğini düşündürmektedir.

Kullanıcı başvuruları tarafında ise durum daha belirsiz ve şeffaflıktan uzaktır. Türkiye’de tüzel kişilik yerine gerçek kişi temsilci ile faaliyetlerini sürdüren VK, kullanıcı şikâyetlerini yönetmek için modern bir web formu yerine e-posta kanalı kullanmaya devam etmektedir. Raporlara yansıyan verilere göre, kullanıcılar tarafından yapılan başvuruların çok büyük bir kısmı platform tarafından “spam” olarak nitelendirilerek elenmekte; örneğin 2023 yılının ilk yarısında yapılan başvuruların yaklaşık %70’i bu gerekçeyle reddedilmiştir. Başvuruların reddedilme veya “spam” sayılma gerekçelerine dair detaylı kategorik verilerin sunulmaması, platformun kullanıcı haklarını koruma konusundaki yaklaşımının denetime açık olmadığını göstermektedir.

DAILYMOTION PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

Dailymotion, yasal yükümlülüklerle uyum konusunda, diğer büyük sosyal ağ sağlayıcılarının aksine Türkiye’de bir tüzel kişilik (şirket/şube) kurmak yerine gerçek kişi temsilci atamayı tercih etmiştir. Bu kişinin iletişim bilgilerine şeffaflık raporlarında açıkça yer verilmektedir.⁸⁶ Düzenli olarak yayınlanan şeffaflık raporlarına ek olarak, 2023-2025 yılları içinde toplam 26 farklı reklam kütüphanesi de yayınlanmıştır.

TABLO 16
Dailymotion Platformu Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Karşılıyor	Türkiye’de gerçek kişi temsilci atanmıştır.
Yerel Şirket Kurulumu	Uygulanamaz	Bir sermaye şirketi/şube yerine gerçek kişi temsilci modeli tercih edilmiştir.
Ticaret Unvanı Koşulu	Uygulanamaz	Gerçek kişi temsilci atandığı için şirket unvanı koşulu aranmaz.
Açık Bağlılık & Yetkilendirme	Karşılıyor	Temsilcinin iletişim bilgileri ve yetkisi raporlarda açıkça beyan edilmiştir.
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK’ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Kısmen Karşılıyor	Dailymotion tarafından oluşturulmuş İngilizce bir başvuru sayfası bulunmaktadır. Fakat, Türkçe sayfa bulunmamaktadır.
Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Karşılıyor	Başvuruların Dailymotion ekibi tarafından nasıl incelendiği ve ortalama yanıt süreleri detaylandırılmıştır.
Şeffaflık Raporları	Kısmen Karşılıyor	Raporlar; başvuru türü, yanıt süresi ve sonuçlarına dair detaylı istatistikler içermektedir. Fakat, 9 ve 9/A madde verileri raporlarda yer almamaktadır.
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılamıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye’deki sunucularda barındırılıp barındırılmadığı şeffaflık raporlarında belirtilmemektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Bilinmiyor	Başlık etiketlerine (<i>hashtag</i>) özel bir prosedürden raporlarda bahsedilmemiştir.
Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Karşılıyor	Platform, düzenli olarak “Reklam Kütüphanesi” paylaşmaktadır.
Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Uygulanıp uygulanmadığına dair bilgi bulunmamaktadır.
Diğer Yükümlülükler	Bilinmiyor	Kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.

⁸⁶ Bkz. <https://legal.dailymotion.com/en/transparency-in-turkey/>

DAILYMOTION PLATFORMUNUN ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

Dailymotion, 2021 yılından bu yana tüm dönemler için eksiksiz raporlama yapmıştır. Dailymotion, Türkiye’deki yasal yükümlülüklerle uyum sürecinde, özellikle şeffaflık ve raporlama disiplini açısından diğer sosyal ağ sağlayıcılarından ayrıışan kendine özgü bir profil çizmektedir. Platformun yaklaşımı, yasal zorunlulukları yerine getirme çabasını yansıtmakla birlikte, bazı teknik ve içeriksel detaylarda Kanun’un lafzıyla tam olarak örtüşmeyen uygulamalar barındırmaktadır.

Raporlarda, başvuruların iletilme kanalları (e-posta, web formu, rapor butonu) ve bu başvuruların sonuçlanma sürelerine (dakika/saat bazında) dair sunulan detaylı “ortalama yanıt süresi” verileri, kullanıcıların hak arama süreçlerinin takibi açısından olumlu bir örnektir.

TABLO 17
Dailymotion Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikler	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri	Notlar
2021-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 690 başvuru.
2021-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 314 başvuru.
2022-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 252 başvuru.
2022-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 11.028 başvuru.
2023-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 15.463 başvuru.
2023-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 148 başvuru.
2024-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 300 başvuru.
2024-2	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 299 başvuru.
2025-1	Var	Yok	Yok	Yok	Toplam 378 başvuru.

Ancak, raporların içeriği 5651 sayılı Kanun’un gereklilikleri açısından incelendiğinde temel bir eksiklik göze çarpmaktadır. Kullanıcı başvuruları “Telif Hakkı”, “Gizlilik Hakları İhlali”, “Spam” ve “Diğer (nefret, şiddet vb.)” şeklinde kategorize edilmiştir. Fakat, 5651 sayılı Kanun’un sosyal ağ sağlayıcılardan açıkça talep ettiği 9. madde (kişilik hakları ihlali) ve 9/A maddesi (özel hayatın gizliliği) ayrımlarına dayalı, bu maddelere özel olarak tasnif edilmiş istatistiksel veriler Dailymotion şeffaflık raporlarında yer almamaktadır.⁸⁷ “Gizlilik Hakları İhlali” kategorisi içerik olarak 9/A maddesiyle kısmen örtüşse de, yasal terminolojiye ve madde bazlı raporlama formatına uyum sağlanmamıştır. Bu durum, başvuruların hangi hukuki dayanakla (5651 sayılı Kanun maddeleri mi yoksa platformun kendi topluluk kuralları mı) değerlendirildiğinin net olarak anlaşılmasını zorlaştırmaktadır.

⁸⁷ 5651 Sayılı Kanun, ek madde 4(4). Ayrıca bkz. Sosyal Ağ Sağlayıcısı Hakkında Usul ve Esaslar, madde 10(4).

Veri analizi açısından dikkat çekici bir diğer husus, 2022'nin ikinci yarısı ve 2023'ün ilk yarısında platforma yönelen başvuru trafiğindeki olağandışı artıştır. Dönemlik ortalama 300-400 bandında seyreden başvuru sayısı, bu dönemde 15.000 seviyelerine yükselmiş; ancak platform bu taleplerin %99'unu reddetmiştir. Dailymotion bu durumu, "Raporla" butonunun hesap kurtarma gibi amaç dışı kullanımları ve kötüye kullanımla açıklamıştır. Fakat, yukarıda da belirtildiği üzere, kullanıcılardan gelen başvuruların hangi hukuki dayanakla yapıldığı anlaşılmadığı için, Dailymotion açıklamasının da değerlendirilmesi mümkün değildir.

Sonuç olarak Dailymotion, gerçek kişi temsilci atama ve düzenli raporlama gibi temel yükümlülükleri yerine getirmekte; ancak rapor içeriklerinin 5651 sayılı Kanun'un öngördüğü madde bazlı detayda sunulması konusunda yetersiz kalmaktadır.

TİKTOK PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

TikTok platformunun 5651 sayılı Kanun ve ilgili ikincil mevzuat kapsamındaki yükümlülüklerle uyum süreci değerlendirildiğinde; platformun temsilci atama, yerel şirket kurma ve sermaye şartı gibi yapısal gereklilikleri eksiksiz olarak yerine getirdiği görülmektedir. Şirketin doğrudan bağlılık statüsü ve yetkilendirme ilişkisi de mevzuatın aradığı standartları karşılamaktadır.

Platformun Türkiye'deki kurumsal yapılanması, 2021 yılında başlayan yasal süreçle eş zamanlı olarak şekillenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak, Singapur merkezli Tiktok Pte. Ltd. tarafından 29.03.2021 tarihinde "TikTok Turkey Dijital Medya ve Reklam Limited Şirketi" kurulmuş ve tescil edilmiştir. Kuruluş aşamasında şirketin sermayesi 100.000 TL olarak belirlenmiş, müdür olarak kurucu şirket Tiktok Pte. seçilmiş ve tüzel kişi adına hareket etmek üzere İrlanda'da ikamet eden Cormac Patrick Keenan yetkili kılınmıştır.⁸⁸

Sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik yasal şartların ağırlaştırılması üzerine, 14.04.2023 tarihinde tescil edilen Genel Kurul kararı ile şirketin yapısında köklü değişikliklere gidilmiştir. Öncelikle şirketin unvanı, "kuruluş ilini içeren ayırt edici unvan" şartına uyum sağlamak amacıyla "TikTok İstanbul Dijital Medya ve Reklam Limited Şirketi" olarak değiştirilmiştir. Aynı kararla, şirket sermayesi 99.900.000 TL nakdi artışla, yasal alt sınır olan 100.000.000 TL seviyesine yükseltilmiştir.⁸⁹

En dikkat çekici uyum adımı ise şirket ana sözleşmesine eklenen "Temsilcilik ve Sorumluluk" başlıklı 15. maddedir. Bu madde ile şirketin, sosyal ağ sağlayıcı Tiktok Pte. Ltd.'nin Türkiye'deki tüzel kişi temsilcisi olduğu, ana şirkete bağlı çalıştığı ve "teknik, idari, hukuki ve mali yönden tam yetkili ve sorumlu kılındığı" açıkça kayıt altına alınmıştır.⁹⁰ Bu hüküm, 7418 sayılı Kanun'un getirdiği en kritik sorumluluk şartının karşılandığını göstermektedir.

Yönetim kademesinde ise 2024 yılında değişikliğe gidilmiş; 03.04.2024 tarihinde İrlanda uyruklu Cormac Patrick Keenan'ın görevi sona ermiş, yerine Singapur'da ikamet eden Eep Jiagen atanmıştır.⁹¹ Bu değişiklikler, TikTok'un Türkiye operasyonunu

⁸⁸ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10297, 29.03.2021, s. 821.

⁸⁹ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10812, 14.04.2023, s. 1520.

⁹⁰ Unvan değişikliği, sermaye artırım ve ana sözleşme tadili (Madde 15) için bkz. Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10812, 14.04.2023, s. 1520.

⁹¹ Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 11057, 03.04.2024, s. 575.

Singapur'daki merkezi yönetim yapısıyla entegre ve yasal sorumlulukları üstlenmiş bir biçimde sürdürdüğünü teyit etmektedir.

Aşağıdaki tabloda TikTok platformunun 5651 sayılı Kanun ve ilgili ikincil mevzuat kapsamındaki yükümlülüklerine ne ölçüde uyum sağladığı değerlendirilmiştir.

TABLO 18
TikTok Platformu Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Karşılıyor	Türkiye'de resmi temsilci atandı.
Yerel Şirket Kurulumu	Karşılıyor	İstanbul merkezli sermaye şirketi kuruldu.
Ticaret Unvanı Koşulu	Karşılıyor	Ticaret unvanı, platform adını ve ili içeriyor.
Açık Bağlılık & Yetkilendirme	Karşılıyor	Şirket, TikTok'a doğrudan bağlı ve yetkilendirilmiş.
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK'ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Karşılıyor	TikTok tarafından oluşturulmuş Türkçe bir başvuru sayfası bulunmaktadır.
Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Kısmen Karşılıyor	Raporlarda başvuruların incelenme hiyerarşisi açıklanmaktadır.
Şeffaflık Raporları	Kısmen Karşılıyor	Raporlar düzenli yayımlanıyor; ancak 9. ve 9/A madde verileri sayısal olarak ayrıştırılmamış (sadece yüzdesel veya genel veriliyor).
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılamıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye'deki sunucularda barındırılıp barındırılmadığı şeffaflık raporlarında belirtilmemektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Bilinmiyor	Bildirim sisteminin yasal koşulları karşılayıp karşılamadığı belli değil.
Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Karşılamıyor	Reklam kütüphanesi görünür değil.
Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Uygulanıp uygulanmadığına dair bilgi bulunmamaktadır.
Diğer Yükümlülükler (Veri barındırma, çocuklar, vb.)	Bilinmiyor	Kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.

Bu tablo değerlendirildiğinde, kullanıcı haklarına ve şeffaflığa ilişkin yükümlülükler bakımından karışık bir tablo mevcuttur. TikTok'un Türkçe kullanıcı başvuru formu bulunmaktadır ancak başvuru süreçlerine dair sistematik bilgi kamuya açık değildir. Bununla birlikte, platform düzenli olarak Türkçe şeffaflık raporları yayımlamaktadır. Yayımlanmakla birlikte, 5651 sayılı Kanun'un 9. ve 9/A maddeleri kapsamındaki başvurulara dair veriler ayrı ve net biçimde raporlanmamakta; bu başvurular

yalnızca genel toplam ve yüzdesel oranlar şeklinde verilmektedir. Ayrıca başvuru türlerinin ayrıntılı bir kategorik dağılımı sunulmamaktadır.

Bir diğer taraftan, platformun **yerel raporlama** pratikleri ile **küresel raporlarında** sunduğu veriler arasında ciddi nitelik farkları bulunmaktadır. Yerel raporlar kategorik detaylardan yoksunken, küresel raporlar platformun Türkiye’deki idari ve adli taleplere ne denli yüksek oranda (%90 üzeri) uyum sağladığını açıkça ortaya koymaktadır.

TİKTOK PLATFORMUNUN ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

TikTok’un şeffaflık pratikleri incelendiğinde, **yerel (5651 sayılı Kanun)** ve **küresel raporlama standartları** arasında derin bir uçurum olduğu görülmektedir.

TikTok’un şeffaflık raporları incelendiğinde, tüm altı aylık raporlarda Türkiye’den alınan toplam bireysel talep sayısı açıkça verilmekle birlikte, 5651 sayılı Kanun’un 9. (kişilik hakları) ve 9/A (özel hayatın gizliliği) maddeleri kapsamındaki başvurular için **ayrı ve kesin sayılar raporlanmamaktadır**. Yüzdesel veriler ise 2024 ve 2025 yıllarına ait raporlarda (örneğin 2025-1 döneminde %74,4) paylaşılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla, bu raporlar 5651 sayılı Kanun’un öngördüğü detaylı kısıtlımı tam olarak karşılamamaktadır. Bir başka deyişle, 9. madde ve 9/A maddesi için ayrı ayrı sayısal istatistik sunulmamaktadır. Başvurular yalnızca “5651 kapsamındaki” ve “diğer hukuki dayanaklara dayanan” talepler olarak ayrılmıştır; “hakaret”, “özel hayatın gizliliği” gibi ayrıntılı alt kategori dağılımları bulunmamaktadır.

Ayrıca, başvuruların sonuçlarına dair (erişime engellenen/engellenmeyen) sayılar verilse de, reddedilen içeriklerin hangi gerekçelerle (hakaret, kişilik hakkı ihlali, özel hayatın gizliliği, vb.) reddedildiği veya kabul edildiği kategorisel olarak detaylandırılmamıştır. Bir diğer taraftan, 2023 yılında 600 civarında olan toplam talep sayısının, 2024’ün ikinci yarısında 1.243’e yükselmesi dikkat çekicidir; ancak bu artışın niteliğine dair raporda açıklayıcı bir bilgi bulunmamaktadır.

TABLO 19
TikTok Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikler	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri
2021-1	Var	Yok	Yok	Yok
2021-2	Var	Yok	Yok	Yok
2022-1	Var	Yok	Yok	Yok
2022-2	Var	Yok	Yok	Yok
2023-1	Var	Yok	Yok	Yok
2023-2	Var	Yok	Yok	Yok
2024-1	Var	Yok	Yok	Kısmen Var
2024-2	Var	Yok	Yok	Kısmen Var
2025-1	Var	Yok	Yok	Kısmen Var

Platformun küresel şeffaflık raporları⁹² incelendiğinde ise Türkiye uygulamaları çok daha net görülmektedir. Veriler, TikTok'un Türkiye'den gelen içerik kaldırma taleplerine **olağanüstü yüksek bir oranda uyum sağladığını** göstermektedir.

TABLO 20
TikTok Platformu Küresel Şeffaflık Raporu Verileri

Dönem	Toplam Talep	Toplam İçerik Sayısı	İşlem Yapılan İçerik (Yerel Yasa)	İşlem Yapılan İçerik (Topluluk Kuralları)	Kaldırma Oranı (%)
2024-2	253	1.392	419	883	%95
2024-1	295	839	346	437	%91,8
2023-2	244	616	194	349	%81,1
2023-1	107	3.958	3.796	71	%97,7
2022-2	92	181	125	44	%93,6
2022-1	64	84	76	1	%91
2021-2	98	222	170	44	%93
2021-1	113	270	250	16	%98

Küresel şeffaflık raporları verilerine göre, 2021-2024 ortalaması **%92,65**'e ulaşmıştır. 2023 Türkiye Genel Seçimleri döneminde (Ocak-Haziran 2023) hem talep sayıları artmış, hem de kaldırma oranı **%97,7** olmuştur. Son olarak 2024 yılının ikinci yarısında (Temmuz-Aralık) uyum oranı **%95**'e ulaşmıştır.

Türkiye yerel şeffaflık raporları ile karşılaştırdığımızda, yerel raporlarda TikTok, 5651 sayılı Kanun'un 9. (kişilik hakları) ve 9/A (özel hayatın gizliliği) maddelerine göre yapılan başvuruları ayırtmazken; küresel raporlarda en azından "Yerel Yasa İhlali" ile "Topluluk Kuralları İhlali" ayrımını net bir şekilde yapmaktadır. Yerel raporlar bu açıdan çok daha kısıtlı ve kısıtlı bir veri sunmaktadır. Bir diğer taraftan, yerel raporlar genellikle sadece resmi bildirimleri kapsama eğilimindeyken; küresel raporlar "Hükümet Talepleri" başlığı altında daha geniş bir havuzu (polis, savcılık, BTK idari talepleri vb.) yansıtıyor olabilir. Küresel rapordaki yüksek sayılar (örneğin 2023'te 3.000+ içerik), yerel raporlardaki daha steril tablodan farklı olarak sansürün gerçek boyutunu göstermektedir.

Reklam kütüphanesi, kriz planı, adli makamlara bilgi verme yükümlülüğü gibi diğer alanlarda ise herhangi bir kamuya açık bilgiye ulaşamamıştır. Bu alanlardaki belirsizlikler, TikTok'un bu yükümlülükleri yerine getirip getirmediğini değerlendirmeyi güçleştirmektedir.

Bu tablo, TikTok'un yapısal yükümlülükler konusunda kısmen uyum sağladığını; şeffaflık ve kullanıcı hakları konusunda ise sınırlı bir uyum düzeyinde kaldığını göstermektedir. Ancak TikTok'un küresel raporları, Türkiye'deki yerel raporlara kıyasla sansürün boyutunu ve platformun "itaat" seviyesini (%92,65 uyum) çok daha çıplak

⁹² Bkz. TikTok, Hükümet Tarafından Yapılan Kaldırma Talepleri Raporu, <https://www.tiktok.com/transparency/tr-tr/government-removal-requests-2024-2>

bir şekilde gözler önüne sermektedir. Yerel raporlar ise bu tabloyu gizleyen, kategorik ayırımdan yoksun, bürokratik birer metin niteliğindedir.

PİNEREST PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

Pinterest platformunun 5651 sayılı Kanun ve ilgili ikincil mevzuat kapsamındaki yükümlülüklerle uyum süreci incelendiğinde; platformun başlangıçta tercih ettiği dolaylı yapılanmayı 2025 yılı itibarıyla terk ederek, Kanun’un aradığı yapısal ve mali şartları tam olarak karşılayan bir modele geçtiği görülmektedir. Özellikle ticaret unvanı, sermaye yeterliliği ve sorumluluk esasları bakımından yapılan son değişiklikler, Pinterest’in Türkiye pazarındaki varlığını yasal zemine tam uyumlu hale getirme iradesini yansıtmaktadır.

Platformun Türkiye’deki kurumsal varlığı, ilk olarak 12.07.2021 tarihinde İrlanda merkezli Pinterest Europe Holding Unlimited Company tarafından kurulan “WRP Turkey Web Tasarım Hizmetleri Limited Şirketi” ile başlamıştır. Kuruluş aşamasında 2.500.000 TL sermayeye sahip olan bu şirket, unvanında platform adını taşıması ve genel bir faaliyet alanı (web tasarım) belirtmesi nedeniyle, temsilcilik yükümlülüğünü “şeklen” yerine getirmiştir.⁹³

Ancak sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik yükümlülüklerin ağırlaştırılması üzerine, 18.08.2025 tarihinde tescil edilen Genel Kurul kararı ile şirketin hukuki statüsünde köklü bir dönüşüme gidilmiştir. Öncelikle şirketin unvanı, mevzuattaki “ayrıt edici ibare” şartını karşılayacak şekilde “Pinterest İstanbul Web Tasarım Hizmetleri Limited Şirketi” olarak değiştirilmiştir. Eş zamanlı olarak yapılan pay devri ile şirketin tek sahibi ve müdürü Pinterest Europe Limited olmuş; tüzel kişi adına hareket etmek üzere ise ABD’de ikamet eden James Kim yetkili kılınmıştır. Ayrıca şirketin sermayesi, 97.500.000 TL artışla yasal alt sınır olan 100.000.000 TL seviyesine yükseltilmiştir.

Bu dönüşümün en kritik unsuru ise şirket ana sözleşmesine eklenen “Temsilcilik ve Sorumluluk” başlıklı 15. maddedir. Bu madde ile şirketin, Pinterest Europe Limited’in Türkiye’deki temsilcisi olduğu ve ana şirket tarafından “teknik, idari, hukuki ve mali yönden tam yetkili ve sorumlu kılındığı” açıkça hüküm altına alınmıştır.⁹⁴ Bu düzenleme, Pinterest’in Türkiye’deki tüzel kişiliğini sadece bir irtibat ofisi olmaktan çıkarıp, yasal yaptırımların ve idari kararların doğrudan muhatabı haline getirdiğini belgelemektedir.

Dolayısıyla, yapısal yükümlülükler açısından Pinterest, temsilci atama, yerel şirket kurma ve ticaret unvanı koşulları bakımından mevzuata uygun hareket etmektedir. Şirketin doğrudan bağlılık ve yetkilendirme ilişkisi de bu kapsamda değerlendirildiğinde, zorunlulukları karşıladığı görülmektedir. Aşağıdaki tabloda görüleceği üzere, Pinterest platformunun 5651 sayılı Kanun ve ilgili ikincil mevzuat kapsamındaki yükümlülüklerle ne ölçüde uyum sağladığı değerlendirilmiştir.

⁹³ Kuruluş bilgileri için bkz. Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10369, 13.07.2021, s. 293.

⁹⁴ Unvan değişikliği, pay devri, sermaye artırım ve ana sözleşme tadili (Madde 15) için bkz. Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 11395, 18.08.2025, s. 766.

TABLO 21
Pinterest Platformu Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Karşılıyor	Türkiye’de yetkili temsilci atanmıştır.
Yerel Şirket Kurulumu	Karşılıyor	İstanbul merkezli sermaye şirketi olarak “Pinterest İstanbul Web Tasarım Hizmetleri Limited Şirketi” kuruldu.
Ticaret Unvanı Koşulu	Karşılıyor	Ticaret unvanı, platform adını ve ili içeriyor.
Açık Bağlılık & Yetkilendirme	Karşılıyor	Şirket, Pinterest’e doğrudan bağlı ve yetkilendirilmiş.
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK’ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Kısmen Karşılıyor	Türkiye’ye özel içerik kaldırma talep formu sadece İngilizce olarak mevcut.
Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Karşılıyor	Raporlarda başvuruların incelenme hiyerarşisi açıklanmaktadır.
Şeffaflık Raporları	Karşılıyor	Raporlar Türkçe olarak, istatistiksel ve kategorik verilerle yayımlanmaktadır.
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılamıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye’deki sunucularda barındırılıp barındırılmadığı şeffaflık raporlarında belirtilmemektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Karşılıyor	Politikaları ihlal eden başlık etiketlerinin (arama terimlerinin) arama sonuçlarından çıkarıldığı belirtilmiştir.
Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Kısmen Karşılıyor	2025 yılında oluşturulmuştur.
Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Uygulanıp uygulanmadığına dair bilgi bulunmuyor.
Diğer Yükümlülükler	Kısmen Karşılıyor	Veri paylaşım tercihleri, gizlilik ayarları ve çocuk güvenliği politikaları hakkında detaylı bilgi verilmektedir.

Kullanıcılar için özel bir başvuru formu oluşturulmuş ve bu form raporlarda açıkça belirtilmiştir. Fakat bu form sadece İngilizce olarak yer almakta, Türkçe sürümü ise bulunmamaktadır.⁹⁵

⁹⁵ Bkz. <https://www.pinterest.com/about/turkey/>

Turkish Internet Law Complaint Form

Use this form to identify content that violates Turkish laws that are subject to the Turkish Internet Law. Please fill out the information below with as much detail as possible to allow us to evaluate your complaint.

Contact Information

Name of Reporter
Name of Reporter

Email Address
Email Address

Phone Number
Phone Number

Full Address
Full Address

Complaint Information

Identify the URL of the content
Identify the URL of the content

Please provide the full URL of the content you are complaining about. Please limit your complaint to 1 URL per form submission.

PİNTEREST PLATFORMUNUN ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

Pinterest, 2021 yılının ikinci döneminden itibaren raporlarını düzenli olarak yayımlamaktadır. Fakat, bu raporlara tek bir adresten ve toplu olarak ulaşmak mümkün değildir.⁹⁶ Raporlarda, platformun kendi topluluk kurallarına aykırılık nedeniyle kaldırdığı içeriklere (yetişkin içeriği, nefret söylemi vb.) dair çok detaylı kategorik ve sayısal veriler (Pin, Pano, Hesap bazında) sunulmaktadır.

Bununla birlikte, Türkiye’ye özgü yasal düzenlemeler olan 5651 sayılı Kanun’un 9. ve 9/A maddeleri bağlamında sunulan veriler dikkat çekici derecede düşüktür. Pinterest, 2023 ve 2024 yıllarını kapsayan raporlarında bu maddeler uyarınca ya hiç başvuru almadığını ya da yapılan başvuruların (örneğin 2025-1 dönemindeki 1 başvuru) yetersiz bilgi nedeniyle işleme konulmadığını belirtmiştir. Bu durum, kullanıcıların yasal başvuru kanallarını kullanmak yerine platformun kendi şikayet mekanizmalarını (“Pin’i Şikayet Et” butonu) tercih ettiğini veya platformun gelen talepleri öncelikle kendi topluluk kuralları çerçevesinde değerlendirip yasal prosedüre dahil etmeden sonuçlandırdığını düşündürmektedir.

Bir diğer taraftan, Pinterest’in şeffaflık raporları, platformun kendi iç denetim mekanizmasının (Topluluk Kuralları) işleyişine dair oldukça detaylı veriler sunmaktadır. Raporda “Yetişkin içerikleri”, “Nefret söylemleri” veya “Çocukların güvenliği” gibi kategorilerde kaç adet “Pin”, “Pano” veya “Hesap” hakkında işlem yapıldığı sayısal olarak paylaşılmaktadır.

⁹⁶ Bkz. <https://policy.pinterest.com/tr/transparency-report-turkey>

TABLO 22
Pinterest Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikler	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri	Notlar
2021-1	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır.
2021-2	Var	Yok	Yok	Var	Topluluk kuralları ihlalleri detaylı verilmiş.
2022-1	Var	Yok	Yok	Var	Topluluk kuralları ihlalleri detaylı verilmiş.
2022-2	Var	Yok	Yok	Var	Topluluk kuralları ihlalleri detaylı verilmiş.
2023-1	Var	Var (0 Talep)	Var (0 Talep)	Var	9. ve 9/A kapsamında işlem yapılmadığı belirtilmiştir.
2023-2	Var	Var (0 Talep)	Var (0 Talep)	Var	9. ve 9/A kapsamında talep alınmadığı belirtilmiştir.
2024-1	Var	Var (0 Talep)	Var (0 Talep)	Var	9. ve 9/A kapsamında talep alınmadığı belirtilmiştir.
2024-2	Var	Var (0 Talep)	Var (0 Talep)	Var	9. ve 9/A kapsamında talep alınmadığı belirtilmiştir.
2025-1	Var	Yok	Var (1 Talep)	Var	9/A kapsamında 1 talep alınmış, işlem yapılmamış.

Platformun, 2023 şeffaflık raporlarındaki Türkiye’de reklam yayınlamadığına dair beyanları (reklamsız deneyim) dikkat çekicidir.⁹⁷ Bu beyanlar 2024 ve 2025 raporlarında ise yer almamaktadır. Uygulamada ise platformda Türkiye tabanlı reklamların yer aldığı görülmektedir.

Temmuz - Aralık 2024 şeffaflık raporunda “Pinterest kullanıcılarının Pinterest’te kişiselleştirilmiş reklamları devre dışı bırakabilmelerine ve veri paylaşım tercihlerini güncelleyebilmelerine ek olarak, Türkiye’deki kullanıcılara sunulan reklamlar, reklam içerikleri, reklam veren, görüntülenen tarihler, kullanılan hedefleme ve reklamın ulaştığı kullanıcı sayısı hakkında bilgileri gösteren aranabilir bir kitaplık olan bir “**Reklam Deposu**” sunulduğu belirtilmiş fakat bu reklam deposunun web tabanlı adresi raporda paylaşılmamıştır.⁹⁸

Ocak - Haziran 2025 şeffaflık raporunda ise “Daha fazla şeffaflık sağlamak amacıyla, **Reklam Kütüphanesi** Türkiye’deki kullanıcılara gösterilen reklamlara ilişkin bilgiler sunmaktadır. Bu bilgiler; reklam içerikleri, reklam verenler, hedefleme ölçütleri, reklam gösterim tarihleri ve erişilen kitle gibi ayrıntıları kapsamaktadır” denilmiştir.⁹⁹ Reklam Kütüphanesinin adresi Ocak – Haziran 2025 raporunda kamuoyu ile

⁹⁷ Pinterest’in Ocak 2023 – Haziran 2023 dönemi Şeffaflık Raporunda “Pinterest’in Türkiye’de reklam vermediğinin ve Türkiye’deki kullanıcı deneyiminin ‘reklamsız’ olduğunun altını çizmek isteriz” denilmiştir. Aynı ifade Pinterest’in Temmuz 2023 – Aralık 2023 dönemi Şeffaflık Raporunda da yer almaktadır.

⁹⁸ Bkz. <https://policy.pinterest.com/tr/turkiye-seffalik-raporu-h2-2024>

⁹⁹ Bkz. <https://policy.pinterest.com/en/turkiye-seffalik-raporu-h1-2025>

paylaşmış,¹⁰⁰ Türkiye ile ilgili reklam bilgilerine de kısıtlı olarak bu sayfalardan erişilebilmektedir.

Sonuç olarak, Pinterest Türkiye’de yasal temsilcilik ve şirketleşme gibi yapısal yükümlülükleri yerine getirerek mevzuata şeklen uyum sağlasa da, kullanıcı hakları ve şeffaflık uygulamalarında belirgin eksiklikler sergilemektedir. Türkiye’ye özgü başvuru formunun Türkçe dil desteğinin bulunmaması ve yasal başvuru sayılarının yıllardır neredeyse sıfır düzeyinde kalması, platformun sunduğu hak arama mekanizmalarının işlevselliğini ve erişilebilirliğini tartışılmalı hale getirmektedir. Ayrıca, platformun reklam politikalarına ilişkin geçmişteki “reklamsız deneyim” beyanlarının yerini, erişimi zor ve kısıtlı bir “Reklam Kütüphanesi” uygulamasına bırakması ve bu kütüphanenin adresinin ancak son raporda paylaşılması, şeffaflık ve hesap verebilirlik açısından ciddi bir tutarsızlık oluşturmaktadır. Bu tablo, Pinterest’in yasal yükümlülükleri kullanıcı odaklı bir şeffaflık anlayışından ziyade, asgari idari şartları sağlamaya yönelik bürokratik bir yaklaşımla ele aldığını göstermektedir.

LINKEDIN PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

LinkedIn platformunun Türkiye’deki temsilcilik yükümlülüğünü yerine getirme yöntemi, rapor kapsamındaki diğer sosyal ağ sağlayıcılarından (Meta, X, TikTok, YouTube) belirgin bir şekilde ayrılmaktadır. Diğer platformlar, yasal düzenlemelerin (7418 sayılı Kanun) gerektirdiği şekilde unvan değişikliğine gidip, sermayelerini 100 milyon TL seviyesine yükselterek doğrudan birer “şube” veya “bağlı iştirak” statüsüne geçerken; LinkedIn bu yapısal ve mali yükümlülüklerin etrafından dolaşan “dolaylı” bir strateji izlemiştir.

Platformun Türkiye’deki operasyonel muhatabı olarak BTK’nın yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcıları ile ilgili web sayfasında halen “SNPREP Danışmanlık Hizmetleri Anonim Şirketi” görünmektedir.¹⁰¹ Bu şirket, Türk Ticaret Kanunu’na uygun olarak 17.11.2020 tarihinde, hukuk ve danışmanlık alanında faaliyet gösteren BTS Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. tarafından kurulmuştur. Şirketin kuruluş sermayesi 50.000 TL olup, yönetim kurulu üyesi olarak Serbülen Şengün yetkilendirilmiştir.¹⁰² 29.11.2023 tarihinde yapılan tescil ile Şengün’ün yönetim kurulu üyeliği ve münferit temsil yetkisi üç yıl daha uzatılmıştır.¹⁰³

Ancak bu şirket, sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik yükümlülüklerin ağırlaştırılması üzerine, 7418 sayılı Kanun’un tüzel kişi temsilciler için zorunlu kıldığı “ticaret unvanında sosyal ağ sağlayıcının ayırt edici ibaresinin (LinkedIn) bulunması” ve “100 milyon TL sermaye” şartlarını karşılamamıştır. Bu yapısal eksiklik nedeniyle LinkedIn, yakın tarihte, yasal uyumu “tüzel kişi” üzerinden değil, Kanun’un bir diğer seçeneği olan VKontakte ile Dailymotion tarafından da tercih edilen “Gerçek Kişi Temsilci” atama yoluyla sağlamaya çalışmıştır.

¹⁰⁰ Bkz. <https://ads.pinterest.com/ads-repository/>

¹⁰¹ Bkz. <https://internet.btk.gov.tr/sosyal-ag-temsilci-rehberi/>

¹⁰² Kuruluş bilgileri için bkz. Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10204, 17.11.2020, s. 969.

¹⁰³ Yönetim kurulu üyeliği ve yetki uzatımı için bkz. Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Sayı 10968, 29.11.2023, s. 479.

Sürecin işleyişindeki belirsizlik ise tam bu noktada ortaya çıkmaktadır. Tarihi kesin olmamakla birlikte, SNPRED şirketi 2025 yılına kadar fiilen LinkedIn'in temsilcisi olarak anılmaya devam etmiştir. Ancak 2025 yılı içinde yapılan bir değişiklikle, LinkedIn'in resmi yardım sayfalarında Türkiye temsilcisi olarak artık bir tüzel kişilik değil, doğrudan Serbülent Şengün ismi ve linkedin@snprep.com e-posta adresi beyan edilmeye başlamıştır.¹⁰⁴

Ekran Görüntüsü 5: LinkedIn Türkiye Temsilcilik Bilgileri (2025)

 Yardım

LinkedIn ▼ Nasıl yardımcı olabiliriz? 

Türkiye - 5651 sayılı Kanun İletişim Formu

Son güncelleme: 3 ay önce

5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'un Ek 4'üncü maddesinin birinci fıkrası doğrultusunda, LinkedIn tarafından belirlenen sosyal ağ sağlayıcı temsilcisi aşağıda belirtilmiştir:

Temsilci Adı: Serbülent Şengün
Adres: Esentepe Mahallesi 23 Temmuz Sokak, No: 2/1 Şişli/İstanbul
E-posta: linkedin@snprep.com

5651 sayılı Kanunun 9 ve 9/A maddeleri kapsamında içerik bildirmek için lütfen burayı tıklayarak [Bize Ulaştın Formu](#)'nu doldurup gönderin.

Makine çevirisi yazılımı kullanarak bilgileri çevirmek için farklı yollar test ediyoruz. Lütfen çevirinin kalitesini ve yanıtın anlaşılabilirliğini puanlayarak bize yardımcı olun.

Bu çeviriyi puanlayın ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

Bu değişikliğin tam olarak ne zaman yapıldığı belirsizliğini korumaktadır. İlgili yardım sayfaları Wayback Machine üzerinden incelendiğinde, 06.09.2024 tarihinde dahi, dolayısıyla 2022 yılındaki yasal değişikliklerin üzerinden yaklaşık iki sene geçmiş olmasına rağmen, SNPRED şirketinin LinkedIn'in Türkiye'deki temsilcisi olarak görüldüğü tespit edilmiştir. Bu durum, BTK'nın resmi kayıtlarındaki bilgilerle de örtüşmektedir.

¹⁰⁴ LinkedIn Türkiye Temsilcisi beyanı için bkz. <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a1338735> (Erişim Tarihi: Aralık 2025).

Ekran Görüntüsü 6: LinkedIn Türkiye Temsilcilik Bilgileri (2022-2024)

INTERNET ARCHIVE
Wayback Machine
1 capture
6 Sep 2024

https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a1338735?hcppcid=search

LinkedIn Help

LinkedIn ▾ How can we help? 🔍

Turkey - Law No. 5651 Contact Form

Last updated: 2 years ago

On July 29, 2020, the Turkish Parliament adopted an Amendment Law No. 7253 on the Law No. 5651 on Regulation of Broadcasts Via Internet and Prevention of Crimes Committed Through Such Broadcasts.

For purposes of Additional Article 4(1) of Law No. 5651, LinkedIn has designated the following as its social network provider representative:

SNPREP Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.
Maslak Mahallesi Eski Büyükdre Caddesi İz Plaza Ap. No. 9/78
Sarıyer / İstanbul
Phone: 0212 367 45 07
Fax: 0212 286 39 24
Email: linkedin@snprep.com

If you would like to report content under the scope of Article 9 and 9/A of Law No. 5651, please click here to complete and submit the [Contact Us Form](#).

Bu tablo, LinkedIn'in uzun süre Türkiye'de doğrudan, sermayesi güçlü ve tam yetkili bir kurumsal yapı kurmaktan kaçındığını; bunun yerine hukuki ve idari sorumluluğu yerel bir danışmanlık firması ve onun yöneticisi olan bir gerçek kişi üzerinden yürüterek "vekaleten temsil" modelini benimsediğini göstermektedir. TBMM Dijital Mecralar Komisyonu tutanaklarına da yansıyan bu yapı,¹⁰⁵ platformun Türkiye pazarında varlık göstermesine rağmen, diğer platformların aksine mali ve idari taahhüt altına girmekten imtina ettiğini ve yasal yükümlülükleri gecikmeli ve dolambaçlı bir yolla, ancak 2025 içinde "gerçek bir kişi" üzerinden yürütmeye karar verdiğini göstermektedir.

Ayrıca, aşağıda da detaylandırılacağı üzere LinkedIn'in şeffaflık raporlama disiplinini neredeyse yoktur.

¹⁰⁵ TBMM Dijital Mecralar Komisyonu, Tutanak Dergisi, 7. Toplantı, 03.03.2022, s. 14. (Toplantıda Serbülen Şengün, SNPREP Yönetim Kurulu Başkanı ve LinkedIn Türkiye Temsilcisi sıfatıyla yer almıştır).

TABLO 23
LinkedIn Platformu Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Karşılıyor	Türkiye’de resmi temsilci atandı.
Yerel Şirket Kurulumu	Uygulanamaz	2022-2025 yılları arasına doğrudan LinkedIn’e bağlı bir şube yerine, bir danışmanlık firması temsilci olarak atanmıştır. 2025 yılı içinde ise “gerçek kişi” temsilcilik modeli benimsenmiştir.
Ticaret Unvanı Koşulu	Uygulanamaz	2022-2025 döneminde, temsilci şirketin unvanında “LinkedIn” ibaresi ve şirketin kurulduğu il bilgisi yer almamıştır. 2025 yılı içinde ise “gerçek kişi” temsilcilik modeli benimsenmiştir.
Açık Bağlılık & Yetkilendirme	Uygulanamaz	2022-2025 döneminde, temsilci olarak atanan şirketle ilgili olarak Ticaret Sicilinde yer alan belgelerde açık bağlılık ve yetkilendirme bilgisi yer almamıştır.
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK’ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Karşılıyor	LinkedIn tarafından oluşturulmuş Türkçe bir başvuru sayfası bulunmaktadır.
Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Bilinmiyor	Başvuruların yasal çerçevede nasıl ele alındığına dair detaylı süreç bilgisi eksiktir.
Şeffaflık Raporları	Karşılamıyor	Sistematiik bir raporlama yapılmamaktadır.
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılamıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye’deki sunucularda barındırılıp barındırılmadığı şeffaflık raporlarında belirtilmemektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Bilinmiyor	Bildirim sisteminin yasal koşulları karşılayıp karşılamadığı belli değil.
Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Karşılamıyor	Reklam kütüphanesi görünür değil.
Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Uygulanıp uygulanmadığına dair bilgi bulunmamaktadır.
Diğer Yükümlülükler (Veri barındırma, çocuklar, vb.)	Bilinmiyor	Kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.

LINKEDİN PLATFORMUNUN ŞEFFAFLIK RAPORLARI DEĞERLENDİRMESİ

LinkedIn'in şeffaflık raporlama pratiği incelendiğinde, yasal yükümlülüklerin başladığı 2021 yılından 2025'in ilk yarısına kadar geçen dokuz raporlama döneminde, kamuoyuna açık sadece tek bir şeffaflık raporunun (Temmuz – Aralık 2022) yayımlandığı tespit edilmiştir.¹⁰⁶ Bu fiili durum, platform yetkililerinin resmi makamlara verdiği beyanlarla açıkça çelişmektedir. Zira 03.03.2022 tarihli TBMM Dijital Mecralar Komisyonu toplantısında, LinkedIn adına söz alan hukuk temsilcileri; 5651 sayılı Kanun uyarınca hazırlanan raporların her altı ayda bir hem ilgili otoriteye sunulduğunu hem de İnternet sitelerinde düzenli olarak yayımlandığını tutanaklara geçecek şekilde beyan etmişlerdir.¹⁰⁷ Ancak, resmi kayıt altına alınan bu taahhüdün aksine, platformun şeffaflık sayfalarında diğer sekiz döneme ait herhangi bir rapor kaydına rastlanmamıştır. Yayımlanan istisnai tek raporda ise, Türkiye'den 5651 sayılı Kanun'un 9. ve 9/A maddeleri kapsamında hiçbir talep alınmadığı belirtilmiştir. Bu tablo, LinkedIn'in yasal uyum sürecini sadece idari prosedürleri tamamlamak veya tamamlamış gibi görünmek üzerine kurduğunu, TBMM nezdinde verilen sözlere rağmen kamuoyuna karşı şeffaflık taahhüdünü yerine getirmedişliğini göstermektedir.

TABLO 24
LinkedIn Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikleri	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri	Notlar
2021-1	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır.
2021-2	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır.
2022-1	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır.
2022-2	Var	Yok (0 Talep)	Yok (0 Talep)	Yok	9. ve 9/A maddeleri kapsamında talep alınmadığı belirtilmiş.
2023-1	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır.
2023-2	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır.
2024-1	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır.
2024-2	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır.
2025-1	Yok	-	-	-	Yayımlanmamıştır. ¹²⁵

¹⁰⁶ Diğer dönemlere ait raporlara platformun şeffaflık sayfalarında veya ilgili platform sayfalarında rastlanmamıştır.

¹⁰⁷ TBMM Dijital Mecralar Komisyonu, Tutanak Dergisi, 7. Toplantı, 03.03.2022, s. 20. (Toplantıda LinkedIn yetkilileri, raporların düzenli yayımlandığını beyan etmişlerdir). Bkz. <https://www.tbmm.gov.tr/Tutanaklar/TutanakGoster/2924>

Dolayısıyla, LinkedIn'in Türkiye'deki yasal yükümlülüklerle yaklaşımı, "şeffaflıktan uzak ve ilgisiz" bir görünüm sergilemektedir. Dokuz raporlama döneminden sadece birinde rapor yayımlanmış olması, platformun 5651 sayılı Kanun kapsamındaki raporlama yükümlülüğünü **sistematiik olarak ihlal ettiğini göstermektedir**. Yayımlanan tek raporda ise, Türkiye'den kişilik hakları veya özel hayatın gizliliği ihlali gerekçesiyle "**sıfır**" talep alındığının beyan edilmesi, hayatın olağan akışına ve platformun küresel verilerine taban tabana zıttır.

Nitekim LinkedIn'in Avrupa Birliği Dijital Hizmetler Tüzüğü ("DSA") kapsamında yayımladığı şeffaflık raporları incelendiğinde; sadece 2025 yılının ilk yarısını kapsayan (Ağustos 2025) raporda Fransa'dan 642, Almanya'dan 137 ve toplamda AB ülkelerinden 886 adet resmi içerik kaldırma emri alındığı görülmektedir.¹⁰⁸ Bir önceki dönemde (Şubat 2025) ise bu sayılar Fransa için 464, Almanya için 169 seviyesindedir. İfade özgürlüğü standartlarının görece yüksek olduğu AB ülkelerinde dahi yüzlerce resmi talep işleme alınırken; Türkiye gibi erişim engelleme kararlarının yoğun olduğu bir ülkede "sıfır" talep alındığı iddiası inandırıcı değildir.

Bir diğer taraftan, "Kullanıcı Tarafından Seçilen Şikayet Nedenleri" (Tablo 3a) altında "İhlal veya Hakaret" (*Infringement or Defamation*) başlığının, kullanıcılar tarafından her altı ayda bir 3.000'den fazla kez (Şubat 2025: 3.204, Ağustos 2025: 3.224) seçilen aktif bir kategori olduğu görülmektedir. Avrupa'da dahi binlerce kullanıcının başvurduğu bu kategori için, Türkiye'den hiç talep gelmediği iddiası inandırıcı değildir. Yayımlanması gereken dokuz rapordan sekiz tanesinin de yayınlanmamış olması, şeffaflıkta uzak süreci nitelikli olarak değerlendirmeyi de imkansızlaştırmaktadır.

LinkedIn'in "Küresel Hükümet Talepleri Raporu" (*Global Government Requests Report*) verileri incelendiğinde de Türkiye ile ilgili beyanın gerçeği yansıtmadığı açıkça görülmektedir. Aşağıdaki tablo, LinkedIn'in aynı dönemlerde Türk hükümetinden düzenli olarak içerik kaldırma talebi aldığını ve bu talepleri **%100'e varan oranlarda** yerine getirdiğini belgelemektedir.¹⁰⁹

TABLO 25
LinkedIn Platformu Küresel Şeffaflık Verileri Özeti

Dönem	Talep Sayısı	İşlem Yapılan	İşlem Oranı (%)
2024-2	22	22	%100
2024-1	25	21	%84
2023-2	9	8	%89
2023-1	5	5	%100
2022-2	10	9	%90
2022-1	8	8	%100
2021-2	10	10	%100
2021-1	24	23	%96

¹⁰⁸ Veriler, LinkedIn'in DSA kapsamında yayımladığı "Şubat 2025" ve "Ağustos 2025" tarihli Şeffaflık Raporlarından (Tablo 9 – Üye Devletlerin yetkili makamlarından gelen kararlar) derlenmiştir. Bkz. <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a1678508>

¹⁰⁹ Bkz. <https://about.linkedin.com/transparency/government-requests-report>

Küresel veriler platformun sansür taleplerine en yüksek oranda (%96-100) uyum sağlayan sağlayıcılardan biri olduğunu ifşa etmektedir. Bu durum, kullanıcıların platformun yasal başvuru kanallarından haberdar olmadığını veya platformun gelen resmi talepleri 5651 sayılı Kanun kapsamında sınıflandırmadan işleme aldığı yönünde şüphe uyandırmaktadır. Sonuç itibarıyla, LinkedIn'in Türkiye'deki şeffaflık yükümlülüklerini yerine getirmediği açıktır.

EKŞİ SÖZLÜK PLATFORMUNUN YÜKÜMLÜLÜKLERE UYUMU

Ekşi Sözlük, yurt içi kaynaklı bir sosyal ağ sağlayıcısı olması nedeniyle, yurt dışı kaynaklı platformlar için öngörülen temsilci atama ve şubeleşme yükümlülüklerinden muaftır. Platform, İstanbul merkezli bir şirket olarak faaliyet göstermekte ve 5651 sayılı Kanun kapsamındaki raporlama yükümlülüklerini yerine getirmektedir. Platform, kullanıcı verilerini Türkiye'de barındırdığını ve bir reklam kütüphanesi oluşturduğunu raporlarında açıkça beyan etmektedir.

Aşağıdaki tabloda, Ekşi Sözlük'ün yasal yükümlülüklerle uyum durumu değerlendirilmiştir.

TABLO 26
Ekşi Sözlük Platformu Uyum Karnesi

Başlıklar	Durum	Notlar
Temsilci Yükümlülüğü	Uygulanamaz	Yurt içi kaynaklı olduğu için temsilci atama zorunluluğu yoktur.
Yerel Şirket Kurulumu	Karşılıyor	Türkiye'de kurulu bir şirkettir (Ekşi Teknoloji ve Bilişim A.Ş.).
Ciro & Raporlama Yükümlülüğü	Bilinmiyor	BTK'ya rapor sunumu hakkında kamuya açık bilgi bulunmuyor.
Kullanıcılar için Başvuru Formu	Karşılıyor	İletişim kanalları ve başvuru yöntemleri mevcuttur.
Kullanıcı Başvuru Süreçleri	Karşılıyor	Şeffaflık raporlarında başvuruların incelenme şekli açıklanmaktadır.
Şeffaflık Raporları	Kısmen Karşılıyor	Raporlar düzenli yayımlanmakta, istatistiksel veriler grafikler halinde sunulmaktadır. Ancak 9. ve 9/A madde verileri sayısal olarak ayrıştırılmamış.
Kişisel Veri Yerelleştirme	Karşılıyor	Kullanıcı verilerinin Türkiye'deki sunucularda barındırıldığı şeffaflık raporlarında belirtilmektedir.
Başlık Etiketleri ve İçerik Sorumluluğu	Bilinmiyor	Başlık etiketlerine (<i>hashtag</i>) özel bir prosedürden raporlarda bahsedilmemiştir.
Kriz Planı Oluşturma	Bilinmiyor	Kriz planına ilişkin kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.
Adli Makamlara Bilgi Verme	Bilinmiyor	Adli mercilerle veri paylaşımına dair istatistik bulunmamaktadır.
Reklam Kütüphanesi	Karşılıyor	Şeffaflık raporlarında reklam kütüphanesinin oluşturulduğu ve erişilebilir olduğu beyan edilmiştir. ¹¹⁰

¹¹⁰ Bkz. <https://eksisozluk.com/reklam/kutuphane>.

TABLO 26 (Devamı)
Ekşi Sözlük Platformu Uyum Karnesi

Bant Daraltma Yaptırımları	Uygulanmadı	5651 Sayılı Yasa kapsamında bugüne kadar uygulanmadı.
İdari Para Cezaları	Bilinmiyor	Uygulanıp uygulanmadığına dair bilgi bulunmamaktadır.
Diğer Yükümlülükler (Veri barındırma, çocuklar, vb.)	Bilinmiyor	Kamuya açık bilgi bulunmamaktadır.

Ekşi Sözlük Platformunun Şeffaflık Raporları Değerlendirmesi

Ekşi Sözlük, 2021 yılından itibaren tüm dönemler için şeffaflık raporlarını düzenli olarak yayımlamıştır. Rapor metinlerinde, 5651 sayılı Kanun'un 9. ve 9/A maddeleri kapsamında yapılan başvurular için yalnızca "toplam" sayı verilmiş; bu maddelere özel sayısal ayrıştırma (kırılım) ve kategorik detaylar raporlarda yer almamıştır. Fakat, platforma gönderilen kararların kategorisel dağılımı ("kişilik haklarının ihlali", "unutulma hakkı", ve "erişimin engellenmesi kararın kaldırılması") raporlarda 5651 sayılı Kanun'un 9. ve 9/A maddelerine atıf yapılmadan yer almaktadır. Başvuruları yapan kişilerin Ekşi Sözlük kullanıcısı olup olmadığı detaylandırılmış, kişi başvuru kategorileri ("hakaret", "ticari itibarın zedelenmesi", "kişisel verilerin izinsiz paylaşımı" ve "unutulma hakkı" gibi) yine 9. ve 9/A maddelerine atıf yapılmadan raporlarda yer almaktadır. Son olarak başvuruların "olumlu", "olumsuz" veya "kısmi olumlu" olup olmadığı sayısal verilerle raporlarda yer almaktadır. Fakat, tüm bu bilgilerden hangi başvuruların 5651 sayılı Kanun'un 9. veya 9/A maddeleri kapsamında yapıp yapılmadığı anlaşılamamaktadır.

TABLO 27
Ekşi Sözlük Platformu Şeffaflık Raporları Özeti

Dönem	Türkçe Rapor	9. Madde İstatistikleri	9/A Madde İstatistikleri	Kategorik Veri	Notlar
2021-1	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 2.268 başvuru.
2021-2	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 3.965 başvuru.
2022-1	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 4.088 başvuru.
2022-2	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 2.497 başvuru.
2023-1	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 1.777 başvuru.
2023-2	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 3.545 başvuru.
2024-1	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 2.384 başvuru.
2024-2	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 2.374 başvuru.
2025-1	Var	Yok	Yok	Kısmen Var	Toplam 2.320 başvuru.

Platformun raporlarında öne çıkan bir diğer husus, veri yerelleştirme ve reklam şeffaflığı konusundaki net beyanlardır. Ekşi Sözlük, kullanıcı verilerini Türkiye’deki sunucularda barındırdığını ve reklam kütüphanesini oluşturduğunu açıkça belirterek, 5651 sayılı Kanun’un getirdiği bu yeni yükümlülüklerle uyum sağladığını vurgulamaktadır. Ancak, istatistiksel verilerin (kabul/ret oranları vb.) rapor metinlerinde sayısal döküm olarak değil, görsellerde sunulması, verilerin otomatik işlenmesini ve analiz edilmesini zorlaştıran bir format tercihidir. Ayrıca, Anayasa Mahkemesi’nin 9. maddeyi iptal etmesine rağmen, rapor başlıklarında veya metinlerinde bu değişikliğe dair bir güncelleme notu yer almamaktadır; başvurular halen genel bir kategori (“9 ve 9/A maddeleri kapsamındaki ilgili kişiler”) altında raporlanmaya devam etmektedir.

Dolayısıyla, Ekşi Sözlük tarafından yayınlanan şeffaflık raporları 5651 sayılı Yasa’da yer alan yükümlülüklerle kısmen uyumludur.

SONUÇ
Şeffaflık
Yanılsaması
ve
Dijital
İtaat
Rejimi



Ifade Özgürlüğü Derneği'nin, Dijital İtaat Rejimi: Türkiye'de Sosyal Ağ Sağlayıcıları ve Şeffaflık Yanılsaması başlıklı raporu kapsamında yürütülen incelemeler, Türkiye'de sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik yasal düzenlemelerin, "kullanıcı haklarını koruma" ve "şeffaflık sağlama" söyleminin ötesine geçerek, dijital kamusal alanı kontrol altına almayı hedefleyen bir **"dijital itaat rejimi"** inşa ettiğini ortaya koymaktadır. 5651 sayılı Kanun'da 2020 ve 2022 yıllarında yapılan değişikliklerle kurulan bu sistem, sosyal medya platformlarını Türkiye hukuk sisteminin birer parçası haline getirmiş; ancak bu bütünleşme, hukukun üstünlüğü ve temel haklar ekseninde değil, ağır idari yaptırımlar ve bant daraltma tehditleri gölgesinde gerçekleşmiştir.

1. Şekli Uyum ve Temsilcilik Kargaşası

Raporumuzda incelenen X (Twitter), Meta (Facebook & Instagram), YouTube, TikTok, Pinterest, VKontakte ve Dailymotion gibi küresel platformların tamamı; süreç içerisinde gerçekleştirdikleri unvan değişiklikleri ve sermaye artırımları ile Türkiye'de temsilci atama yükümlülüğünü yerine getirmişlerdir. Ancak kağıt üzerinde sağlanan bu "tam uyum" yasal düzenlemenin temel amacı olan **"etkin ve sorumlu muhataplık"** ilkesini hayata geçirmede yetersiz kalmaktadır.

Kurulan şirketlerin müdürlerinin yurt dışında bulunan şirketler olması ve tüzel kişilik adına hareket edecek kişilerin de **yurt dışında ikamet eden kişiler** olması, temsilcilik müessesesinin hukuki bir sorumluluk merkezi olmaktan ziyade, idari yaptırımları (bant daraltma, reklam yasağı) savuşturmak için kullanılan bir **"kal-kan"** işlevi gördüğünü düşündürmektedir. Dolayısıyla, bu durum ve değerlendirme, platformların Türkiye pazarındaki varlıklarını sürdürmek için **"minimum yasal gerekliliği"** sağlama stratejisini **paravan temsilcilikler** üzerinden izlediğini göstermektedir.

II. Raporlama Disiplinsizliği ve Veri Saklama

Kanun'un en önemli şeffaflık aracı olarak sunduğu "Şeffaflık Raporları", platformların elinde birer **işlevsiz veri setine** dönüşmüştür. İncelemelerimiz, raporların neredeyse tamamının, 5651 sayılı Kanun'un sosyal ağ sağlayıcılarına açıkça yüklediği "istatistiksel ve kategorik bilgi sunma" yükümlülüğünü (Ek Madde 4/4) ihlal ettiğini göstermektedir. Platformların büyük çoğunluğu, **9. madde (kişilik hakları ihlali)** ve **9/A maddesi (özel hayatın gizliliği ihlali)** kapsamındaki başvurulara dair ayrıştırılmış verileri sunmaktan kaçınarak, kamuoyu denetimini imkânsız kılan bir **kategorik belirsizlik** yaratmaktadır.

Platform bazlı incelememiz, bu "veri saklama" politikasının sistematik bir hal aldığı ortaya koymaktadır:

- **Meta (Facebook & Instagram):** Yayımlanan hiçbir raporda 9. madde ve 9/A maddesi kapsamındaki başvurulara dair veriler ayrıştırılmamış; tüm başvurular tek bir havuzda toplanarak ihlallerin niteliği belirsizleştirilmiştir.
- **X (Twitter):** Düzenli rapor yayımlanmasına rağmen, 9. madde ve 9/A maddesi kapsamındaki istatistikler hiçbir dönemde raporlarda yer almamıştır.
- **TikTok:** Raporlarında 9. madde ve 9/A maddesi ayırımına yer vermemiş, yasal yükümlülüğü kategorik veri sunmadan geçiştirmiştir.
- **Pinterest:** Yasal başvuru kanalları bulunmasına rağmen, şeffaflık raporlarının hiçbirinde 9. ve 9/A maddelerine özgü veri paylaşılmamıştır.
- **VKontakte (VK):** Raporlarında 9. madde ve 9/A maddesi ayırımına dair hiçbir veri sunmamış, sadece genel başvuru sayılarıyla yetinmiştir.
- **Dailymotion:** Düzenli raporlama yapmasına rağmen, 9. madde ve 9/A maddesi kapsamındaki verileri hiçbir dönemde raporlarına dahil etmemiştir.
- **Ekşi Sözlük:** Yerli bir sosyal ağ sağlayıcı olmasına rağmen, yayımladığı rapor metinlerinde 9. madde ve 9/A maddesi verilerini sayısal olarak ayrıştırmamıştır.
- **YouTube (Google):** Diğerlerinden farklı olarak başvuru sayılarını madde bazında (9 ve 9/A) ayrıştırırsa da, bu başvuruların **sonuçlarına (kaldırma/ret)** dair verileri birleştirerek sunmuş; böylece hangi ihlal türüne karşı nasıl bir işlem yapıldığının anlaşılmasını engellemiştir. Ayrıca, Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilen yasa maddelerine atıf yapmaya devam etmesi, verilerin hukuki güvenilirliğini zedelemektedir.
- **LinkedIn:** Dokuz raporlama döneminin sekizinde rapor yayımlamayarak süreci tamamen yok saymış; yayımladığı tek raporda ise ilgili maddeler kapsamında hiç talep almadığını beyan ederek inandırıcılıktan uzak bir tablo çizmiştir.

Bu tablo, şeffaflık raporlarının; kullanıcıların hak arama süreçlerini izlenebilir kılmak veya kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla değil, **şekli bir yasal prosedürü tamamlamak ve olası yaptırımlardan kaçınmak amacıyla** düzenlendiğini, içeriğinin ise bilinçli olarak boşaltıldığını göstermektedir.

III. Hukuki Geçerliliğini Yitirmiş Normlara Dayalı Müdahaleler

Raporun en çarpıcı bulgularından biri, hukuk devleti ilkesiyle bağdaşmayan, **yürürlükten kalkmış yasa hükümlerinin uygulamada sürdürülmesi** sorunudur. Anayasa Mahkemesi'nin 5651 sayılı Kanun'un 9. maddesini iptal eden kararının 10.10.2024 tarihinde yürürlüğe girmesine rağmen; YouTube başta olmak üzere bazı platformların 2025 yılı şeffaflık raporlarında halen bu maddeye dayanarak içerik kaldırdıklarını beyan etmeleri, idari ve ticari pratiklerin anayasal yargı denetiminden koptuğunu göstermektedir. Hukuki geçerliliğini yitirmiş bir sansür mekanizmasının, platformlar ve idari makamlar arasındaki fiili mutabakatla **"uygulamada"** yaşatılması, anayasal güvencelerin işlevsizleştirilmesi anlamına gelmekte ve ifade özgürlüğü açısından ağır bir tehdit oluşturmaktadır.

IV. Adli Makamlara Bilgi Verilmesi: Şeffaflıktan Uzak ve Çelişkili Bir Uygulama

Adli makamlara bilgi verme yükümlülüğü çerçevesinde yapılan incelemeler, sosyal ağ sağlayıcıları arasında derin bir politika ayrışması olduğunu ortaya koymaktadır. Platformların Türkiye'ye özgü şeffaflık raporlarında bu hayati konuda herhangi bir veriye yer verilmezken, küresel raporlarda Türkiye uygulamalarına dair sunulan veriler de son derece kısıtlıdır.

Küresel raporlarda yer alan mevcut sınırlı veriler ışığında yapılan analiz; bir yanda Türkiye'den gelen yasal bilgi taleplerini %0 (sıfır) oranında karşılayan ve yalnızca hayati tehlike arz eden acil durumlarda işbirliği yapan **Google (YouTube)**; diğer yanda ise taleplerin %80'inden fazlasına olumlu yanıt vererek kullanıcı verilerini paylaşma yoluna giden **Meta (Facebook & Instagram)** ve **TikTok** gerçekliğini gözler önüne sermektedir. Özellikle bant genişliği daraltma yaptırımının yasal zemine girmesiyle birlikte Meta ve TikTok'un veri paylaşım oranlarında gözlemlenen belirgin artış, bu platformların ticari çıkarlarını kullanıcı mahremiyetinin üzerinde tuttuğunu ve yasal baskılara boyun eğdiklerini göstermektedir.

Elon Musk yönetimindeki **X (eski adıyla Twitter)** platformu ise, önceki dönemlerin aksine küresel raporlama pratiğini terk etmiş; 2021 yılından bu yana sadece 2024'ün ilk yarısına dair sınırlı bir veri seti paylaşmıştır. Oysa aynı platformların, Avrupa Birliği'nin Dijital Hizmetler Tüzüğü ("DSA")¹¹¹ uyum sürecinde **X**¹¹² ve diğer sosyal ağ sağlayıcıları tarafından çok daha kapsamlı ve detaylı şeffaflık raporları yayımladıkları görülmektedir. Bu tezat, sosyal ağ sağlayıcılarının talep edildiğinde şeffaflık standartlarını yükseltebilecek kapasitede olduklarını, ancak Türkiye söz konusu olduğunda bu iradeyi göstermeyerek süreci **"kısıtlı ve işlevsiz"** raporlarla geçiştirdiklerini kanıtlamaktadır.

¹¹¹ Türkçe tercümesi için bkz. https://www.ab.gov.tr/siteimages/resimler/hcdb_dsa_14.10.2024.pdf

¹¹² Örneğin X tarafından yayınlanan 01.04-30.10 2025 raporu için bkz. <https://transparency.x.com/dsa-transparency-report-2025-october.html>. Tüm raporlar için bkz. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-brings-transparency>

V. Yasal Baskı Araçları ve Sivil Alanın Daralması

2025 yılında yaşanan toplumsal protestolar ve seçim süreçleri, 5651 sayılı Kanun'un 8/A maddesinin (kamu düzeni, milli güvenlik vb.) muhalif sesleri bastırmak amacıyla ne denli geniş ve keyfi bir şekilde kullanıldığını bir kez daha göstermiştir. Şeffaflık raporlarından derlenen veriler; TikTok'un **%92,65'e ulaşan** ve Meta'nın (Instagram özelinde) yüksek seviyelerde seyreden içerik kaldırma/erişim engelleme uyum oranlarının, Türkiye'deki dijital kamusal alanın giderek daha steril, kontrol edilebilir ve tek sesli bir yapıya dönüştürüldüğüne işaret ettiğini ortaya koymaktadır. Platformların, "idari para cezası" ve "bant daraltma" gibi ağır yaptırım tehditleri karşısında, ticari varlıklarını sürdürebilmek adına gazetecilerin, hak savunucularının ve sivil toplum örgütlerinin hesaplarını feda etme eğilimi, dijital sivil alanın geleceği ve çok seslilik açısından kaygı vericidir.

VI. Küresel Bir Sorun Olarak "Hesap Verebilirlikten Yoksun İstatistiksel Dökümler"

Sosyal ağ sağlayıcılarının şeffaflık pratiklerine yönelik eleştirilerimiz, yalnızca Türkiye'ye özgü bir uygulama eksikliğinden değil, platformların küresel ölçekte benimseydiği **"hesap verebilirlikten kaçınma"** stratejisinden kaynaklanmaktadır. Avrupa Birliği'nin Dijital Hizmetler Tüzüğü ("DSA") kapsamındaki şeffaflık raporlarına yönelik güncel akademik incelemeler, platformların sunduğu raporların "hesap verebilirlik olmaksızın yapılan sayısal dökümlerden" ibaret olduğu eleştirisini getirmektedir.¹¹³

Bu eleştiriler, Türkiye'deki "Şeffaflık Yanılsaması"nı analiz etmek için güçlü bir teorik zemin sunmaktadır. Özellikle akademik literatürde **"bağlantısız veri noktaları"** (**disconnected data points**) olarak tanımlanan sorun ve şeffaflığın hesap verebilirliği sağlamaktan ziyade bir "görünürlük illüzyonu" yarattığını savunan eleştiriler,¹¹⁴ Türkiye raporlarında çok daha belirgindir. Platformların sunduğu verilerde, kararlar ile gerekçeler arasında bir nedensellik bağı kurmak veya farklı veri setlerini birbiriyle ilişkilendirmek mümkün değildir. Örneğin Meta'nın Türkiye raporlarında 9. ve 9/A maddelerini birleştirerek sunması, TikTok'un içerik kaldırma gerekçelerini yerel raporlarda ayırtmaması veya LinkedIn'in yerel raporunda "sıfır" talep beyan ederken küresel veri tabanında Türkiye'den gelen taleplere %100 oranında işlem yaptığının ortaya çıkması, verilerin analitik değerini ve güvenilirliğini sıfıra indirmektedir. Araştırmacılar, hangi tür içeriklerin hangi mekanizmayla kaldırıldığını takip edememekte, bu kopukluk raporları bir denetim aracı olmaktan çıkarmaktadır.

¹¹³ "counting without accountability" Bkz. Analysis of the DSA's Transparency Reports: Counting without accountability?, Humboldt Institute for Internet and Society (HIIG), 25.09.2025, <https://www.hiig.de/en/analysis-of-the-dsas-transparency-reports/>

¹¹⁴ Bu konuda "şeffaflık ideali" ile "anamlı hesap verebilirlik" arasındaki kopukluk ve şeffaflığın bir "bilmeme hali" yaratması riski için bkz. Ananny, M., & Crawford, K. (2018), "Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability", *New Media & Society*, 20(3), 973-989. Verilerin kategorik belirsizliği, platformlar arası kıyaslanma sorunu ve granüler veri eksikliği için bkz. Suzor, N., West, S. M., Quodling, A., & York, J. (2019), "What Do We Mean When We Talk About Transparency? Toward Meaningful Transparency in Commercial Content Moderation," *International Journal of Communication*, 13, 1526-1543. Platformların yasal düzenlemeler karşısında verileri nasıl "kara kutu" haline getirdiğine dair güncel hukuki analizler için bkz. Leerssen, P. (2020), "The Soap Box as a Black Box: Regulating Transparency in Social Media Recommender Systems," *European Law Journal*, 26(3-4), 266-288. Şeffaflık raporlarında sadece sayısal verilerin yetersizliği ve "karar gerekçeleriyle" desteklenmiş anlamlı veri standardı ("Santa Clara İlkeleri") için ayrıca bkz. Santa Clara Principles on Transparency and Accountability in Content Moderation 2.0 (2021), <https://santaclaraprinciples.org/>.

Bununla birlikte, incelemeler platformların yasal süreçlerle uğraşmamak veya sansür istatistiklerini düşük göstermek amacıyla, yasal talepleri “Topluluk Kuralları İhlali” kılıfına sokarak işleme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Türkiye verilerimizde TikTok’un “Topluluk Kuralları” gerekçeli kaldırma işlemlerindeki artış ve LinkedIn’in resmi talepleri yerel şeffaflık raporuna yansıtmadan “sessizce” işleme alması, bu tespitin somut örnekleridir. Platformlar, devletin “kaldır” dediği içeriği “zaten kurallarımıza aykırıydı” diyerek sildiğinde, bu işlem bir “hükümet sansürü” olarak değil, platformun “rutin temizliği” olarak kayda geçmekte; böylece gerçek sansürün boyutu perdelenmektedir.

Ayrıca, her platformun kendi ve raporlama formatını kullanması, platformlar arası bir kıyaslamayı imkânsız kılan keyfi bir kategorizasyon sorunu yaratmaktadır. DSA gibi katı şablonların olduğu bir rejimde dahi bu keyfilik eleştirilirken; Türkiye gibi standart bir şablonun bulunmadığı bir ortamda YouTube, X ve Meta’nın sunduğu veriler, birbiriyle kıyaslanamayacak standart dışı formatlarda sunulmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye’deki sosyal ağ sağlayıcıları, **küresel şeffaflık tartışmalarındaki en kötü pratikleri benimseyerek**; şeffaflık raporlarını “neyin sansürlendiğini ifşa eden” bir mekanizma olmaktan çıkarp, “ne kadar çok işlem yaptıklarını” pazarladıkları bürokratik bir vitrine dönüştürmüşlerdir.

VII. Algoritmik Belirsizlik ve Denetim Dışı Kalan “Akış” Yönetimi

Raporumuzun temelini oluşturan **“Dijital İtaat Rejimi”**, sadece yargı ve idare kararlarıyla uygulanan “görünür” erişim engelleme pratiklerinden ibaret değildir; bu rejim, içeriklerin kitlelere ulaşp ulaşmayacağını belirleyen algoritmik tercihlerin denetimsizliğiyle de tahkim edilmektedir. Sosyal ağ sağlayıcılarının ve dijital platformların **“kara kutu”** olarak nitelendirilen algoritmik kürasyon süreçleri, hangi içeriğin öne çıkarılacağına veya sönümlendirileceğine karar veren mutlak ve şeffaflıktan uzak bir iktidar alanı yaratmıştır.

Bu yapısal sorun, özellikle haber ve bilgi akışının ana belirleyicisi olan arama motorları ve **Google** özelinde kritik bir hukuksal boşluğa işaret etmektedir. 5651 sayılı Kanun’un Ek Madde 4 düzenlemesi, sosyal ağ sağlayıcılarını belirli şeffaflık yükümlülüklerine tabi tutarken; Google gibi arama motorları ve “Google Haberler” veya “Google Keşfet” gibi haber akış servisleri, bu tanımın ve denetim mekanizmasının fiilen dışında kalmaktadır. Bu yasal kör nokta, algoritmik akış yönetiminin tamamen keyfi, ticari ve siyasi baskılara açık bir alanda şekillenmesine neden olmaktadır.

Bağımsız medya kuruluşlarının (Örn: HalkTV, Gazete Duvar ve Diken) verilerine yansıyan ve herhangi bir yargı kararı olmaksızın trafiklerinin ani algoritmik müdahalelerle kesildiğini gösteren örnekler;¹¹⁵ içeriğin resmen yasaklanmadığı ancak

¹¹⁵ Bkz. BBC Türkçe, “Gazete Duvar neden kapandı, Google algoritma eleştirilerine ne diyor?” 14.03.2025, <https://www.bbc.com/turkce/articles/c3rn1zyp5q8o>; Gazete Duvar, “Halk TV: Google’a karşı yasal süreç başlatıyoruz,” 06.03.2025, <https://www.gazeteduvar.com.tr/halk-tv-googlea-karsi-yasal-surec-baslatiyoruz-haber-1762160>; Agos, “Haber sitelerinden Google’a mektup: Algoritma değişikliği okur kaybına neden oluyor,” 13.03.2025, <https://www.agos.com.tr/tr/yazi/haber-sitelerinden-google-a-mektup-algoritma-degisikligi-okur-kaybina-neden-oluyor-32115>; HalkTV, “Google sansürden; biz gazetecilik ısrarımızdan vazgeçmiyoruz! Halk TV ailesine bir çağrımız var,” 01.12.2025, <https://halktv.com.tr/gundem/google-sansurden-biz-gazetecilik-israrimizdan-vazgecmiyoruz-halk-tv-ailesine-bir-990167h>; “Halk TV’ye Google terörü... Kopya haberler ödüllendiriliyor gazetecilik cezalandırılıyor,” 09.12.2025, <https://halktv.com.tr/gundem/halk-tvye-google-teroru-kopya-haberler-odullendiriliyor-gazetecilik-992028h>; “Google’ın emeğimize nasıl çöktüğünü delilleriyle ifşa

fiilen kitlelere ulaşmasının engellendiği bir “**gölge sansür**” (*shadow banning*) pratiğinin yürürlükte olduğunu göstermektedir. Öne çıkarılan veya erişimi azaltılan içeriklere ilişkin algoritmik kriterlerin kamuoyu ile paylaşılmaması, hem haksız rekabet yaratmakta hem de bağımsız medyanın görünürlüğünü ve ekonomik sürdürülebilirliğini baltalayarak ifade ve basın özgürlüğüne telafisi güç zararlar vermektedir.

Daha vahim olan ise, Google’ın haber kuruluşlarına ve sivil toplum örgütlerine gönderdiği “**listeden çıkartma**” (*delisting*) bildirimlerinin somut bir sansür aracına dönüşmesidir. İfade Özgürlüğü Derneği (İFÖD) verileri, Ağustos 2024 – Kasım 2025 tarihleri arasında derneğe ait EngelliWeb içeriklerine yönelik **toplam 33 adet** listeden çıkartma bildirimi yapıldığını belgelemektedir.¹¹⁶ Bu bildirimlerin Diken, Bianet ve kapanmadan önce Gazete Duvar gibi haber kuruluşlarına sıklıkla gönderildiği de bilinmektedir. Google, bu bildirimlerde herhangi bir mahkeme kararı sunmamakta, içeriklerin hangi “yerel yasa” kapsamında çıkarıldığını belirtmemekte ve “yasal nedenlerle detay paylaşamayacağını” iddia ederek süreci tam bir gizlilik içinde yürütmektedir. İtiraz yolunun kapalı olduğu bu uygulama, algoritmik gölge sansürün mutlak bir keyfilikle yürütülmesine zemin hazırlamakta ve “unutulma hakkı” gibi kavramların, kamusal hafızayı silmek için bir araç olarak kullanıldığı şüphesini güçlendirmektedir.

Bu keyfi uygulamalar, uluslararası arenada da ciddi bir hukuki incelemenin odağındadır. Nitekim Avrupa Komisyonu, 13 Kasım 2025 tarihinde, Google’ın “site itibarını kötüye kullanma politikası” (*site reputation abuse policy*) kapsamında medya yayıncılarının içeriklerini arama sonuçlarında haksız yere alt sıralara düşürdüğüne (*demotion*) dair **emareler bulunduğunu** belirterek Google hakkında Dijital Piyasalar Yasası (“DMA”) ihlali şüphesiyle resmi bir soruşturma başlatmıştır.¹¹⁷ Komisyon, Google’ın bu politikasının, yayıncıların web sitelerine **adil, makul ve ayrımcı olmayan** (FRAND) koşullarda erişim sağlama yükümlülüğünü zedeleyip zedelediğini incelemektedir. AB düzeyinde “medya çoğulculuğuna ve demokrasiye potansiyel tehdit” olarak görülen bu algoritmik müdahalelerin, Türkiye’de hiçbir yasal denetime tabi olmaksızın uygulanması, dijital itaat rejiminin keyfilikliğini gözler önüne sermektedir.

ediyoruz! Varan 1,” 10.12.2025, <https://halktv.com.tr/gundem/googlein-emegimize-nasil-coklugunu-delille-riyle-ifsas-ediyoruz-1-992184h>.

¹¹⁶ İfade Özgürlüğü Derneği’ne iletilen Google Search Console bildirimleri. Bildirimlerde; “Due to a request under Turkish local law, Google can no longer show one or more pages from your site in Google Search results... Due to legal reasons, we are unable to share with you the details of the legal request received by Google.” (Türk yerel yasaları kapsamındaki bir talep nedeniyle, sitenizdeki bir veya daha fazla sayfayı artık Google Arama sonuçlarında gösteremiyoruz... Yasal nedenlerden dolayı, Google’a ulaşan yasal talebin ayrıntılarını sizinle paylaşamıyoruz.) ifadeleri yer almaktadır. Bu bildirimlerin Diken, Bianet ve Gazete Duvar gibi haber sitelerine de sıklıkla gönderildiği bilinmektedir.

¹¹⁷ Avrupa Komisyonu, “Commission opens investigation into potential Digital Markets Act breach by Google in demoting media publishers’ content in search results,” Basın Bülteni (IP/25/2675), Brüksel, 13.11.2025, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_2675. Ayrıca bkz. Diken, “Google’a soruşturma: ‘Haber içeriklerini alt sıralara indiriyor’” 13.11.2025, <https://www.diken.com.tr/googlea-sorusturma-haber-iceriklerini-alt-siralara-indiriyor/>; The Guardian, “EU investigates Google over ‘demotion’ of commercial content from news media,” 13.11.2025, <https://www.theguardian.com/technology/2025/nov/13/eu-investigates-google-search-over-demoting-commercial-content-from-news-media>.

VIII. Düzenleyici Kurumun “Ticari Sır” Kalkanı ve Kamusal Denetimin İmkansızlığı

Sosyal ağ sağlayıcılarının şeffaflık performansını değerlendirirken, madalyonun diğer yüzünde yer alan düzenleyici kurumun (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu - BTK) tutumu, “dijital itaat rejimi”nin ne denli kapalı devre işlediğini gözler önüne sermektedir. Bu çalışmanın hazırlık sürecinde 20.11.2025 tarihinde CİMER üzerinden yaptığımız bilgi edinme başvurusu ve bu başvuruya BTK tarafından 11.12.2025 tarihinde verilen yanıt, sistemin şeffaflık üzerine değil, **“devlet ile platformlar arasındaki gizli mutabakat”** üzerine kurulduğunu belgelemektedir.

Yapılan başvuruda, 2021-2025 yılları arasındaki dokuz raporlama döneminde platformların (X, Meta, TikTok, LinkedIn vb.) kurumsal raporlarını sunup sunmadıkları ve bu raporların içerikleri talep edilmiştir. BTK verdiği yanıtta, bahse konu sosyal ağ sağlayıcıların **tamamının**, belirtilen dönemlerin **hepsinde** raporlarını Kuruma bildirdiğini teyit etmiş; bu nedenle haklarında herhangi bir **idari yaptırım uygulanmadığını** belirtmiştir.

Bu resmi beyan, raporumuzda tespit edilen **“kamusal şeffaflık fiyaskosu”** ile taban tabana zıt bir tablo çizmektedir. Örneğin, kamuoyuna açık şeffaflık sayfasında 2021-2025 yılları arasında neredeyse hiç rapor yayımlamayan LinkedIn’in, BTK’ya “eksiksiz” rapor sunduğunun anlaşılması; platformların devlete karşı “itaatkâr,” kamuoyuna karşı ise “kapalı” bir strateji izlediğini kanıtlamaktadır.

Daha vahim olan ise BTK’nın, Kanun’un “şeffaflık” başlığı altında toplanan bu verileri kamuoyu ile paylaşmayı reddetmesidir. Kurum, sosyal ağ sağlayıcıların sunduğu raporların **“ticari sır niteliğinde bilgiler”** ve **“kişilere yönelik kişisel veriler”** içerdiğini gerekçe göstererek (4982 sayılı Kanun, md. 21 ve 23), bu raporların içeriğini erişime engellemiştir. Oysa sosyal ağ sağlayıcıları tarafından sunulan raporlar, doğası gereği bireysel vakaları değil, “başvuru sayıları, işlem türleri, personel niteliği” gibi **istatistiksel verileri** içermektedir. Dolayısıyla, bu raporların “kişisel veri” içerdiği iddiası teknik gerçeklikle bağdaşmamaktadır.

Kaldı ki, raporlar kısmen kişisel veri veya ticari sır içerse dahi, BTK’nın bu verileri tamamen gizlemesi hukuka aykırıdır. 4982 sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu’nun 9. maddesi, **“Gizli bilgileri ayırarak bilgi veya belge verme”** yükümlülüğünü düzenlemiş; açıklanabilir nitelikteki bilgilerin, gizli kısımlar çıkarıldıktan sonra başvurana sunulmasını emretmiştir. BTK’nın bu ayıklama mekanizmasını işletmek yerine raporları bir bütün olarak “sır” olarak değerlendirmesi, şeffaflık ilkesini yok sayan keyfi bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, platformların sunduğu verilerin doğruluğunun ve tutarlılığının sivil toplum veya bağımsız araştırmacılar tarafından denetlenmesini imkânsız hale getirmekte; “şeffaflık raporlarını” sadece devletin görebildiği **“kapalı devre bildirimlere”** dönüştürmektedir.

Bu bağlamda, platformların kamuoyuna sunduğu raporların içeriksizliği ile devletin elindeki raporların “sır” olarak saklanması birleştiğinde, Türkiye’deki İnternet yönetim modelinin, şeffaflığı sağlamaktan ziyade, **platformlar ve devlet arasında kapalı kapılar ardında yürütülen bir pazarlık ve veri alışverişi sürecine** dönüştüğü anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye’de sosyal ağ sağlayıcılarına yönelik mevcut yasal rejim ve uygulama pratikleri, kullanıcıların ifade özgürlüğünü ve bilgiye erişim hakkını

korumaktan ziyade; platformları devletin sansür ve gözetim mekanizmasının birer “**uyumlu aparatı**” haline getirmiştir. Platformların şeffaflıktan uzak ve işlevsiz raporlama teknikleri, kullanıcı verilerini koruma konusundaki dirençsizlikleri ve Anayasa Mahkemesi’nin iptal kararlarına rağmen hukuki geçerliliğini yitirmiş normlara dayalı fiili uygulamaları sürdürmeleri, Türkiye’nin İnternet özgürlüğü karnesindeki yapısal sorunların derinleşerek devam ettiğini göstermektedir.



İnternetin özgürleştirici bir alan olmaktan çıkıp, merkezi bir denetim mekanizmasına dönüştüğü Türkiye’de; Facebook, X, YouTube ve TikTok gibi küresel sosyal medya devleri nerede duruyor? **Yaman Akdeniz ve Ozan Güven tarafından ifade Özgürlüğü Derneği (“İFÖD”) bünyesinde hazırlanan** bu çarpıcı çalışma, 5651 sayılı Kanun’la kurulan yeni yasal düzenin perde arkasını aralıyor. Rapor, “kullanıcı haklarını koruma” vaadiyle Türkiye’de ofis açan platformların, aslında devletin sansür taleplerine boyun eğen ve ticari çıkarlarını ifade özgürlüğünün önüne koyan birer “uyumlu aparata” dönüştüğünü belgeleriyle ortaya koyuyor.

Elinizdeki çalışma, sadece yasal metinleri değil, platformların “şeffaflık raporu” adı altında sunduğu verileri de mercek altına alıyor. Hangi platformun “sıfır talep” beyan edip arka kapıdan %100 sansür uyguladığını, hangisinin Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiş yasa maddelerini fiilen yaşatmaya devam ettiğini ve hangilerinin kullanıcı verilerini paylaşma konusunda direncini tamamen kırdığını tüm çıplaklığıyla ifşa ediyor. Çalışma, “şeffaflık” adı altında sunulan verilerin aslında nasıl bir “veri karartma” operasyonuna dönüştüğünü akademik ve teknik analizlerle gösteriyor.

“Dijital İtaat Rejimi”, Türkiye’de İnternet’in geleceği, dijital sivil alanın daralması ve küresel şirketlerin otoriter rejimlerle kurduğu tehlikeli ilişki üzerine düşünen herkes için bir başucu kaynağı. EngelliWeb verileriyle desteklenen bu çalışma, 1,2 milyonu aşan erişim engelleme kararlarının gölgesinde, dijital haklar mücadelesinin ne denli hayati bir eşikte olduğunu hatırlatıyor.

ISBN
978-625-99747-7-4



ifade.org.tr

iFÖD
İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ DERNEĞİ