

Küreselleşme, Sosyal Medya ve İnsan Hakları Hukuku

Av. Onat Kök

I. Giriş

Tarihsel açıdan küreselleşme kavramı eskilere dayanmaktadır. Küreselleşme tarihi kimi görüşlerce değişik coğrafyalarda yaşayan insan grupları arasında iletişim tesis edildiği zamana dayandırılmaktadır.¹ Ancak, küreselleşme kavramının yaygın şekilde tanınması ve kullanılması yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren söz konusu olmuştur. Günümüzde küreselleşmeye ilişkin çeşitli tanımlama faaliyetleri yapılmaktadır. Örneğin, küreselleşme için “... dünya ülkeleri arasındaki ekonomik, siyasal ve sosyo-kültürel ilişkilerin yaygınlaşarak gelişmesi, maddi ve maddi olmayan değerlerin, bu değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılması anlamına gelmektedir”² şeklinde bir tanımlama faaliyetinde bulunulmuştur. Bu tanımlama ile benzer bir şekilde “sınır” kavramı üzerinde duran diğer bir tanımlamada ise, küreselleşmenin evrendeki mekânsal sınırların önemini yitirmesi ve dünyanın tek bir yer olarak anlamlandırılması denilmiştir.³

Gerçekten de özellikle son yıllarda iletişim ve ulaşım teknolojinin olağanüstü bir şekilde gelişmesi ile birlikte, küreselleşmenin ekonomik, sosyal ve kültürel alandaki etkileri de olağanüstü düzeye çıkmıştır. Şöyle ki, aralarında binlerce kilometre mesafe olan ve farklı toplumlarda yaşayan kişiler birbirlerinin toplumlarında gerçekleşen haberlerden neredeyse anında haberdar olmakta, birbirlerinin kültürlerini masrafsız bir şekilde tanıyabilmekte, birinin ülkesindeki “iyiyi” görüp istemekte, diğerinin ülkesindeki “kötüyü” görüp kınayabilmektedir. Bu küreselleşmenin sosyal-kültürel tarafına örnek olup ekonomik açıdan ise bu kişiler birbirleri ile çok rahat bir şekilde ticari ilişki içerisine girebilmekte, birinin ülkesinde üretilen mal diğerinin ülkesine kolaylıkla ulaştırılırken, karşılığı olan para da aynı gün içerisinde banka hesabına yatmaktadır.

Görüldüğü üzere, küreselleşmeye ilişkin tanımlama faaliyetlerinde vurgulanan “sınırların ortadan kalkması” meselesi gerçeklikle birebir örtüşmekte olup küreselleşmeyle birlikte henüz ayrı toplumlar tam anlamıyla ortadan kalkmamış olsa da “küresel insan” ve “küresel toplum” kavramları günden güne etkisini arttırarak devletler açısından yadsınamaz bir şekilde kendisini hissettirmektedir.

2000’li yıllara gelinirken ve bu yıllarla birlikte iletişim teknolojilerinin, özellikle internetin, gelişmesi ve yaygınlaşması ile sosyal medya kavramı ortaya çıkmaya başlamıştır. İnternet kullanımının dünyada yaygınlaşması, bilgisayar edinebilmenin kolaylaşması, hatta mobil cihazlar sayesinde günün her anında internete erişilebilmesi insanların yedi gün yirmidört saat etkileşimde kalabilmesinin önünü açmıştır. Etkileşimin bu şekilde yoğun ve kolay erişilebilir olması neticesinde ise, sosyal medya küreselleşmenin bir ürünü olan ve onu daha

¹ Aytakin İbrahim, “Küreselleşme ve Ekonomik Küreselleşme”, BEU. SBE. Derg. Cilt: 1 Sayı:2, Haziran 2013, s. 124.

² Yüksek, Mehmet. “Küreselleşme, Ulusal Hukuk ve Türkiye”, Siyasal Kitabevi, 2001, s.13.

³ Aytakin, İbrahim, s. 125.

da ileriye taşıyan bir unsur haline gelmiştir. Ancak, ülkesel nitelikli, yavaş ve değişmeyi sevmeyen milli hukuk düzenleri sosyal medyanın hızına yetişmede bazı alanlarda yetersiz kalmaktadır.

Bu yazımızda ele alınacağı üzere, sosyal medya, küresel olarak tanınmış insan haklarından düşünce ve ifade özgürlüğü, haberleşme hürriyeti, özel yaşamın gizliliği gibi temel insan hakları ile doğrudan ilişkili olup küresel bazda herhangi bir hukuki rejime tabi olmayan ve günümüzde “dev” olarak nitelendirilebilecek sosyal medya şirketleri tarafından bu insan haklarına dair çeşitli ihlaller gerçekleştirilebilmektedir. Bu ihlallere karşı, milli hukuk düzenleri yaptırım uygulamada yetersiz kalmakla birlikte, bir yaptırım uygulandığında, bu yaptırım sosyal medya devleri için önem arz edecek nitelikte olmamaktadır. Bu sebeptendir ki, sosyal medya devlerinin küresel bazda tabi olacağı hukuk kurallarının getirilmesi ileride ortaya çıkabilecek hak ihlallerinin önüne geçilmesi adına hayati önem arz etmektedir.

II. Sosyal Medya ve Küreselleşme

Sosyal Medya, internet kullanımının 2000 yılına yaklaşılırken yaygınlaşması ile gelişmeye başlamış ve sürekli ivmesini arttırarak yaygın bir şekilde kullanılmaya da devam edilmektedir. Kullanılmaya başlandığı ilk yıllarda esas olarak kelimesel anlatım ve iletişime dayalı olan sosyal medya, günümüzde kelime, ses, fotoğraf ve video olmak üzere birçok anlatım ve iletişim yolunu içerisinde barındırmaktadır. Kullanımı çoğunlukla ücretsiz olan sosyal medya internet erişimi olan herkes tarafından kolaylıkla kullanılabilen ve dil bariyeri olmayan durumlarda geniş kitleleri rahatlıkla birbirine bağlamaktadır.

Sosyal medyanın esasen iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile ortaya çıkmış bir kavram olduğu ve büyük ölçüde küreselleşmeden beslendiği söylenebilirken, sosyal medyanın da küreselleşmenin ivmesini arttırdığı ve onu güçlendirdiği söylenebilecektir. Zira, sosyal medya kullanımı küreselleşmeyle birlikte öyle bir noktaya gelmiştir ki, sosyal medyada olmama kişinin günlük hayattan dışlanması sonucunu doğurabilmektedir. Ücretsiz ve yaygın kullanımı sebebiyle devlet kurumları ve şirketler “görünür” olma amacıyla sosyal medyada bulunması zorunluluğu olduğunu düşünebilmektedir. Bu yaygın etkileşim ise, sınırlardan yoksun bir ortam yaratmakta ve küreselleşme farklı toplumların kesintisiz etkileşimiyle birlikte ivmesini arttırmaktadır. Görüldüğü üzere küreselleşme ve sosyal medya arasında simbiyotik bir ilişki bulunmaktadır.

Sosyal medya ve küreselleşme arasındaki simbiyotik ilişkinin ortaya konulması için Simon Kemp, Kepios, Hootsuite ve We Are Social ortak yapımıyla oluşturulmuş datareportal.com adresinde 27 Ocak 2021 tarihinde yayınlanmış detaylı istatistiklerin ele alınmasında fayda bulunmaktadır.⁴

Bu rapora göre, Dünya nüfusu 7.83 Milyar olup bunun %56,4’ü yani 4.42 Milyarı şehirleşmiş bölgelerde yaşamaktadır. Şahsi telefon kullanımı ise 5.22 Milyar, internet kullanımı 4.66 Milyar ve son olarak aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 4.2 Milyardır. Ocak 2020 – Ocak 2021 döneminde dünya nüfusu 81 Milyon artış gösterirken aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 490 Milyon artış göstermiştir. Aynı araştırma içerisinde 2020 yılını kapsar şekilde, 16 – 64 yaş aralığında sosyal medya kullanan kişilerin gün içerisinde sosyal medyada geçirdiği ortalama zamanın iki saat yirmi beş dakika olduğu ortaya konulmuştur.

⁴ Kemp Simon, Kepios, Hootsuite, We Are Social, Digital 2021 Global Overview Report, 2021 <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Diğer taraftan, bu araştırmaya göre, en çok kullanılan ilk dört sosyal medya uygulaması Facebook, Whatsapp, Messenger ve Instagram şeklinde olup bütün bu uygulamaların Facebook Incorporated isimli Amerika Birleşik Devletleri menşeiili şirkete ait olduğu görülmektedir. En çok aktif kullanıcısı olan sosyal medya platformlarının ise isim ve kullanıcı sayıları şu şekildedir:

- 1) Facebook – 2.74 Milyar
- 2) Youtube – 2.29 Milyar
- 3) Whatsapp – 2 Milyar
- 4) Messenger – 1.3 Milyar
- 5) Instagram – 1.22 Milyar

Görüldüğü üzere, Facebook Inc. isimli şirketin Facebook, Whatsapp, Messenger ve Instagram uygulamaları aracılığı ile 7.26 Milyar aktif kullanıcısının olduğu anlaşılmaktadır. Zaten, NASDAQ verilerine göre Facebook Inc. isimli şirketin piyasa değerinin 30 Nisan 2021 itibarıyla 923.636 Milyar Amerikan Doları olduğu ortaya konulmaktadır.⁵

Yukarıda ele aldığımız veriler kapsamında dünyanın şehirleşmiş nüfusunun neredeyse tamamının sosyal medya kullandığı anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, aslında, sosyal medya ile şehirleşmiş dünyadaki sınırların ortadan kalkmış olduğu açık bir şekilde söylenebilecektir. Zira, sosyal medya 4.2 Milyar nüfusa sahip ekonomik anlamda çoğu devletten daha güçlü şirketlerin bulunduğu küresel bir dünya haline gelmiştir.

III. Uluslararası Sosyal Medya Şirketlerinin Tabi Olduğu Hukuki Rejim

Sosyal medya uygulamalarına ve geniş anlamda platformlarına sahip olan yapılar özel hukuk tüzel kişileri olan şirketlerdir. Bu doğrultuda sosyal medya şirketlerinin kuruldukları, merkezlerinin bulunduğu veya faaliyetlerinin yoğunlaştığı ülkelerin hukukuna tabi olabileceğini söylemek mümkün olabilecektir. Ancak, uluslararası alanda faaliyet gösteren sosyal medya şirketlerinin merkezleri genel olarak Amerika Birleşik Devletleri olup bu şirketlerin çoğu ülkede şubesi veya temsilciliği bulunmamaktadır. Bununla birlikte, uluslararası sosyal medya şirketlerinin tabi olduğu bir uluslararası kurallar bütünü de bulunmamaktadır.

Bu hususta Avrupa Birliği Parlamentosu'nun Dijital Hizmet Kanunu ve Dijital Piyasalar Kanunu çalışmaları kapsamında 10 Şubat 2021 tarihli oturumunda gerçekleşen sosyal medya ve demokrasi üzerine tartışması dikkat çekicidir. Bu oturumda, Annalisa Tardino isimli milletvekili sosyal medya devlerine karşı daha açık kurallar getirilmesi gerekliliğini dile getirirken, Komisyon Başkan Yardımcısı Vera Jourova, sosyal medyaya ilişkin “vahşi batı” benzetmesi yapmış, Anne-sophie Pelletier isimli milletvekili ise, sosyal medyaya ilişkin tasarrufların sosyal medya patronlarına bırakılmaması gerektiğini söylemiştir.⁶

Sonuç olarak, uluslararası sosyal medya şirketlerine ilişkin ciddi bir düzenleme boşluğu bulunurken, bu şirketlerin uluslararası faaliyetlerinde tabi oldukları bir otorite olmaması, yine bu şirketlerin ekonomik kaygıları bulunmuyorsa devlet otoritelerini kale dahi almadıkları açık bir şekilde görülmektedir. Anlaşıldığı üzere, bu şirketler mensubu oldukları devletlerin yasaları ve kendi istedikleri dışında herhangi bir hukuki sisteme bağlı bulunmamaktadır.

⁵ <https://www.nasdaq.com/market-activity/stocks/fb>

⁶ <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20210204STO97129/social-media-and-democracy-we-need-laws-not-platform-guidelines>

IV. Sosyal Medya Şirketlerinin Muhatap Olduğu Temel İnsan Hakları Hukuku Kuralları

Sosyal medya şirketlerinin esas olarak iletişim faaliyetleri gerçekleştirdiği ve faaliyetleri sebebiyle kişisel veri işlediği değerlendirildiğinde muhatap olduğu İnsan Hakları Hukuku kuralları şu şekilde ifade edilebilecektir:

- İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi m.12: *“Kimsenin özel yaşamına, ailesine konutuna ya da haberleşmesine keyfi olarak karışılmaz, şeref ve adına saldırılamaz. Herkesin bu gibi karışma ve saldırılara karşı yasa tarafından korunmaya hakkı vardır.”*⁷
- Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi m.8: *“Herkes özel ve aile hayatına, konutuna ve yazışmasına saygı gösterilmesi hakkına sahiptir.”*⁸
- T.C. Anayasası m.20: *“Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz.”*⁹
- T.C. Anayasası m.22: *“Herkes, haberleşme hürriyetine sahiptir. Haberleşmenin gizliliği esastır.”*¹⁰

Ayrıca, sosyal medya platformları üzerinden kullanıcılar tarafından çeşitli olaylar hakkında fikir açıklamaları yapılması söz konusu olduğundan, bu sosyal medya şirketlerinin muhatap olduğu diğer İnsan Hakları Hukuku kurallarının aşağıda sayılanlar olabileceği de söylenebilecektir:

- İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi m.18: *“Herkesin düşünce, vicdan ve din özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak, din veya topluca, açık olarak ya da özel biçimde öğrenim, uygulama, ibadet ve dinsel törenlerle açığa vurma özgürlüğünü içerir.”*¹¹
- Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi m.10: *“Herkes ifade özgürlüğü hakkına sahiptir. Bu hak, kamu makamlarının müdahalesi olmaksızın ve ülke sınırları gözetilmeksizin, kanaat özgürlüğünü ve haber ve görüş alma ve de verme özgürlüğünü de kapsar.”*¹²
- Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi m.9: *“Herkes düşünce, vicdan ve din özgürlüğüne sahiptir; bu hak, din veya inanç değiştirme özgürlüğü ile tek başına veya topluca, kamuya açık veya kapalı ibadet, öğretim, uygulama ve ayin yapmak suretiyle dinini veya inancını açıklama özgürlüğünü de içerir.”*¹³
- T.C. Anayasası m.25: *“Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir.”*¹⁴
- T.C. Anayasası m.26: *“Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet*

⁷ <http://www.multeci.org.tr/wp-content/uploads/2016/12/Insan-Haklari-Beyannamesi-1.pdf> s.204

⁸ https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_TUR.pdf s.10

⁹ <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf> s.7

¹⁰ <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf> s.8

¹¹ <http://www.multeci.org.tr/wp-content/uploads/2016/12/Insan-Haklari-Beyannamesi-1.pdf> s.205

¹² https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_TUR.pdf s.11

¹³ https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_TUR.pdf s.10

¹⁴ <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf> s.8

Resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar.”¹⁵

V. Sosyal Medya Şirketlerince Gerçekleştirilmiş İnsan Hakları İhlalleri

Yukarıda da bahsedildiği üzere, sosyal medya şirketleri neredeyse dünyanın her yerinde faaliyet göstermektedir. Bu şirketler, faaliyetleri sebebiyle, özel hayatın gizliliği, haberleşme hürriyeti, düşünce ve kanaat özgürlüğü gibi temel insan hakları ile doğrudan ilişki içerisinde bulunmaktadır. Bu başlık altında ise, sosyal medya şirketlerince gerçekleştirilmiş birkaç büyük insan hakları ihlali olayı ve bu olayda yetkili otoritelerin, varsa vermiş oldukları kararlar ele alınacaktır.

1. Facebook ve Cambridge Analytica Data Skandalı

Bu olaya konu olan taraflar, Facebook Inc. isimli sosyal medya şirketi ve Cambridge Analytica isimli siyasi danışmanlık hizmetleri veren İngiltere’de yerleşik bir şirkettir. Cambridge Analytica isimli şirket Global Science Research isimli bir şirket ile işbirliği içerisinde geliştirdikleri kişisel test uygulaması olan “thisisyourdigitalife” isimli bir uygulamayı Facebook üzerinden kullanıcılara sunmuştur. Kullanıcılar bu uygulama aracılığı ile testler çözerek açık fikirlilik, dışa dönüklük ve sair konularda kendileri hakkında bilgi elde etmiştir. Ancak, bu uygulamanın kullanıcılar tarafından Facebook hesapları ile ilişkilendirilmesi gerekliliği mevcut olmakla birlikte, uygulamayı indiren kullanıcıların testlerle sınırlı olarak kişisel verilerinin işlenmesi hususunda rıza vermesi de zorunlu tutulmuştur. Ancak Facebook tarafından Cambridge Analytica’ya kullanıcıların testlerle ilgili toplanan verileri dışında, kullanıcıların özel profilleri, mesajları, yaşları, tercihleri, hobileri, zevkleri, takip ettikleri, beğendikleri ve beğenmedikleri her şey hakkında veri işleme yetkisi verilmiştir. Bu şekilde de Cambridge Analytica, uygulamayı bir defa indiren her kullanıcının her türlü kişisel verisini hukuka aykırı bir şekilde işleme ve aktarma imkanı elde etmiştir.¹⁶

İddialara göre, Cambridge Analytica bu şekilde 87 Milyon insanın kişisel hesabına erişmiş ve 50 Milyon insanın kişisel hesabından verilerini hukuka aykırı bir şekilde toplamıştır. Yine, hukuka aykırı şekilde toplanan bu veriler İngiltere’de gerçekleşen Avrupa Birliği Referandumu’nda ve birkaç siyasi seçimde daha kullanılmıştır.¹⁷

Kullanıcılar yalnızca anket kapsamında paylaştıkları kişisel verilerinin işlendiği şekilde yanıtılarak, paylaşmadıkları kişisel verileri de işlenmiş ve gösterilen amaç dışında kullanılmıştır. Facebook tarafından da anket dışı veri işleme izni verildiğinden 50 milyon kullanıcının kişisel verisi usulsüz bir şekilde işlenmiş ve üçüncü kişilerle paylaşılmıştır. Bu olayda küresel olarak tanınan özel hayatın gizliliği kuralı ve haberleşme hürriyeti açık bir biçimde ihlal edilmiştir.

Amerika Birleşik Devletleri Federal Ticaret Komisyonu tarafından Facebook’a 5 Milyar ABD Doları ceza uygulanmakla birlikte, Facebook’a veri gizlilik politikalarına ilişkin düzeltme yapma emri verilmiş ve Şirket CEO’su Mark Zuckerberg’in gizlilik politikaları üzerinde tek

¹⁵ <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf> s.10

¹⁶ Duarte, Raquel Pita Guerreiro Marcelino, “Case Study: Facebook In Face of Crisis”, Universidade Católica Portuguesa, January 2020, s. 5,6.

¹⁷ Duarte, Raquel Pita Guerreiro Marcelino, s. 8,9.

başına sahip olduğu yetki kaldırılmıştır.¹⁸ Federal Ticaret Komisyonu tarafından Cambridge Analytica davetlere rağmen sürece katılmamış olup Federal Ticaret Komisyonu tarafından bu şirketin kullanıcıları aldattığı kararı verilerek toplamış olduğu verileri imha etmesi emri verilmiştir. Cambridge Analytica ise, İngiltere’de iflas sürecini başlatmıştır.¹⁹

2. Twitter ve Donald Trump Süreci

6 Ocak 2021 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşanan A.B.D. Eski Başkanı Donald Trump destekçileri tarafından Kongre Binası baskını hadisesinden sonra Twitter Inc. isimli A.B.D. şirketi tarafından Donald Trump’ın 8 Ocak 2021’de atmış olduğu tweetler gerekçe gösterilerek, bunların Twitter Inc. şirketinin şiddetin övülmesi karşıtı kurallarına aykırı olduğu ve bu tweetlerin 6 Ocak 2021’de yaşanan olayların benzerlerini teşvik ettiği değerlendirilerek hesapları Donald Trump’ın hesabı süresiz bir şekilde kapatılmıştır.²⁰

Donald Trump’ın A.B.D. Eski Başkanı sıfatının yanında yaklaşık 40 Milyon takipçisi bulunduğu gerçeği karşısında, bu hesabın yalnızca özel bir şirket altında bulunan özel bir hesap olduğunu söylemek güçtür. Zira, Donald Trump’ın tweetleri aracılığı ile milyonlarca insanın haber aldığı, Donald Trump’ın milyonlarca insan tarafından desteklendiği ve nihayetinde Donald Trump’ın bu tweetler aracılığı ile milyonlarca kişiye düşünce ve kanaat açıklamasında bulunduğu düşünüldüğünde, bu Twitter hesabının kamuya mal olmuş olduğu değerlendirilmesi yapılabilecektir.

Görüldüğü üzere, Twitter İnsan Haklarına ilişkin uluslararası düzenlemelere aykırı bir şekilde kişilerin haberleşme hürriyetini kanunsuz bir şekilde kısıtlarken, diğer taraftan da Donald Trump’ın düşünce ve ifade özgürlüğünü kanunsuz olarak kısıtlamıştır. Twitter’ın devletlerin sahip olduğu kamu erkine sahipmiş gibi, üstelik herhangi bir yargılama faaliyeti yapma yetkisi bulunmamasına rağmen bu şekilde bir kararla birçok İnsan Hakkı ihlaline sebep olduğu görülmektedir.

3. Hindistan ve Whatsapp Süreci

4 Ocak 2021 tarihinde Whatsapp – Facebook – Instagram ve Messenger uygulaması arasında veri paylaşımına izin veren onay metni kullanıcılara sunulmuştur. Whatsapp’ın uygulamanın kullanılması için onaylanmasını zorunlu tuttuğu ve Dünya gündeminde tepki çeken bu onay metni Hindistan Veri Otoritesi tarafından incelemeye alınmıştır. Hindistan Veri Otoritesi’ne göre, Whatsapp’ın yeni veri işleme politikası çok geniş kapsamlı ve kullanıcılara herhangi bir seçim hakkı tanımamaktadır. Ayrıca, bu veri işleme politikası Hindistan’ın yerel mevzuatı ile de uyumlu değildir. Bununla birlikte Yeni Delhi merkezli bir dijital haklar grubu tarafından Hindistan Yüce Mahkemesi’nde Whatsapp’ın yeni veri işleme politikasının özel hayatın gizliliği hakkını ihlal ettiği gerekçesiyle Whatsapp’a karşı dava açılmıştır. Süreç halen

¹⁸ Gagliardi, Natalie, “FTC hits Facebook with record \$5 billion fine for user privacy violations”, 2019, <https://www.zdnet.com/article/ftc-hits-facebook-with-record-5-billion-fine-for-user-privacy-violations/>

¹⁹ Lecher Colin, “FTC officially rules that Cambridge Analytica deceived Facebook users”, 2019, <https://www.theverge.com/2019/12/6/20999078/ftc-cambridge-analytica-facebook-users-official-ruling-privacy-scandal>

²⁰ Twitter Inc., “Permanent suspension of @realDonaldTrump”, 2021, https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension.html

sonuçlanmamış olup Whatsapp artan endişeler üzerine veri politikasını uygulama tarihini ertelemiştir.²¹

VI. Devletlerin Uluslararası Sosyal Medya Şirketlerine Karşı Yaptırım Uygulamada Yetersiz Kalması

Son yıllarda artarak devam ettiği üzere, uluslararası sosyal medya şirketlerinin insan hakları ihlalleri gerçekleştirdiği devletler tarafından tespit edilmektedir. Sosyal medya şirketleri tarafından gerçekleştirilen bu tarz ihlallere ve diğer ihlallere karşı devletlerin ilgili otoriteleri tarafından yaptırımlar uygulansa da, bu yaptırımlar sosyal medya şirketlerinin ekonomik gücü karşısında hiçbir etki gösterememekte, herhangi bir caydırıcı sonuç arz edememektedir. Diğer taraftan sosyal medya şirketleri her ülkede faaliyet gösterirken, her ülkede, o devletin hukuki düzenlemelerinin muhatap alabileceği bir şubeleri veya temsilcilikleri bulunmamaktadır. Son olarak ise, insan hakları hukukuna ilişkin uluslararası düzenlemeler esas olarak devletleri muhatap alırken, devletler kadar güçlü sosyal medya şirketlerini muhatap almamaktadır. Bu sorunlar birer birer şu şekilde ele alınabilir:

1. Sosyal Medya Devlerinin Her Ülkede Faaliyeti Olmasına Karşın Her Ülkede Temsilciği Bulunmuyor.

Sosyal medya şirketlerinin tabi olduğu hukuki rejime ilişkin Türkiye açısından bir değerlendirme yapılacak olursa yer bakımından yetki ve uygulanacak hukuk açısından çeşitli sorunlar gündeme gelecektir. Devlet ve uluslararası sosyal medya şirketleri arasındaki ilişki açısından ise, bu şirketlerin Türkiye'deki faaliyetleri dolayısıyla Kabahatler Kanunu ile ilişkili idari yaptırımlara maruz kalabilecekleri, kimi hallerde Türk Ceza Kanunu ve Ceza Muhakemeleri Kanunu'na muhatap olabilecekleri söylenebilecektir.

Bu noktada, uluslararası sosyal medya şirketlerinin Türkiye'de idari yaptırım uygulanmasını gerektiren bir fiilde bulunduğu ve bunun yetkili idari otorite tarafından soruşturmaya konu edileceği varsayımında, soruşturma kapsamında bu sosyal medya şirketinin yazılı savunmasının alınması gerektiği, bir an için yazılı savunma alınması gibi bir durum olmadığı düşünülse dahi, idari yaptırım içeren kararın sosyal medya şirketine tebliğ edilmesi gerekmektedir. Tebliğ noktasında Tebligat Kanunu'nun 28.maddesi'ne göre ilan tebligatı yapılsa dahi, bu kararın icrası neredeyse imkansızdır. Bunun yanı sıra, kişiler ve sosyal medya şirketleri arasında özel hukuktan doğacak davalar açısından da kişiler için hak arama imkanlarının sınırlı olması sorunu söz konusudur. Örneğin, bir uluslararası sosyal medya şirketinin insan hakları ihlali gerçekleştirdiği, bunun da kişi tarafından tespit edildiği ve tazminat davası açıldığı varsayımında, yukarıdaki örnekle benzer şekilde adli sürece ilişkin tebligatın yapılmasından kararın icra edilmesi aşamasına ve yabancı ülkede tanıma ve tenfiz işlemlerine kadar birçok mali ve zamana dayalı engel söz konusudur.

Yasa koyucu, bu endişe ile olması muhtemel bir şekilde 7253 sayılı Kanun ile, sosyal medya şirketlerinin adli ve idari makamlarca yapılacak tebligatları almak ve cevaplandırmak üzere, ayrıca Türkiye'de bulunan mevzuata uyumu sağlamak üzere Türkiye'de bulunacak Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı bir kişiyi temsilci atamalarını zorunlu tutmuştur.

²¹ Bhattacharya, Ananya, "Does WhatsApp still have a future in India?", 2021, <https://qz.com/india/1983193/does-whatsapp-still-have-a-future-in-india/>

Ne var ki, bu temsilci bulundurma zorunluluğu halen çoğu uluslararası sosyal medya şirketi tarafından yerine getirilmiş değildir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu temsilci bulundurma zorunluluğunu yerine getirmeme gerekçesi ile, Facebook, Instagram, Twitter, Periscope, YouTube ve TikTok gibi şirketlere 10'ar Milyon TL idari para cezası uygulamış olsa da, hem bu kararın yerine getirilmesi hem de yukarıda bahsettiğimiz imkansızlıklar doğrultusunda uluslararası sosyal medya şirketlerinin Türkiye'deki hukuk sisteminin gereklerini yerine getirmesi tamamen kendi kararlarına bağlıdır.

2. Sosyal Medya Devlerine İnsan Hakları İhlalleri Sebebiyle Bir Yaptırım Uygulanırsa Bu Yaptırım Sosyal Medya Devlerinin Cirolarının Yanında Çok Küçük Kalıyor.

Yukarıda belirtildiği üzere, Belirtildiği üzere, Facebook Inc. şirketinin değeri 30 Nisan 2021 itibariyle 923.636 Milyar Amerikan Doları olup sosyal medya alanında şimdiye kadar kesilen en yüksek ceza miktarı Facebook ve Cambridge Analytica Skandalı'nda A.B.D. Federal Ticaret Komisyonu tarafından Facebook aleyhine 2020 yılında uygulanan 5 Milyar ABD Doları şeklinde. Piyasa değerine oranla bu denli küçük bir cezanın Facebook Inc. gibi ekonomik açıdan kuvvetli bir şirketi caydırmak şöyle dursun ika ettiği hukuka aykırılığın da eşdeğeri olmadığı açık bir şekilde söylenebilecektir.

Bununla birlikte, Türkiye'de ise 7253 sayılı Kanun ile sosyal medya şirketlerinin Türkiye'de yerleşik bir temsilci ataması zorunlu tutulmuş olup sosyal medya şirketlerinin temsilci ataması için öngörülen süre dolmuş ancak, Facebook, Instagram, Twitter, Periscope, YouTube ve TikTok tarafından bu zorunluluğa uyulmamıştır. Bu kapsamda BTK tarafından sayılan sosyal medya şirketlerine 10 Milyon TL idari para cezası uygulanmıştır. Bu cezanın adı geçen sosyal medya şirketlerinin ekonomik gücü karşısında ne kadar az olduğu görülmektedir.

3. İnsan Hakları Hukuku'na İlişkin Küresel Düzenlemeler Devletleri Muhatap Alırken Sosyal Medya Devlerini Muhatap Almıyor.

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi gibi İnsan Haklarına ilişkin uluslararası metinler incelendiğinde öngörülen kuralların devletlere müdahale etmeme veya kanunsuz ve gerekçesiz müdahale etmeme yükümlülüğü getirdiği görülmektedir. Ancak, küreselleşme ile birlikte devletler kadar ve kimi zaman onlardan daha güçlü ama devlet olmayan uluslararası şirketlerin varlığı son yıllarda oldukça artmıştır.²² Ancak temel insan hakları açısından bu şirketlere müdahale etmeme yükümlülüğü getiren bir uluslararası düzenleme söz konusu değildir.

Bu kapsamda, çok yakın bir tarihte gerçekleşmiş olan Facebook Cambridge Analytica Skandalı gibi bir hadise bundan on yıl öncesinde öngörülemeyen iken, şimdiye kadar gördüğümüz ve ilerisi için tahmin dahi edemeyeceğimiz sosyal medya şirketleri tarafından gerçekleştirilebilecek insan hakları ihlallerine karşı güvencenin bulunmadığını söylemek yerinde olacaktır. Uluslararası alanda ise böyle bir düzenleme boşluğunun bulunması oldukça düşündürücüdür.

VII. Sonuç

Sosyal medya şirketleri günümüzde ekonomik bakımdan bazı devletlerden daha güçlü olup dünya nüfusunun büyük bir kısmına hizmet vermektedir. Bu uluslararası sosyal medya

²² Dinah Shelton, Protecting Human Rights in a Globalized World, 25 B.C. Int'l & Comp. L. Rev. 273 (2002), <https://lawdigitalcommons.bc.edu/iclr/vol25/iss2/7>, s.3,4.

şirketlerin faaliyetleri de özel hayatın gizliliği, haberleşme hürriyeti ve ifade özgürlüğü gibi temel insan hak ve hürriyetleri ile doğrudan ilişkili durumdadır. Ne var ki, devletler tarafından uygulanan yaptırımlar sosyal medya şirketlerinin ekonomik gücü karşısında hiçbir etki gösterememekte, herhangi bir caydırıcı sonuç arz edememektedir. Buna ek olarak, sosyal medya şirketlerinin faaliyet gösterdikleri devletlerin hukuki düzenlemelerinin muhatap alabileceği şubeleri veya temsilcilikleri her ülkede bulunmamaktadır. Son olarak ise, insan hakları hukukuna ilişkin uluslararası düzenlemeler devletler kadar güçlü sosyal medya şirketlerini müdahale etmeme yükümlülüğü çerçevesinde kapsamında almamaktadır. Bu sebeple, sosyal medya şirketleri tarafından gerçekleştirilen ve on yıl öncesine kadar öngöremediğimiz insan hakları ihlallerinin artarak devam etmemesi, henüz tahayyül edemediğimiz insan hakları ihlalleri ile karşılaşmamak adına, uluslararası olarak ve insan hakları açısından bahsettiğimiz sosyal medya şirketlerini bağlayan hukuki düzenlemeler getirilmeli, insanların bu şirketlere karşı hak arama imkanları kolaylaştırılması ve yaptırımlar da sosyal medya şirketlerinin ekonomik gücü oranında arttırılmalıdır.

KAYNAKÇA

Aytekin İbrahim, "Küreselleşme ve Ekonomik Küreselleşme", BEU. SBE. Derg. Cilt: 1 Sayı:2, Haziran 2013.

Avrupa Birliği Parlamentosu, 20210204STO97129 Basın Bildirisi, 2021 <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20210204STO97129/social-media-and-democracy-we-need-laws-not-platform-guidelines>.

Bhattacharya, Ananya, "Does WhatsApp still have a future in India?", 2021, <https://qz.com/india/1983193/does-whatsapp-still-have-a-future-in-india/>

Dinah Shelton, Protecting Human Rights in a Globalized World, 25 B.C. Int'l & Comp. L. Rev. 273 (2002), <https://lawdigitalcommons.bc.edu/iclr/vol25/iss2/7>

Duarte, Raquel Pita Guerreiro Marcelino, "Case Study: Facebook In Face of Crisis", Universidade Católica Portuguesa, January 2020.

Gagliardi, Natalie, "FTC hits Facebook with record \$5 billion fine for user privacy violations", 2019, <https://www.zdnet.com/article/ftc-hits-facebook-with-record-5-billion-fine-for-user-privacy-violations/>

Kemp Simon, Kepios, Hootsuite, We Are Social, Digital 2021 Global Overview Report, 2021 <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>.

Lecher Colin, "FTC officially rules that Cambridge Analytica deceived Facebook users", 2019, <https://www.theverge.com/2019/12/6/20999078/ftc-cambridge-analytica-facebook-users-official-ruling-privacy-scandal>

Twitter Inc., "Permanent suspension of @realDonaldTrump", 2021, https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension.html

Yüksek, Mehmet. "Küreselleşme, Ulusal Hukuk ve Türkiye", Siyasal Kitabevi, 2001.