

İş Hukukunda İşçilerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin İşyeri İç Yönetmelikleri/Rehberler^(*)



Workplace Internal Regulations/Guidelines on the Use of Social Media by Employees in Employment Law

Nihat Seyhun ALP



Doktor Öğretim Üyesi

Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü
İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Anabilim Dalı

Anahtar Kelimeler

İşyeri İç Yönetmelikleri,
Sosyal Medya,
İşçinin Sosyal Medya Kullanımı,
İşyeri Kaynaklarının Kullanımı,
Özel Amaçlı İnternet Kullanımı.

Keywords

Workplace Internal Regulation,
Social Media,
Employee's Use of Social Media,
Use of Workplace Resources,
Use of Internet for Private Purposes.

Öz

Özel hayatımızın her anında olduğu gibi çalışma ve ticaret hayatımızda da sosyal medya kullanılmaktadır. İşverenler sosyal medyadan ürünlerinin reklamını ve pazarlamasını yapmaktadır. Yine sosyal medya üzerinden iş başvurusu yapılabilmektedir. Bununla birlikte işçiler de sosyal medyayı kullanır. Ancak herkes gibi işçiler için de sosyal medya yeni bir alandır. Dolayısıyla işçiler, yapmış oldukları paylaşımların işverene verdiği zararın, iş sözleşmesinden doğan borçlarını ihlal ettiğinin ve sonuçlarının farkında olmayabilir. İşte işçilerin çalışma ve özel hayatındaki sosyal medya kullanımını düzenleyen ve aynı zamanda bilgilendirici niteliğe sahip işyeri iç yönetmeliklerinin/rehberlerin hazırlanması sorunların çözümüne hizmet edecektir. Bu düşünce bağlamında çalışmamızda işçilerin sosyal medya kullanımını düzenleyen işyeri iç yönetmelikleri/rehberler ve içerikleri incelenmiştir.

Abstract

Social media is used in our working and business life as well as in every moment of our private life. Employers advertise and market their products on social media. Job applications can be made via social media. Employees also use social media. However, like everyone else, social media is a new field for employees. Therefore, employees may not be aware of the damage of their posts to the employer, violation the obligations arising from the employment contract and the consequences. Here, the preparation of workplace internal regulations/guidelines that regulate the use of social media in the business and private life of the employees and at the same time have an informative nature will serve to solve the problems. In the context of this idea, in our study, workplace internal regulations/guidelines regulating the use of social media by employees and their contents were analysed.

^(*) Araştırma Makalesi.
Hakem denetiminden geçmiştir.
Gönderim Tarihi: 23.07.2024, Kabul Tarihi: 21.10.2024.

GİRİŞ

Sosyal medya, hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Hiç şüphesiz işçiler de sosyal medyayı kullanmaktadır. Hatta işyerlerinin bile resmi sosyal medya hesapları bulunmaktadır¹. Bu bağlamda işverenler ürettikleri ürün ve hizmetleri sosyal medyayı kullanarak tanıtmakta, reklamını yapmakta ve hatta bu mecradan satmaktadır. Keza işyerinin sosyal medya politikası olması, teknolojiden anlayan bir işyeri görüntüsünün kazanılmasına ve özellikle genç işçiler ve müşteriler arasında tanınırlığın ve beğenin artmasına vesiledir². Bu şartlar altında sosyal medya, özel hayatın yanı sıra çalışma hayatının da bir parçası haline gelmiştir.

Giderek artan kullanım alanı ve önemiyle birlikte sosyal medya bazı sorunları beraberinde getirmiştir. İşçilerin çalışma saatleri içinde veya işyerinde sosyal medya kullanıp kullanamayacakları, işçilerin işveren, çalışma arkadaşları veya müşteriler hakkında hangi noktaya kadar paylaşımda bulunabileceği, işçilerin özel hayatında işle ilgili paylaşım yapabiliş yapamayacağı bu sorunlara örnek olarak verilebilir³. Yine işçinin yapmış olduğu paylaşımlar işverenin ticari itibarına ve markasına zarar verebileceği gibi mesleki sırlarını da ifşa edebilir. Hatta işçi, yöneticileri ve çalışma arkadaşlarıyla ilgili hakaret içeren paylaşımlarda bulunabilir ki, bu durum da işverenin itibarına zarar verecektir. İşte bu sorunları bertaraf etmek için işveren, işyeri kaynakları vasıtasıyla sosyal medya kullanımını yasaklayabilir. Ancak bu yasak, işverenin sorumluluğunun doğması ve en önemlisi olarak ticari itibarının ve marka değerinin zedelenmesi gibi olumsuzlukları mutlak suretle bertaraf edecek bir çözüm değildir. Sonuçta işçi kendi cihazı ve mobil interneti vasıtasıyla sosyal medyayı kullanarak bu olumsuzluklara sebebiyet verebilir.

İşçiler, yapmış oldukları paylaşımların zararlı neticeleri hakkında bilgi sahibi olmayabilir. Nihayetinde sosyal medya hayatımızda yeni bir olgudur ve işçiler için de bu mecra bilinmezlikleri barındırmaktadır. İnternet yasağıyla da söz konusu olumsuzluklar giderilemeyeceğinden sosyal medya kullanımının olumlu yanlarından faydalanmak ve olumsuz yanlarını izale etmek veya en aza indirmek için bazı düzenlemelere ve işçilerin bilgilendirilmelerine ihtiyaç vardır. İşte bu sebeple işçilerin çalışma ve özel hayatındaki sosyal medya kullanımını düzenleyen işyeri iç yönetmelikleri/rehberler hazırlanmalıdır. Bu noktada ilgili düzenlemeler hem bu alandaki yasal boşluğun getirdiği eksikliği tamamlayacak hem de sosyal medya kullanımı sırasında hangi davranışların hangi ihlallere sebebiyet vereceği ve yaptırımları noktasında işçiler bilinçlendirilecektir.

Sosyal medya ve iş hukuku ilişkisi nispeten yeni tartışılmaya başlayan bir konu olması nedeniyle mevzuatımızda veya yargı kararlarında bütün yönleriyle irdelenmemiştir. Ayrıca sosyal medya kullanımını düzenleyen iç yönetmeliklerle ilgili müstakil bir araştırma da yapılmamıştır. Bu ihtiyaç temelinde çalışmamızda ilk önce sosyal medya kavramı ve kullanım amacıyla ilgili bilgilendirme yapılmıştır. Ardından işçilerin sosyal medya kullanımı neticesinde yapabileceği ihlallere değinilmiştir. Son olarak da sosyal medya kullanımını düzenleyen işyeri iç yönetmeliklerinin/rehberlerin amacı, sınırları ve içeriği irdelenmiş, örnek niteliğinde hükümlere yer verilmiştir. Çalışmamızda işyeri iç yönetmeliklerinin hukuki niteliği, kabul edilme süreci ve denetiminden ziyade içeriklerine odaklanılmış ve kişilik hakkı ihlali, işçinin sır saklama yükümlülüğü, işçinin ifade hürriyeti, haksız rekabet ve telif hakkı konularına sadece çalışmamız ile kesişen kısmı kadar yer verilmiştir.

I. SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Sosyal medya; kişilerin aranan bilgiye ulaşabildikleri veya bilgi alışverişini yapabildikleri, anlık iletişim kurabildikleri, bir konuda duygu ve düşüncelerini, deneyimlerini veya hayatlarına dair kesitle-

¹ Büyük işyerlerinde bu hesapların genellikle pazarlama veya halkla ilişkiler departmanı tarafından yönetildiği görüşüne ilişkin bkz. CONRAD, Isabell / HUPPERTZ, Peter: “§ 37 Arbeitsrechtliche Bezüge”, AUER-REINSDORFF, Astrid / CONRAD, Isabell (Hrsg.): *Handbuch IT- und Datenschutzrecht*, 3. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2019 (Yazar, HITD), Rn. 350.

² GÜNTHER, Jens: “Unternehmensschädliche Äußerungen von Arbeitnehmern in Sozialen Medien - Social Media Guidelines als Mittel der Prävention”, *ArbRAktuell*, 2013, Sayı 9, s. 224.

³ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 347.

ri ve bilgileri paylaşabildikleri yine diğer kişilerin paylaşımlarını inceleyip tepki verebildikleri, katkı sunabildikleri dolayısıyla karşılıklı etkileşimde oldukları bütün çevrim içi araçları ve web siteleri⁴ kapsayan platformlardır⁵.

Kişinin eski arkadaşlarını bulma, kendilerini tanıtmaya veya hayatı ile ilgili bilgiler/kesitler paylaşma amacıyla kullanılan sosyal medya özel hayat⁶ ile sınırlı kalmamakta, işverenler ve işçiler tarafından iş amaçlı olarak da kullanılmaktadır⁷. Artık işyerini açıp müşteriyi beklemek ve alışılmış reklam yöntemleri kullanmaktan ziyade müşterilere sosyal medyanın gücü kullanılarak ulaşılmaktadır. Ayrıca sosyal medya hem işverenler hem de işçiler tarafından işe alım ve iş başvurusu için kullanılmaktadır⁸. Bütün bu durumlar aslında her şeyin dijitalleşmesi gibi ticaret ve çalışma hayatının da dijitalleşmesinin bir sonucudur.

İşverenler sosyal medyayı kullanarak ürün ve hizmetlerini hızlı, kolay ve ucuz bir şekilde tanıtabilir, genç gruplara ve geniş kitlelere pazarlayabilir⁹. Keza sosyal medya, kullanıcılarla doğrudan temas kurmayı ve iletişimde kalmayı sağlar¹⁰. Bu durumda sosyal medya aynı zamanda bir iletişim aracıdır¹¹. Gelişen teknoloji ile birlikte sosyal medya kullanıcıları diğer kullanıcılarla mesajlar veya diğer yollar vasıtasıyla anlık iletişim kurabilmektedir¹². Dolayısıyla sosyal medyadaki paylaşımlar, bu platformlar aracılığıyla gönderilen mesajlar veya yorumlar artık yeni iletişim kanalları olarak telefon aramalarının veya e-postaların yerini almaktadır¹³.

II. SOSYAL MEDYA KULLANIMI/PAYLAŞIMLARI NETİCESİNDE ORTAYA ÇIKABİLECEK VE İŞÇİNİN BORÇLARINA AYKIRILIK TEŞKİL EDEBİLECEK DURUMLAR

A. Genel Olarak

İşyerlerinin halkla ilişkiler bölümü artık işyeri ile ilgili iletişimde tek başına yetkili kalmamakta, işçiler de bu rolü üstlenmektedir¹⁴. Bu bağlamda işyeri resmi sosyal medya hesapları üzerinden potansiyel müşterilerle iletişime geçilmesi, ürün/hizmetler hakkında yapılan yorumlara geri bildirimde bulunulması,

⁴ Sosyal medyanın bloglar, mikrobloglar, sosyal ağ siteleri, medya paylaşım siteleri, wikiler, sosyal işaretleme siteleri, *podcasting* ve sanal dünya olarak sınıflandırılacağı görüşüne ilişkin bkz. KAYA, Mine: "Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali", *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 2015, Sayı 119, s. 282; Wikiler, bloglar, mikrobloglar, sözlükler, sosyal imleme siteleri, lokasyon bazlı servisler, içerik paylaşım siteleri, podcastler, forumlar ve sosyal ağlar şeklinde sınıflandırılacağı görüşüne ilişkin bkz. YAMAKOĞLU, Efe: *Bilişim Teknolojilerinin Kullanımının İş Sözleşmesi Taraflarının Fesih Hakkına Etkisi*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2020, s. 12.

⁵ Benzer şekilde bkz. BAYBORA, Dilek: "Yargı Kararları İle Sosyal Medya Kullanımının İş Sözleşmesine Etkisi", *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2017, Cilt 14, Sayı 56, s. 1712; ÇELİK, Kübra Deniz: *Sosyal Medya Kullanımının İş Sözleşmesine Etkisi*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2019, s. 4; AYDIN, Fatih: *İşçinin Sosyal Medya Paylaşımlarının İş Sözleşmesinin Feshine Etkisi*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2022 (İşçinin Sosyal Medya Paylaşımı), s. 31.

⁶ Kişinin özel hayatının ailesi, arkadaşları gibi sınırlı bir çevreyi içeren alan olduğu görüşüne ilişkin bkz. ARSLAN DURMUŞ, Seda: "İşçinin Özel Yaşamının İş İlişkinde Etkisi", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2020, Cilt 25, Sayı 42, s. 140. Benzer şekilde bkz. SEVİMLİ, K. Ahmet: *İşçinin Özel Yaşamına Müdahalenin Sınırları*, Legal Yayıncılık, İstanbul, 2006, s. 8.

⁷ OBERWETTER, Christian: "Soziale Netzwerke im Fadenkreuz des Arbeitsrechts", *Neue Juristische Wochenschrift*, 2011, Sayı 7, s. 417.

⁸ BORSUTZKY, Andreas: "Soziale Netzwerke - Regelungskompetenz des Arbeitgebers und Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats", *Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht*, 2013, Sayı 12, s. 647.

⁹ HOFFMANN, Michel / FÜLLMANN, Julia: "Reichweite und Grenzen der Mitbestimmung des Personalrats bei Sozialen Medien", *Zeitschrift für das öffentliche Arbeits- und Tarifrecht*, 2023, Sayı 2, s. 23; ÖZDEMİR, Semih Sırrı / DOĞANAY, M. Zahid: "Bir Mecra Olarak Sosyal Medyanın Reklam Hukuku Açısından Değerlendirilmesi", *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, 2019, Cilt 7, Sayı 13, s. 301.

¹⁰ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 349; SOLMECKE, Christian: "Teil 21.1 Social Media", HOEREN, Thomas / SIEBER, Ulrich / HOLZNAGEL, Bernd (Hrsg.): *Handbuch Multimedia-Recht*, 59. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2023 (Yazar, HMR), Rn. 1.

¹¹ GÜLTEKİN, Fatih: *İş İlişkinde İfade Özgürlüğü*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2024, s. 126; KEŞAPLI, Onur: "İşletmelerin Sosyal Medya Hesapları Üzerinden Kurmuş Oldukları İletişiminin Marka Değeri Üzerine Etkisi", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017, Cilt 7, Sayı 2, s. 654. *LinkedIn*'in bu özelliği için bkz. AYDIN, *İşçinin Sosyal Medya Paylaşımı*, s. 79.

¹² OBERWETTER, s. 417.

¹³ PAWLAK, Klaus / SMEYERS, Lea: "Außerdienstliche Aktivitäten in Sozialen Netzwerken - Gefahr für den Arbeitsplatz?", *Zeitschrift für das öffentliche Arbeits- und Tarifrecht*, 2013, Sayı 2, s. 26; ÇALIŞKAN YILDIRIM, Aslı / UĞUR, Ömer: "İşveren Bakımından Fesih Sebebi Olarak İşçinin Sosyal Medya Kullanımları", *İstanbul Hukuk Mecmuası*, 2022, Cilt 80, Sayı 4, s. 1173.

¹⁴ LEXA, Carsten / HAMMER, Nadine: "Social Media Guidelines - Sichere Kommunikation in den Sozialen Medien", *Corporate Compliance Zeitschrift*, 2014, Sayı 1, s. 46.

sorulara cevap verilmesi işlemlerini işverenler, gerek yoğunluk gerekse teknolojiye yabancı olması nedeniyle bazı işçi/işçilerine devretmiştir. İşçiler verilen bu yetki bağlamında sosyal medyada işveren adına hareket etmektedir. Bununla birlikte bir ürün/hizmet hakkında yorum yapılması ve fakat işçinin yetkisi olmamasına rağmen cevap vermesi durumunda dahi müşteriler ile iletişim sağlanmaktadır¹⁵. Sonuçta işçi ister yetkiyle ister yetkisiz hareket etmiş olsun cevapları ve işçinin sosyal medyada işveren ve işyeri ilgili diğer paylaşımları işverenler için sorumluluk veya zarar doğurabilir. Bu noktada işçinin bile rek ve isteyerek veya farkında olmadan hareket etmesi de önemli değildir. İşte sosyal medyanın yukarıda zikredilen yararlarının yanı sıra önemli sayılabilecek zararları da bulunmaktadır.

B. Paylaşımların Kişilik Hakkı İhlali veya Suç Teşkil Etmesi

İşçinin paylaşımları, müşteriler ve rakip işverenler de dahil olmak üzere geniş bir kitle tarafından görülecektir. İşte sosyal medyanın olumsuzluk teşkil eden en önemli yönü, paylaşımların çok hızlı bir şekilde yayılması ve paylaşım yapıldıktan sonra artık paylaşımın üzerinde kontrolün kaybedilmesidir¹⁶. Sosyal medyanın bu olumsuzluğuna ilave olarak işçiler de dâhil olmak üzere sosyal medyayı kullananlar, bu mecrada daha özgür olduğu düşüncesiyle rahat ve sorumsuz bir şekilde hareket etmektedir¹⁷.

İşçiler işveren, işveren vekilleri, çalışma arkadaşları veya müşteriler hakkında hakaret, iftira, tehdit içeren, özel hayatın gizliliğini ihlal eden veya konusu suç teşkil eden paylaşımlarda bulunabilir. Bu durumda sosyal medyadaki paylaşımların yayılma hızı ve yayılma alanının genişliği dikkate alındığında işverene verebilecek zararı tam olarak tespit edebilmek imkânsızdır. Hatta işçi bu paylaşımları silmiş olsa bile yine belli bir süre dolaşımında kalmış ve sayısını bilemeyeceğimiz bir kitle tarafından okunmuş olacaktır. Ayrıca doktrinde hakaret niteliği taşıyan bir paylaşımın yeniden paylaşılması, beğenilmesi ve bu paylaşımlara bağlantı verilmesi şeklinde de hakaretin yapılabilmesi haklı olarak ileri sürülmüştür¹⁸. Keza bazı yargı kararlarında da fesih gerekçesi arasında başkasının yapmış olduğu paylaşımı beğenme zikredilmiştir¹⁹.

Çalışma arkadaşları, işveren veya müşteriler hakkındaki olumsuz paylaşımlar neticesinde sadece bu kişiler değil, işyerinin itibarı da zarar görebilir²⁰. Hatta işçinin sosyal medyada yapmış olduğu bu hakaretin aleniliği, işyerindeki ilan panosuna asılmış bir hakaret metni ile aynı etkiye veya daha fazlasına sahip olduğu ileri sürülmüştür²¹. Bu noktada işveren ticari itibarı ve marka değerini korumak zorundadır. Keza işveren gözetme borcu gereği diğer işçilerin özel hayatı da dahil olmak üzere kişiliğini korumakla yükümlüdür²².

İşçinin paylaşımları ayrımcılık, nefret söylemi veya taciz içeren ifadeler içerebilir. Keza Yargıtay bir kararında sosyal medya vasıtasıyla rahatsız etmeyi haklı nedenle feshe imkân veren bir hareket olarak değerlendirmiştir²³. Yine paylaşımlar müşterilerin veya diğer işçilerin kişisel haklarını ve verile-

¹⁵ LEXA / HAMMER, s. 46.

¹⁶ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 351.

¹⁷ İnternetin tamamen özgür bir alan olarak anlaşılmasının işçiyi bildirilmesi gerektiğine ilişkin bkz. HOFFMANN, Michel / LEX, Laura: "Corporate Influencer & Social Media Guidelines", *Recht Digital*, 2021, Sayı 5, s. 246.

¹⁸ KAYA, s. 292. Bir paylaşımın beğenilmesi durumunda şüphyle yaklaşılması ve somut olaya göre değerlendirme yapılması gerektiği görüşüne ilişkin bkz. YAMAKOĞLU, s. 135.

¹⁹ İzmir BAM, 19. HD, T. 23.12.2020, E. 2020/1687, K. 2020/875; Ankara BAM, 7. HD, T. 5.7.2017, E. 2017/1928, K. 2017/1617 (Lexpera).

²⁰ PAWLAK / SMEYERS, s. 26.

²¹ GÜNTHER, s. 223.

²² SAVAŞ KUTSAL, F. Burcu / KOLAN, Şelen: "Paylaşmadan Önce Dikkat! İşçilerin İşyeri Dışında Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Hukuki Bir Değerlendirme", *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2019, Cilt 16, Sayı 62, s. 525; GÜLTEKİN, s. 172-173; OKUR, Zeki: "İş Hukukunda İşçinin Düşüncesi Açıklama Özgürlüğü", *Kamu-iş Dergisi*, 2006, Cilt 8, Sayı 4 (İşçinin Düşüncesi Açıklama Özgürlüğü), s. 19 (<https://www.tuhis.org.tr/pdf/842.pdf>, ET: 11.05.2024).

²³ Yargıtay, 9. HD, T. 4.6.2015, E. 2015/12347, K. 2015/20424 (Lexpera).

rini ihlal edebilir²⁴. Öyle ki, işçilerin başka kişilerin fotoğraf veya diğer bilgilerini kullanarak sahte bir hesap oluşturması ve paylaşımlar yapması durumunda kişilik haklarının ihlali gündeme gelebilir²⁵. Keza işçiler müşteriler veya çalışma arkadaşlarının video veya fotoğraflarını izinsiz paylaşabilir²⁶. Bütün bu durumlar işçiler için yasal sonuçlar doğuracaktır. Kaldı ki, işçilerce yayımlanan bu fotoğraf ve videolarının kaldırılmamasından işveren de sorumlu tutulabilir²⁷.

İşçiler konusu suç teşkil eden yasa dışı içerikleri paylaşabilir. Belirtmek gerekir ki, yasa dışı yayınlara veya sitelere bağlantı verilmesi de sorumluluk doğurabilir²⁸. Öte yandan işçi, sosyal medyayı kullanarak iş ve işverenle ilgili yanlış bilgileri paylaşabilir²⁹. Sosyal medyada işverenin veya ürün ve hizmetlerinin mesnetsiz ve fakat kasıtlı bir şekilde kötülenmesi de giderek artan bir durumdur³⁰.

C. Paylaşımların İş ve Üretim Sırlarının İfşası, Haksız Rekabet ve Telif Hakkı İhlali Niteliğinde Olması

İş veya işyeri ile ilgili olan üçüncü kişilerce bilinmeyen sadece o işyerinde bulunanlar tarafından bilinen sırlar iş sırları³¹; üretim aşamasında önem taşıyan ve işin teknik kısmıyla ilgili olan bilgiler üretim sırrı olarak doktrinde tanımlanmıştır³². İş ve üretim sırlarını ifşa niteliğinde olan paylaşımlar işçinin sorumluluğunu doğuracaktır³³. Bu sırların sosyal medya vasıtasıyla veya diğer yöntemlerle ifşa edilmesi arasında sorumluluk bakımından bir fark bulunmamaktadır. Şöyle ki, benzer işi yapan diğer işyerlerinde çalışan işçilerle bir forum üzerinden yapılan tartışmada bile bu bilgiler paylaşılabilir³⁴. Hatta bazen işini, işyerini veya işvereni eleştirirken bile işçi bu sırları ifşa edebilir³⁵. İşte işyeri ile ilgili gizli bilgiler veya sırların bu tür mecralarda paylaşılması işveren için tehlike arz etmektedir³⁶. İşçinin ifade özgürlüğü de olsa burada işçinin işverene karşı sadakat borcu vardır³⁷.

İş ve üretim sırlarını hukuka aykırı olarak ifşa etmek sadakat borcuna aykırı olacağı gibi 6102 sayılı “Türk Ticaret Kanununun (TTK)”³⁸ 55/1-d gereği aynı zamanda haksız rekabet hallerinden biridir. Yine madde 55/1-b-3 gereği işçileri, vekilleri veya diğer yardımcı kişileri işverenlerinin veya müvekkillerinin üretim ve iş sırlarını ifşa etmeye veya ele geçirmeye yöneltmek de haksız rekabet sayılmak-

²⁴ LELLEY, Tibor / FUCHS, Oliver: “My Space is not Your Space Einige Arbeitsrechtliche Überlegungen zu Social Media Guidelines”, *Corporate Compliance Zeitschrift*, 2010, Sayı 4, s. 149. İşçinin müşterinin kişisel verilerini kullanarak sosyal medyadan takip etmesi ve iletişime geçmesinin haklı nedenle iş sözleşmeyi feshetmeye imkân verdiği yönündeki karar için bkz. İstanbul BAM, 50. HD, T. 9.11.2022, E. 2022/2625, K. 2022/1730 (Lexpera).

²⁵ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 17.

²⁶ GÜLTEKİN, s. 130.

²⁷ GÜLTEKİN, s. 154.

²⁸ HOFFMANN / LEX, s. 245.

²⁹ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 351.

³⁰ İşvereni karalayıcı paylaşımların iş sözleşmesinin feshine sebebiyet verebileceğine ilişkin bkz. Yargıtay, 22. HD, T. 31.5.2016, E. 2016/12012, K. 2016/15790; Sakarya BAM, 9. HD, T. 8.9.2020, E. 2019/1997, K. 2020/866 (Lexpera).

³¹ BOZKURT YÜKSEL, Armağan Ebru: “Ticari Sırların Dijital Ortamda Korunması”, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 2018, Cilt 9, Sayı 33, s. 151; GÜÇLÜ, Hamide Merve: *İşçiyi Sadakat Borcuna Aykırı Davranmaya Yönelmenin İş Hukuku ve Haksız Rekabet Hukuku Bakımından Sonuçları*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2022, s. 286.

³² AÇIKGÖZ, Deniz: *Çalışanın Haksız Rekabet Eylemleri ve Tazminat Sorumluluğu*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2023, s. 85.

³³ İş sözleşmesinin feshine yol açtığına ilişkin bkz. Ankara BAM, 6. HD, T. 16.9.2020, E. 2018/2975, K. 2020/1736 (Lexpera).

³⁴ GÜNTHER, s. 224.

³⁵ GÜLTEKİN, s. 215. İşçinin iş sırlarını açıklamasının eleştirisi kapsamında olmayacağı görüşü için bkz. ÖKTEM SONGU, Sezgi: “Anayasal Bir Temel Hak Olarak İfade Özgürlüğünün İşçi Açısından İşyerindeki Yansımaları”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2013, Cilt 15, Sayı Özel Sayı (İfade Özgürlüğü), s. 636. Aynı yönde bkz. OKUR, *İşçinin Düşünceleri Açıklama Özgürlüğü*, s. 23-24.

³⁶ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 39.

³⁷ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 40. İşverene ve işe ait gizli bilgilerin sosyal medyada paylaşılmasının sadakat borcuna aykırılık oluşturacağı görüşüne ilişkin bkz. OGUZ, Özgür: “Yargıtay Kararları Işığında İş Sözleşmesinin İşçinin Sosyal Medya Kullanımı Nedeniyle İşveren Tarafından Feshi”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2022, Cilt 19, Sayı 76, s. 1186-1187.

³⁸ 14.02.2011 tarihli ve 27846 sayılı Resmî Gazete.

tadır. Bu bağlamda haksız rekabet için TTK'nın 55/1-d kapsamında üretim ve iş sırrını kullanılması söz konusuysen 55/1-b-3 için üretim ve iş sırrını elde etmek yeterlidir³⁹.

İşçilerin sadece iş ve üretim sırlarını ifşa eden paylaşımları değil, bazen işveren ve işyeri lehine olan paylaşımları da haksız rekabet teşkil edebilir. İşverenin reklamının yapılması amacıyla üretilen ürün ve hizmetlerle ilgili işçinin övgü dolu paylaşımlar veya yorumlar yapması durumunda bu paylaşımların reklam karakteri gizleneceğinden örtülü reklam ve rekabetin ihlali söz konusu olabilir⁴⁰. Keza sosyal medya üzerinden rakip işverenin veya ürünlerinin kötülenmesi veya kendi ürünleri ile rakip işveren ürünlerinin karşılaştırması durumunda da haksız rekabet söz konusudur⁴¹. Öyle ki, TTK'nın 55/a maddesinde, başkalarını veya onların mallarını, iş ürünlerini, fiyatlarını, faaliyetlerini veya ticari işlerini yanlış, yanıltıcı veya gereksiz yere incitici açıklamalarla kötülemek; kendisi, ticari işletmesi, işletme işaretleri, malları, iş ürünleri, faaliyetleri, fiyatları, stokları, satış kampanyalarının biçimi ve iş ilişkileri hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı açıklamalarda bulunmak; kendi ürün ve fiyatlarıyla başkalarının ürün ve fiyatlarını gerçeğe aykırı, yanıltıcı, rakibini gereksiz yere kötüleyici veya gereksiz yere onun tanınırlığından yararlanacak şekilde karşılaştırmak haksız rekabet hallerinden bazıları olarak düzenlenmiştir. Yine dijital dünyada ürün ve hizmetler müşteriler tarafından değerlendirilmektedir. Bu tür değerlendirmelerin amacı, diğer kişilere gerçek bilgi sağlamaktır⁴². Sırf rakip işverenlere zarar vermek amacıyla sahte veya gerçek hesaplarla kötü yorum yapılması, asılsız itham ve isnatlarda bulunulması bu sistemin amacı dışında kullanılmasına sebebiyet vermektedir. İşte işverenin işçileri tarafından yapılan olumsuz yorumlar rekabet hukuku kapsamında yaptırımlara neden olabilir⁴³. Sonuç olarak işçi tarafından yapılan paylaşımlar ve yorumların haksız rekabet teşkil etmesi durumunda işverenin de sorumluluğu doğabilecektir. Zira TTK'nın 57. maddesinde, haksız rekabet teşkil eden fiillerin işlerini gördükleri sırada işçiler tarafından işlenmiş olması durumunda işverene de dava açılacağı açıkça düzenlenmiştir.

İşçinin film veya müzik dosyalarını işyeri internetini kullanarak indirmesi veya telif hakkı kapsamında olan bir resim, video, müzik, fotoğraf, kitap veya filmin tamamı veya bir bölümünü işyerinin sosyal medya hesabına yüklemesi veya paylaşması halinde telif hakkı ihlali karşımıza çıkacaktır⁴⁴. Bu gibi hallerde işçi, yeterince bilgi sahibi olmamasından dolayı telif hakkı ihlaline sebebiyet vermiş olabilir. Ancak işyeri interneti veya resmi sosyal medya hesabı kullanıldığından işveren de sorumlu olacaktır. Keza 5846 sayılı "Fikir ve Sanat Eserleri Kanununun (FSEK)"⁴⁵ 66/2. maddesine göre tecavüz, hizmetlerini ifa ettikleri sırada bir işletmenin temsilcisi veya müstahdemleri⁴⁶ tarafından yapılmışsa işletme sahibi hakkında da ref davası açılacağı gibi aynı maddesine 3. fıkrasına göre bu kişilerin kusurlu olması da gerekmez. Çünkü hem bu madde kapsamında sorumluluk ve hem de "Türk Borçlar Kanununun (TBK)"⁴⁷ 66. maddesi kapsamındaki sorumluluk objektif özen sorumluluğudur⁴⁸. Hal böyleyken işçinin iş görme borcu sırasında işledikleri telif hakkı ihlallerinden ve tazminat dâhil olmak üzere bütün hukuki sonuçlardan FSEK'in 66/2. ve TBK'nın 66. maddeleri kapsamında işverenler de sorumludur.

³⁹ ÇARDAK, Ali Atakan: "Üretim ve İş Sırlarını Hukuka Aykırı Olarak İfşa Etmek Suretiyle Haksız Rekabet", *Ankara Barosu Dergisi*, 2023, Cilt 81, Sayı Cumhuriyet 100. Yıl Özel Sayısı, s. 442. Sırları ele geçirme ve ifşa etmeye yöneltme eyleminin amacına ulaşip ulaşmadığının önemli olmadığı görüşü için bkz. GÜÇLÜ, s. 278-279.

⁴⁰ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 55; LELLEY / FUCHS, s. 149.

⁴¹ LELLEY / FUCHS, s. 149. Kötüleme suretiyle de haksız rekabetin var olacağına ilişkin bkz. ÖZTÜRK, Ünal: "Sanal Ortamda Haksız Rekabet Halleri", *Konya Barosu Dergisi*, 2021, Sayı 1 (Haksız Rekabet Halleri), s. 83; Sahte hesaplarla olumlu veya olumsuz yorumlarda bulunulmasının haksız rekabet teşkil edebileceği noktasında bkz. ÖZDEMİR / DOĞANAY, s. 312.

⁴² SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 31.

⁴³ HOFFMANN / LEX, s. 244.

⁴⁴ LELLEY / FUCHS, s. 149.

⁴⁵ 13.12.1951 tarihli ve 7981 sayılı Resmî Gazete.

⁴⁶ Müstahdem kavramından işletme sahibi ile bağımlılık ilişkisi içinde çalışanları anlamak gerektiği görüşüne ilişkin bkz. ATEŞ, Mustafa: "Çalışanların Telif Hakkı İhlalinden Dolayı İşletme Sahibinin Hukukî Sorumluluğu", *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 2021, Cilt 7, Sayı 2, s. 245.

⁴⁷ 04.02.2011 tarihli ve 27836 sayılı Resmî Gazete.

⁴⁸ ATEŞ, s. 241.

İşverenler işçiye gerekli emir ve talimatları vererek, ilgili denetimleri yaparak, eğitimler vererek teklif hakkı ihlaline engel olabilir⁴⁹. Ancak FSEK’de, TBK’nın 66. maddesinin aksine işletme sahibine herhangi bir kurtuluş beyyinesi getirerek sorumluluktan kurtulma imkânı tanınmamıştır⁵⁰. İşçinin gözetlenmesi ve ilgili önlemlerin alınması işverenin ancak TBK’nın 66. maddesi kapsamında sorumluluğunun kalkmasına vesile olabilir⁵¹.

III. SOSYAL MEDYA KULLANIMINA İLİŞKİN İÇ YÖNETMELİKLER/ REHBERLER

A. Genel Olarak İç Yönetmelikler/Rehberler

Mevzuatımızda işçilerin sosyal medyadaki davranışlarını düzenleyen müşahhas kurallar bulunmamaktadır. Ancak işverenler, sosyal medya kullanımına ilişkin politikalarını oluşturma amacıyla iç yönetmelik, yönerge, rehber veya kullanım kuralları gibi düzenlemeler hazırlayabilir⁵².

İç yönetmelikler, işveren tarafından tek taraflı olarak hazırlanan ve işyerinin tamamında veya bir bölümünde uygulanacak genel, soyut ve yeknesak çalışma koşullarını belirleyen düzenlemelerdir⁵³. Dolayısıyla iç yönetmelikler çalışma koşullarının yeknesaklaştırılması ve çalışma koşullarının belirlenmesinde önem arz etmektedir⁵⁴.

İç yönetmelikler, iş hukukunun özel kaynakları arasında olup⁵⁵ ve yine ikincil nitelikteki kaynaklarındadır⁵⁶. Nihayetinde iç yönetmelikler işçinin kabulüyle iş sözleşmesinin eki niteliğini alır⁵⁷ ve sözleşme mahiyetindedir⁵⁸. Dolayısıyla da iş hukukunun kaynakları hiyerarşisinde iş sözleşmesi ile eşit seviye değerlendirilir. Hatta hukuki nitelik açıdan iş sözleşmesinin eki olarak kabul edilmesine istinaden iç yönetmelikler, işverence tek taraflı hazırlansa da bağlayıcılık kazanabilmesi için iş sözleşmesi gibi işçinin kabulüne ihtiyaç duyar⁵⁹.

Uygulamada iç yönetmelikler bu isimle kullanıldığı gibi personel yönetmeliği veya insan kaynakları yönetmeliği⁶⁰ isimleriyle de kullanılmaktadır⁶¹. Yine davranış kuralları veya etik kurallar adı altında da işverenler düzenlemeler yapmakta ve işçinin hem özel hayatı hem de çalışma hayatında kendisi-

⁴⁹ ATEŞ, s. 242.

⁵⁰ ATEŞ, s. 250.

⁵¹ OKUR, Zeki: *İş Hukuku’nda Elektronik Gözetleme*, Legal Yayıncılık, İstanbul, 2013 (Elektronik Gözetleme), s. 102.

⁵² AYDIN, *İşçinin Sosyal Medya Paylaşımı*, s. 87. Almanya’da her geçen gün daha fazla sayıda işyeri işçilerin sosyal medya ile ilişkilerine dair yönergeler yayımladığına ilişkin bkz. CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 347.

⁵³ ÇELİK, Nuri / CANİKLİOĞLU, Nurşen / CANBOLAT, Talat / ÖZKARACA, Ercüment: *İş Hukuku Dersleri*, 36. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2023, s. 267; MOLLAMAHMUTOĞLU, Hamdi / ASTARLI, Muhittin / BAYSAL, Ulaş: *İş Hukuku*, 7. Baskı, Lykeion Yayıncılık, Ankara, 2022, s. 73; SÜMER, Haluk Hadi: *İş Hukuku*, 27. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2024, s. 12; ELBİR, Nazlı: “İç Yönetmeliklerin Bağlayıcılığı”, (Ed.) BAŞTERZİ, Süleyman: *Prof. Dr. Sarper Süzek’e Armağan Cilt 1*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2011, s. 266; KUTLU MUTLUER, Merve: *Karşılaştırmalı Hukuk ve Türk İş Hukukunda İşyeri İç Yönetmelikleri*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2022, s. 16; SÜZEK, Sarper: *İş Hukuku*, 22. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2022 (İş Hukuku), s. 65.

⁵⁴ EYRENCİ, Öner / TAŞKENT, Savaş / ULUCAN, Devrim / BASKAN, Esra: *İş Hukuku*, 10. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2020, s. 19-20; ÇELİK / CANİKLİOĞLU / CANBOLAT / ÖZKARACA, s. 267; ELBİR, s. 265. İç yönetmeliklerin genel ve yeknesak nitelikte olduğuna ilişkin bkz. SÜZEK, Sarper: “Tip İş Akitlerinin ve İç Yönetmeliklerin Kurulma Koşulları ve Denetimi”, *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2016, Cilt 15, Sayı 1, Prof. Dr. Turhan ESENER’e Armağan Cilt 1 (Tip İş Akitleri), s. 461.

⁵⁵ ELBİR, s. 265; SÜMER, s. 12; EYRENCİ / TAŞKENT / ULUCAN / BASKAN, s. 19; ÇELİK / CANİKLİOĞLU / CANBOLAT / ÖZKARACA, s. 29; AKYİĞİT, Ercan: *İş Hukuku*, 15. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2024, s. 49. İş sözleşmesi niteliğinde akdi kaynak olduğu görüşüne ilişkin bkz. MOLLAMAHMUTOĞLU / ASTARLI / BAYSAL, s. 73; KUTLU MUTLUER, s. 30.

⁵⁶ MOLLAMAHMUTOĞLU / ASTARLI / BAYSAL, s. 73.

⁵⁷ ÇELİK / CANİKLİOĞLU / CANBOLAT / ÖZKARACA, s. 267; SÜZEK, *İş Hukuku*, s. 66; MOLLAMAHMUTOĞLU / ASTARLI / BAYSAL, s. 73; EYRENCİ / TAŞKENT / ULUCAN / BASKAN, s. 20; AKYİĞİT, s. 49; SÜMER, s. 13; ELBİR, s. 268; KUTLU MUTLUER, s. 29; GÜZEL, Ali: “İş Hukukunda ‘Yetki’ ve ‘Özgürlük’”, *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2016, Cilt 15, Sayı 1, Prof. Dr. Turhan ESENER’e Armağan Cilt 1, s. 100.

⁵⁸ MOLLAMAHMUTOĞLU / ASTARLI / BAYSAL, s. 73.

⁵⁹ KUTLU MUTLUER, s. 29.

⁶⁰ SÜZEK, *Tip İş Akitleri*, s. 461; EYRENCİ / TAŞKENT / ULUCAN / BASKAN, s. 19; SÜMER, s. 13.

⁶¹ ELBİR, s. 265; KUTLU MUTLUER, s. 16.

ne zarar verebilecek tutum ve davranışlarını bu yollarla düzenlemektedir⁶². Öte yandan işverenler sosyal medya kullanımına ilişkin rehberler de hazırlayabilirler. Bu düzenlemeler, emredici ve bağlayıcı olmaktan daha ziyade bilgilendirici ve yol gösterici niteliktedir.

B. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin İç Yönetmeliklerin/Rehberlerin Amacı

Sosyal medyanın kullanılması neticesinde karşılaşılabilecek risklerden kaçınmak veya en aza indirmek, sosyal medyanın dezavantajlarından ziyade avantajlarından yararlanmak, işçileri sosyal medyanın tehlikelerine karşı duyarlı hale getirmek ve kontrolsüz kullanımı engellemek için sosyal medya kullanımına ilişkin iç yönetmeliklerin veya rehberlerin hazırlanması tavsiye edilmektedir⁶³. Bu noktada sosyal medya yönetmelikleri/rehberleri gerekli farkındalığın oluşmasına, öneriler ve talimatlar aracılığıyla işçinin sosyal medyadaki davranışlarının kontrol altına alınmasına ve ihlalleri önlemeye hizmet edebilir⁶⁴. Başka bir ifadeyle işveren bu zararların ortaya çıkmasını baştan engellemesi için iç yönetmelikleri/rehberleri uygun bir araç olarak kullanabilir⁶⁵. Öyle ki, ortaya çıkan zararlardan dolayı işçi için hukuki yaptırımlar gündeme gelmekle birlikte⁶⁶ işverenin ilgili yaptırımları uygulaması verilen zararı tam olarak telafi edemez⁶⁷. Nihayetinde zararlı sonuçların ortaya çıkmasının engellenmesi ve işçilerin bir yaptırıma maruz kalmaması için işçilere bu düzenlemelerle birlikte eğitim verilmesi de şiddetle tavsiye edilir⁶⁸.

İş hukuku ve sosyal medya arasındaki ilişki yasal olarak somut bir şekilde düzenlenmemiş ve yargı kararları bu konuda yeterli sayıya ulaşmamıştır. Ancak sosyal medya kullanımı ile birlikte yaşanan ihlaller neticesinde internette yasal bir boşluğun var olduğu düşünülmemelidir⁶⁹. Bu anlamda iş hukuku ve borçlar hukukunun hükümleri ile ihtilafalara cevap verilmeye çalışılmaktadır. Bununla birlikte işverenler sosyal medya alanındaki politikalarını oluşturmak, işçilerin birbirleriyle ve üçüncü kişilerle nasıl etkileşimde bulunacağını belirlemek amacıyla bu düzenlemeleri yapabilir⁷⁰. Böylelikle işçiler için sosyal medyanın kullanılmasına ilişkin boşluklar doldurulmakta ve taraflar arasında çıkabilecek ihtilafların çözümünde bu düzenlemeler kullanılabilir.

C. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin İç Yönetmeliklerin/Rehberlerin Sınırları

Sosyal medya kullanımına ilişkin iç yönetmelikler/rehberler hazırlanırken işçinin kişiliği, özel hayatı, haberleşme ve ifade hürriyeti gibi hususlar dikkate alınmalı ve bu temel haklara riayet edilmelidir. İşte burada işverenin düzenleme yapma noktasında menfaati ile işçinin temel hakları arasında bir çatışma başlayacaktır⁷¹.

⁶² BİR BEN, Erhan: “İşçinin Özel Yaşamı Nedeniyle İş Sözleşmesinin Feshi”, (Ed.) CENTEL, Tankut: *İş Hukukunda Genç Yaklaşımlar II*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2016, s. 141.

⁶³ SOLMECKE, HMR, Teil 21.1, Rn. 77; CONRAD / HUPPERTZ, HITT, § 37, Rn. 360; LELLEY / FUCHS, s. 148; HOFFMANN / LEX, s. 245. Sosyal medya kullanımına ilişkin politikaların geliştirilmesi gerektiğine ilişkin bkz. BOZKURT GÜMRÜKÇÜOĞLU, Yeliz: “İşçinin Sosyal Medya Kullanımının İş Hukukundaki Etkileri”, *PressAcademia Procedia*, 2018, Cilt 7, s. 375. *Uncular*’a göre işyerinde elektronik araçların kullanımına yönelik net ve anlaşılır politikalar oluşturulması ve özel amaçlı kullanıma ilişkin kuralların iç yönetmeliklerde düzenlenmesi gerekmektedir. Bkz. UNCULAR, Selen: “Teknolojinin Etkisiyle Dönüşen İş İlişkisinde Giriş Kontrol Sistemleri, Yer Belirleme Sistemleri ve Sosyal Medya Vasiyatıyla İzleme”, *Çalışma ve Toplum*, 2020, Sayı 3, s. 1685. İşverenin sosyal medyadaki davranışları düzenlemesinin bir ihtiyaç olduğu görüşüne ilişkin bkz. BORSUTZKY, s. 647.

⁶⁴ GÜNTHER, s. 224; OBERTHÜR, Nathalia: “§ 2 Individualarbeitsrecht/X. Social Media”, KRAMER, Stefan (Hrsg.): *IT-Arbeitsrecht Handbuch Digitalisierung.Homeoffice. IK Virtuelle Betriebsratsarbeit*, 3. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2023 (Yazar, ITA), Rn. 782.

⁶⁵ GÜNTHER, s. 223.

⁶⁶ LEXA / HAMMER, s. 46.

⁶⁷ GÜNTHER, s. 223.

⁶⁸ IMPING, Andreas: “Das Arbeitsverhältnis im Digitalen Zeitalter”, TAEGER, Jürgen / POHLE, Jan / KILIAN, Wolfgang / HEUSSEN, Benno (Hrsg.): *Computerrechts-Handbuch*, 37. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2022 (Yazar, CRH), Rn. 60; HERBERGER, Marie: “Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen für Corporate-Influencer”, *Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht*, 2022, Sayı 4, s. 241; CONRAD / HUPPERTZ, HITT, § 37, Rn. 352. İşçilerin ticari sırların korunması noktasında bilgilendirilmesi ve eğitilmesi gerektiğine ilişkin bkz. BOZKURT YÜKSEL, s. 156. İşçilere eğitim verilmesi gerektiğine ilişkin bkz. BOZKURT GÜMRÜKÇÜOĞLU, s. 375.

⁶⁹ OBERTHÜR, ITA, § 2, Rn. 810.

⁷⁰ LELLEY / FUCHS, s. 147. İşverenlerin sosyal medya kullanımına ilişkin politika ve ilkeler belirlemesi ve işçilere bildirmesi gerektiği görüşü için bkz. BAYBORA, s. 1736.

⁷¹ ERDOĞAN, Canan: *Kişilik Hakkı Kapsamında İşçilerin İzlenmesi ve Gözetlenmesi*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2017 (İşçilerin İzlenmesi), s. 80.

İşçinin özel hayatta sosyal medya kullanımına ilişkin işverenin düzenleme yetkisinin olup olmadığı doktrinde tartışmalıdır. Bir görüşe göre işçinin çalışma saatleri veya işyeri dışındaki davranışlarını düzenleme, işverenin meşru ve haklı menfaati gereği yönetim hakkı kapsamında düşünüldüğünde, işçinin bu zaman zarfındaki sosyal medya davranışları düzenlenebilir⁷². Bu bağlamda da işçinin işyeri veya işveren ile ilgili paylaşımları noktasında bir dereceye kadar kurallar konabilir⁷³. Yani sosyal medyanın kullanılması yasaklanamamakla birlikte iş ve işyeri ile bağlantılı olduğu ölçüde sınırlandırılabilir⁷⁴. Öyle ki, işçinin sosyal medya kullanması veya paylaşımları iş ilişkisini etkilemelidir⁷⁵. Başka bir görüşe göre işçi, işyeri dışındaki davranışlarına yönetim hakkı kapsamında değil ancak sadakat borcu gereği dikkat etmelidir⁷⁶. Yani işçinin işyeri dışındaki davranışlarının sadakat borcu kapsamında değerlendirilmesi mümkündür⁷⁷. Aksi durumda yani işyeri dışında sosyal medya kullanımının denetlenmesi halinde işçinin özel hayatına müdahale edilmiş olur⁷⁸. Kanaatimizce de işverenin işçinin özel hayatı noktasında yönetim hakkının olmamasından⁷⁹ hareketle işçinin özel hayatındaki sosyal medya kullanımını, bir noktaya kadar işverenin yönetim hakkı kapsamında değerlendirilemez. Bunun sonucunda işveren bu düzenlemelerle sosyal medyanın kullanımını özel hayatta yasaklayamaz⁸⁰. Keza işyeri içinde sosyal medya kullanımının tamamen yasaklanması da mümkün değildir⁸¹. Yine iş sözleşmesi veya başka bir düzenleme yoluyla işçiden bir sosyal medyaya katılması talep edilemez⁸². Ayrıca işçinin özel hayatında kullandığı iletişim araçları ve mobil interneti üzerinde işverenin yönetim hakkı bulunmadığından⁸³ işçinin özel hesaplarını iş amacıyla kullanması da istenemez⁸⁴. Son olarak işçinin kendi mobil interneti ve telefonunu kullanarak şahsi hesaplarından paylaşım yapması özel hayat kısmına dâhil olduğundan paylaşımlara ilişkin bağlayıcı düzenlemeler işveren tarafından yapılamaz⁸⁵. Ancak işçinin özel hesabından iş veya işyeri ile ilgili paylaşım yapması başka bir konudur. İşçi kendi özel hesabıyla ve özel hayatında paylaşım yapsa da nihayetinde iş ve işyeri ile ilgili paylaşımlar noktasında sınırsız hareket edebildiği düşünülmemelidir. Çünkü daha önceden de ifade edildiği üzere işçilerin sosyal

⁷² OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 794. İşverenin meşru bir menfaatinin olması durumunda talimat verme hakkı kapsamında olduğu görüşüne ilişkin bkz. HOFFMANN / LEX, s. 247.

⁷³ TRAUT, Johannes / THÜSING, Gregor: “§ 14. Social Media in Betrieb und Unternehmen”, THÜSING, Gregor (Hrsg.): *Beschäftigten-datenschutz und Compliance*, 3. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2021 (Yazar, BC), Rn. 48.

⁷⁴ TRAUT / THÜSING, *BC*, § 14, Rn. 48.

⁷⁵ TRAUT / THÜSING, *BC*, § 14, Rn. 48.

⁷⁶ SAVAŞ KUTSAL / KOLAN, s. 521; SEVİMLİ, s. 104, 241-243; ÖZTÜRK, Berna: *İşçinin Talimatlara Uyuma Borcu*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2021 (Talimatlara Uyuma Borcu), s. 421; DURSUN ATEŞ, Sevgi: *İşverenin Yönetim Hakkı*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2019, s. 630. İşçinin işyeri dışındaki davranışlarının talimatlarla düzenlenmeyeceği görüşü için bkz. BİRBEN, s. 142.

⁷⁷ BAYBORA, s. 1725.

⁷⁸ KESER, Hakan: “İş Sözleşmesinin Feshinde İşçinin Sosyal Medya Paylaşımlarının Geçerli veya Haklı Sebep Olarak Değerlendirilmesi”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2022, Cilt 19, Sayı 74 (Sosyal Medya Kullanımı), s. 526; SAVAŞ KUTSAL / KOLAN, s. 495.

⁷⁹ HOFFMANN / LEX, s. 247; OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 835; GÜNTHER, s. 225; ÇALIŞKAN YILDIRIM / UĞUR, s. 1198; ÇETİN, Evra: “Çalışanların Özel ve Aile Yaşamına Saygı Hakkı, Düşünce ve İfade Özgürlükleri”, (Ed.) GÜZEL, Ali / UGAN ÇATALKAYA, Deniz / HEPER, Hande: *İş Hukukunda Güncel Sorunlar 5*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2015, s. 99. İşçinin iş yaşamı dışındaki hayatına müdahale edilmemesi gerektiği görüşüne ilişkin bkz. GÜZEL, Ali / UGAN ÇATALKAYA, Deniz: “İş Sözleşmesinin Uygulanmasında ve İşverenin Yönetim Yetkisinin Sınırlanmasında Dürüstlük (Objektif İyiniyet) Kuralının İşlevi Üzerine”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 2014, Cilt 20, Sayı 1, Prof. Dr. Ali Rıza Okur’a Armağan, s. 60.

⁸⁰ KREMER, Sascha: “§ 28 Apps und Social Media”, *HITD*, Rn. 109; BORSUTZKY, s. 649; HOFFMANN / LEX, s. 247; KUTLU MUTLUER, s. 135. Talimat verme hakkının dışında olduğuna ilişkin bkz. ÇALIŞKAN YILDIRIM / UĞUR, s. 1198. İş dışında sosyal medyada aktif olunmasının engellenmeyeceği görüşü için bkz. GÜLTEKİN, s. 135. İşçinin özel hayatında sosyal medya kullanımına müdahale edilemeyeceği ve fakat işyerine, politikalarına, işverenin şahsına ve özel bilgilerine dokunması durumunda müdahale zemininin oluştuğu görüşü için bkz. SAVAŞ KUTSAL / KOLAN, s. 495. Kural olarak işyeri dışında sosyal medya kullanımına müdahale edilemeyeceği ve fakat iş, işyeri ve işverene ilgili paylaşımlarda dikkatli ifadeler kullanması gerektiği görüşü için bkz. UZUN, Ercan: “İşçinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Sınırları Üzerine Bir Değerlendirme”, *İzmir Bakırçay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2020, Cilt 1, Sayı 1, s. 149-150.

⁸¹ Benzer yönde bkz. AYDIN, *İşçinin Sosyal Medya Paylaşımı*, s. 150.

⁸² IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 58; TRAUT / THÜSING, *BC*, § 14, Rn. 50; HOFFMANN / LEX, s. 247; UNCULAR, s. 1690.

⁸³ YAMAĞOĞLU, s. 87.

⁸⁴ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 825; OBERWETTER, s. 418; CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 365; HERBERGER, s. 239.

⁸⁵ AYDIN, *İşçinin Sosyal Medya Paylaşımı*, s. 148; KREMER, *HITD*, § 28, Rn. 109. İş hayatı dışındaki sosyal medya kullanımının özel hayat kapsamında olduğu görüşü için bkz. ÖZTÜRK, *Talimatlara Uyuma Borcu*, s. 455.

medyayı bilinçsizce kullanması işveren için geri dönülemez ve eski hale getirilemez zararlara sebebiyet verebilir. Hal böyleyken iş ilişkisine veya işverene ölçüsüz bir şekilde zarar verecek iş ve işyeri ile ilgili paylaşımlar noktasında işverenin düzenleme yapmasında meşru bir menfaatinin bulunduğu düşünülebilir. Keza sosyal medya düzenlemelerinin mümkün olduğu kadar geniş alana hitap etmesi ve işverenin yönetim hakkının dışında bırakılan alanı, yani işçinin özel hayatını da düzenlemesi gerektiği ifade edilmiştir⁸⁶. Ancak böylelikle kendisinden beklenen etkiyi sağlamış olur. Çünkü yapılan paylaşımlar iş ve işyeri ile ilgili olsa da özel hayat içerisinde yapılmaktadır. Görüldüğü üzere aslında söz konusu metinler, bu noktada doğası gereği aynı zamanda işçinin özel hayatını da etkilemektedir⁸⁷.

D. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin İç Yönetmeliklerin/Rehberlerin Emredici Niteliği

İşverenin işyeri bilgisayarları da dâhil olmak üzere cihazlar ve işyeri internetinin kullanılmasıyla ilgili düzenleme yapabilmesinde tereddüt bulunmamaktadır⁸⁸. Yine sosyal medya kullanımı iş görme borcunun parçası olması veya işyeri resmi sosyal medya hesaplarının kullanılması durumunda işverenin yönetim hakkı kapsamında talimatlar verebilmesi ve düzenleme yapabilmesi mümkündür⁸⁹. Hal böyleyken işverenler, bu durumlar için bağlayıcı ve emredici nitelikte iç yönetmelikler düzenleyebilir. Hatta ilgili düzenleme bağlayıcı nitelikteyse bu kurallara aykırılığın sonuçları noktasında bilgilendirici ifadeler içermelidir⁹⁰. Bununla birlikte işveren, işyeri cihazları veya internetinden yararlanılarak veya iş görme borcunun bir parçası olarak sosyal medyanın kullanılmasına ilişkin kuralları rehberler yoluyla ve tavsiye niteliğinde de kabul edebilir. Nihayetinde işverenler düzenlemelerin bağlayıcı (iç yönetmelik gibi) veya öneri (rehber gibi) niteliğinde olduğunu belirlemelidir⁹¹.

İç yönetmelikler, genel ve yeknesak nitelik taşıdığından ve işverence önceden tek taraflı olarak hazırlandığından TBK'nın 20 ila 25. maddeleri arasında düzenlenen genel işlem koşulları denetimine tabi olduğu unutulmamalıdır⁹². Hal böyleyken TBK'nın 21. maddesi gereği iş sözleşmesinin kurulması sırasında sosyal medya kullanımını düzenleyen bir iç yönetmeliğin işçi için bağlayıcı hale gelmesi; işçinin bu koşullar hakkında açıkça bilgilendirilmesine, bunların içeriğini öğrenme imkânının sağlanmasına ve işçinin bu koşulları kabul etmesine bağlıdır⁹³. Bu durumda işçinin bu yönetmeliklerin içeriği noktasında bilgilendirilmesi ve makul bir süre verilmesi gerekmektedir⁹⁴. İşte bu süreç işletildikten sonra ilgili hükümler yürürlük denetiminden geçmiş ve bağlayıcı hale gelmiş olacaktır. Öte yandan iş sözleşmesi akdedildikten sonra bu iç yönetmeliklerin kabul edilmesi ve işçiler için bağlayıcı hale gelmesi için ise işçinin onayı gerekir⁹⁵.

İşçinin özel hayatında sosyal medya kullanımına ilişkin düzenlemelerin bağlayıcılığına geldiğimizde doktrinde ileri sürülen ve bizim de kısmen katıldığımız bir görüşe göre ortada somut bir zarar

⁸⁶ HOFFMANN / LEX, s. 246.

⁸⁷ HOFFMANN / LEX, s. 247.

⁸⁸ OKUR, *Elektronik Gözetleme*, s. 147; HOZAR, Nağme N.: "Özel Amaçla İnternet ve E-Posta Kullanımının İş İlişisine Etkisi", *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 2007, Sayı 7, s. 202. İnternetin özel amaçlı kullanımın iç yönetmelikte düzenlenebileceğine ilişkin bkz. YİĞİT, Yusuf: "İşyerinde İnternetin Özel Amaçlı Kullanımı Nedeniyle İş Sözleşmesinin Feshi", *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2010, Cilt 18, Sayı 2, s. 174.

⁸⁹ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 811; HOFFMANN / LEX, s. 246; BORSUTZKY, s. 649. Sosyal medyanın bu şekilde kullanımının işle ilgili olduğu görüşüne ilişkin bkz. ÇALIŞKAN YILDIRIM / UĞUR, s. 1175.

⁹⁰ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn.79.

⁹¹ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 78. Sosyal medya yönetmeliklerinin bağlayıcı şekilde düzenlenmesinin isteneceğine ilişkin bkz. HOFFMANN / LEX, s. 245.

⁹² SÜZEK, *İş Hukuku*, s. 67; EYRENCİ / TAŞKENT / ULUCAN / BASKAN, s. 20; SÜMER, s. 12; MOLLAMAHMUTOĞLU / ASTARLI / BAYSAL, s. 75; ÇELİK / CANIKLIOĞLU / CANBOLAT / ÖZKARACA, s. 268; KUTLU MUTLUER, s. 69.

⁹³ NARMANLIOĞLU, Ünal: *İş Hukuku Ferdi İş İlişkileri 1*, 5. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2014, s. 37; EYRENCİ / TAŞKENT / ULUCAN / BASKAN, s. 20; SÜMER, s. 13; MOLLAMAHMUTOĞLU / ASTARLI / BAYSAL, s. 76. Bağlayıcılık için işçinin bilgisine sunulması ve kabul etmesine bağlı olduğu görüşüne ilişkin bkz. AKYİĞİT, s. 49; ÇELİK / CANIKLIOĞLU / CANBOLAT / ÖZKARACA, s. 268-269; SÜZEK, *Tip İş Akitleri*, s. 465.

⁹⁴ MOLLAMAHMUTOĞLU / ASTARLI / BAYSAL, s. 76.

⁹⁵ SÜMER, s. 13. Sonradan değişiklik ve kabullerde İş Kanunu'nun 22 maddesi kapsamında işçinin onayının gerektiğine ilişkin bkz. MOLLAMAHMUTOĞLU / ASTARLI / BAYSAL, s. 76; SÜZEK, *Tip İş Akitleri*, s. 465; KUTLU MUTLUER, s. 69.

olmaksızın ve yönetim hakkının amacını ve işlevini aşarak işverenin işyeri dışındaki böyle davranışları düzenlemesi işçinin özel hayatına ölçüsüz müdahale teşkil edecektir⁹⁶. Keza işçinin özel hayatında sosyal medya kullanımını yasaklayan veya kullanım zorunluluğu ve şekli getiren iç yönetmelik hükümlerinin dürüstlük kurallarına aykırı olarak, işçinin aleyhine veya onun durumunu ağırlaştırıcı nitelikte olduğu, TBK'nın 25. maddesi gereği içerik denetimine takılacağı ve geçersiz olacağı düşüncesindedir. Bu durumda işçinin özel hayatındaki iş ilişkisine veya işverene ölçüsüz bir şekilde zarar verecek nitelikte olmayan iş/işyeri veya işverenlerle bağlantılı paylaşımlarının ancak bağlayıcı olmayan rehber niteliğinde yani bilgilendirici mahiyette metinlerle düzenlenebileceği kanaatindeyiz⁹⁷. Ayrıca işçinin bu zaman zarfındaki paylaşımlarının ifade hürriyeti, özel hayat gibi temel haklar bağlamında ve sadakat borcu ışığında denetlenmesi gerekir⁹⁸. Bununla birlikte paylaşımların kişilik hakkı ihlali veya suç teşkil etmesi, eleştiri sınırını aşması, asılsız itham ve isnatlar içermesi, iş ve üretim sırlarının ifşası, haksız rekabet ve telif hakkı ihlali gibi hem sadakat borcuna aykırılık teşkil etmesi hem de iş ilişkisine veya işverene ölçüsüz bir şekilde zarar verecek nitelikte olması durumunda bağlayıcı nitelikte iç yönetmeliklerin kabul edilebileceği kanaatindeyiz.

E. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin İç Yönetmeliklerin/Rehberlerin İçeriği

1. Genel Olarak

Sosyal medya düzenlemeleri sadece işçilerin sosyal medya kullanırken uyulması gereken kuralları düzenlediğinden daha sınırlı bir alanı kapsamaktadır. Bunun yanı sıra işçinin sosyal medyadaki bütün davranışlarını değil iş ilişkisiyle bağlantılı davranışlarını düzenlemektedir⁹⁹. Bu noktada sosyal medya düzenlemeleri, iş ve işyeri ile ilgili olarak sosyal medyanın nasıl kullanılacağı, nelere izin verildiği, nelere izin verilmediğine ilişkin hükümler içerir¹⁰⁰.

Sosyal medya kullanımına ilişkin iç yönetmelikler/rehberler hazırlanırken bu düzenlemelerin ilgili işyerine özel olarak uygulanacağı unutulmamalı ve işyerinin özel gereksinimleri dikkate alınmalıdır¹⁰¹. Hatta sosyal medyanın fırsatları ve riskleri her işyeri veya sektör için farklılık arz ettiğinden her işveren kendi ilgisi ve ihtiyacına göre bu risklerle mücadelede yönelik düzenlemeler yapmalıdır¹⁰². Yine işyerinin her bir bölümü için farklı içerikte bu metinler hazırlanabilir. Örneğin halkla ilişkiler, pazarlama veya insan kaynakları bölümlerinin her birinin gereksinimi ayrı olabileceğinden her bir bölüm için farklı hükümler içeren iç yönetmelikler/rehberler düzenlenebilir. Keza sosyal medya düzenlemelerinde genel ilkelere de yer verilebilir¹⁰³. Dolayısıyla bu düzenlemeler işveren ile işçiler arasında veya işçilerin kendi aralarındaki davranışları ile ilgili standartlar oluşturmak için kullanılabilir¹⁰⁴.

2. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Hükümlerin Çerçevesi

Sosyal medya düzenlemeleri, yeknesak davranışların belirlenmesi ve işveren açısından sorumluluğun doğmamasını amaçlamaktadır¹⁰⁵. Öyle ki, işveren işçilerin sosyal medya kullanımı noktasında

⁹⁶ SAVAŞ KUTSAL / KOLAN, s. 521; BİRBEN, s. 142; SEVİMLİ, s. 240.

⁹⁷ İşverenin işçinin özel alanı için ancak öneri, tavsiye niteliğinde ve bağlayıcı olmayan kuralları önerilebileceği görüşüne ilişkin bkz. OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 835. Bunların uyarı veya anımsatma niteliğinde olduğu görüşüne ilişkin bkz. BİRBEN, s. 142. Sadakat borcu kapsamındaki hatırlatmanın işverenin talimatından ziyade uyarı ve talebi olarak nitelendirilmesi gerektiği görüşüne ilişkin bkz. ÖZTÜRK, *Talimatlara Uyma Borcu*, s. 421-422. İşçinin özel hayatı noktasında işverenin taleplerinin ancak sadakat borcu kapsamında bir uyarı olacağı görüşü için bkz. YAMAKOĞLU, s. 87-88.

⁹⁸ ÇANKAYA, Yiğitcan: *İş İlişkisinde İşçinin Özel Yaşamının Gizliliği*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2021, s. 266-267.

⁹⁹ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 781.

¹⁰⁰ LEXA / HAMMER, s. 46.

¹⁰¹ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 362; LELLEY / FUCHS, s. 148.

¹⁰² OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 780; GÜNTHER, s. 225.

¹⁰³ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 362.

¹⁰⁴ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 360.

¹⁰⁵ LEXA / HAMMER, s. 46; OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 811.

bilgilendirildiğini ve izlendiğini bu düzenlemeleri kullanarak kanıtlayabilir ve sorumluluğunu kaldırabilir¹⁰⁶. İşte bu nedenle ilgili düzenlemelerin içeriğinin tam ve doğru olarak oluşturulması gerekir.

Sosyal medya düzenlemeleri, içeriği iş ve işyerinin niteliğine göre değişmekle birlikte işçinin olumsuzluk teşkil eden paylaşımlarının önüne geçecek, işçinin bu konudaki bilgisini artıracak nitelikte ve hatta yaptırımların da yer aldığı anlaşılması kolay bir şekilde düzenlenmelidir¹⁰⁷. Şu halde işverenler bu yönetmeliklerin/rehberlerin içeriğini oluştururken sosyal medyanın hem özel hayatta hem de çalışma hayatında nasıl kullanılacağı, resmi işyeri hesaplarının özel kullanımı için izin verilip verilmediği, çalışma arkadaşları, müşteriler ve rakip işverenlerle saygılı iletişim sağlanacağı¹⁰⁸, mesleki sırların ifşa edilmeyeceği, haksız rekabete, telif hakkı ve kişisel verilerin ihlaline yol açacak paylaşımlarda bulunulamayacağı noktalarında hükümler içermelidir¹⁰⁹.

Sosyal medya düzenlemelerinde ilk bölüm, sosyal medya hakkında genel bilgilendirme, sosyal medya düzenlemeleri kapsamında olan sosyal medya platformları ve riskleri hakkında önsöz şeklinde oluşturulmalıdır. Bu bölümü bir örnek metinle somutlaştırmak gerekirse¹¹⁰;

- Sosyal medya hem özel hayatımızın hem de çalışma ve ticaret hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya ürün ve hizmetlerimizin tanıtılması, reklamının yapılması ve pazarlanması amacıyla kurumumuzca kullanılmaktadır. Ayrıca sosyal medyadan mevcut ve potansiyel müşteriler için müşteri hizmetleri amacıyla da yararlanılmaktadır. Keza sosyal medya artık yeni bir iletişim kanalıdır. Kurumumuz da yaşanan bu gelişmeleri takip ederek yeniliklere açık bir işyeri olma amacıyla hareket etmekte ve sosyal medyanın gücünden tam olarak faydalanmak istemektedir. Öyle ki, kurumumuzun resmi sosyal medya hesapları bulunmakta ve aktif şekilde kullanılmaktadır.
- Sosyal medya kullanan kişi sayısı her geçen gün artmaktadır. Siz değerli çalışanlarımızın da şahsi sosyal medya hesaplarının olması doğaldır. Kurumumuz şahsi sosyal medya hesabı açmanıza ve kullanmanıza saygı göstermektedir. Ancak sosyal medya kullanımı, bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Çalışanlarımızın şahsi sosyal medya hesaplarından yapacakları bazı paylaşımlar, yorumlar veya beğeniler işverene, işyerine, kurumumuzun marka değerine ve işverenin ticari itibarına ve hatta çalışma arkadaşlarımızın kişilik haklarına zarar verebilecek nitelikte olabilir. Hiç şüphesiz sosyal medyada yapılan bir paylaşım çok hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaşmakta ve paylaşım yapıldıktan sonra sayısını bilemeyeceğimiz kişiler tarafından görülmektedir¹¹¹. Ayrıca yapılan paylaşımlar iş ve üretim sırrının ifşası, telif hakkı ve rekabet hukuku kurallarının ihlaline sebebiyet verebileceği gibi suç unsurları içerebilir veya kişilik haklarına saldırı niteliğinde olabilir¹¹². İşte bu sebeple sosyal medyadaki paylaşımların dikkatlice yapılması gerekmektedir. Ne var ki, sosyal medya yeni bir mecra olduğundan ve kullanımına ilişkin eğitim alınmadığından çalışanlarımızın sosyal medya risklerini bilmemeleri ve bilinçsizce hareket etmeleri ihtimal dâhilindedir. Hal böyleyken sosyal medyanın lehe olan yanlarından mutlak suretle faydalanmak için siz çalışanlarımızın sosyal medya konusunda bilgilendirilmesi ve sosyal medya kullanımına ilişkin genel ve yeknesak kurallar oluşturulması için iş bu düzenleme hazırlanmıştır. Nihayetinde çalışanlarımızın bu kurallara uymaları gerekmektedir.

¹⁰⁶ LEXA / HAMMER, s. 46; HOFFMANN / LEX, s. 245.

¹⁰⁷ LEXA / HAMMER, s. 47; CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 367.

¹⁰⁸ Çalışanların iletişim davranışlarının nasıl olması gerektiğinin bu yönetmeliklerde düzenlenebileceğine ilişkin bkz. LEXA / HAMMER, s. 46.

¹⁰⁹ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 78; OBERWETTER, s. 420; OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 801.

¹¹⁰ Alternatif metinler için bkz. CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368; IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹¹¹ Alternatif metin için bkz. CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368.

¹¹² Alternatif metinler için bkz. CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368; IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

- Sosyal medya düzenlemesi kapsamında sosyal medya platformları; *Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Youtube, Dailymotion, potcastler, wikiler*, tartışma forumları (*Reddit, donanımhaber.com, memurlar.net, frmtr.com, Quora, Digg*), yer imi ve içerik iyileştirme ağları (*Pinterest, Flipboard*), tüketici geribildirim ağları (*Yelp, Zomato, TripAdvisor, Foursquare*), sözlükler, paylaşım ekonomisi ağları (*Airbnb, Uber, Taskrabbit, Lime*), canlı yayın platformları (*Periscope, Twitch*) şeklindedir¹¹³.

Yukarıda yer verilen ve önsöz niteliğinde olan metinden sonra işyerinde çalışan herkesi ilgilendiren aşağıdaki başlıklar düzenlemelerde yer alabilir:

“Çalışma saatlerinde sosyal medya kullanım izni veya yasağı,

İzin verilmesi durumunda sınırları,

Sosyal medya kullanılırken uyulması gereken kurallar (Paylaşımların içeriğine ilişkin kurallar, iş ve üretim sırrı ifşası, telif hakkı ve rekabet hukuku ihlali ve konusu suç teşkil eden paylaşımlar),

İşyerinde sosyal medya konusunda irtibat kişisinin atanması¹¹⁴,

Kural ihlallerinin yaptırımı¹¹⁵.”

3. İşyeri Kaynakları Vasıtasıyla Sosyal Medya Kullanımına İzin Veren veya Yasaklayan Hükümler

İşyerinde sosyal medya kullanımına ilişkin doktrin görüşlerine değinmeden önce işçinin işyeri internetini özel amaçlı kullanıp kullanamayacağı konusuna değinmekte yarar görüyoruz. Doktrinde ileri sürülen bir görüşe göre özel amaçlı işyeri internetinin kullanımı tamamen yasaklanabilirken¹¹⁶ aksi görüşe göre özel amaçlı internet kullanımı tamamen yasaklanamaz¹¹⁷. Yine özel kullanıma ilişkin açık bir düzenleme olmaması halinde bilgisayar ve internetin özel amaçla kullanılmasının mümkün olmadığı ve fakat acil ve özel durumlarda kullanılabileceği de ileri sürülmüştür¹¹⁸. Ayrıca açık bir yasak söz

¹¹³ Zikredilen sosyal medya platformları, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu'ndan alınmıştır. Bkz. <https://www.iletisim.gov.tr/uploads/docs/SosyalMedyaKullanimKilavuzu.pdf> (ET:30.04.2024). Diğer alternatif metinler için bkz. CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368; IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹¹⁴ Tüm soru ve sorunlar için bir irtibat kişisinin atanması gerektiğine ilişkin bkz. HOFFMANN / LEX, s. 246.

¹¹⁵ GÜNTHER, s. 225.

¹¹⁶ UYAROĞLU, Osman: “İşyerinde Özel Amaçla İnternet Kullanımının İş Sözleşmesine Etkisi”, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 2021, Cilt 12, Sayı 46, s. 309-310; DURSUN ATEŞ, s. 573. Ara dinlenme süreleri de dahil olmak üzere yasaklanabileceği görüşü için bkz. ÖKTEM SONGU, Sezgi: “İşçinin İşyerinde Özel Amaçlı İnternet ve E-Posta Kullanımına İlişkin Müdahalesi Üzerine Bir Değerlendirme”, (Ed.) BAŞTERZİ, Süleyman: *Prof. Dr. Sarper Süzek'e Armağan Cilt 1*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2011 (Özel Amaçlı İnternet Kullanımı), s. 1060; HOZAR, s. 203. İnternet ve e-postanın kişisel amaçlı kullanımının tamamen yasaklanması veya sınırlandırılmasının diğer haberleşme şekillerine izin verildiği sürece mümkün olabileceği görüşüne ilişkin bkz. ARSLAN DURMUŞ, s. 159. İşyerinde internetin kesin yasaklanması durumunda iş saatleri içinde ve dışında internetin özel amaçlı kullanımının mümkün olmadığı görüşüne ilişkin bkz. YİĞİT, s. 177. Özel amaçlı internet kullanımının işverenin tercihine bağlı olduğu ve açık ve örtülü izin olmadığı kullanımının yasak olduğu görüşü için bkz. KESER, Hakan: “İşçi Davranışları Kapsamında İşçinin Talimatlara Aykırı Bilgisayar, İnternet ve Cep Telefonu Kullanımı Sebebi ile İş Sözleşmesinin İşverence Feshedilmesi”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2019, Cilt 16, Sayı 62 (Talimata Aykırı Bilgisayar Kullanımı), s. 464-465. İşverenin yönetim hakkı kapsamında işyeri internetinin özel amaçlı kullanılıp kullanılmayacağı, eğer kullanılacaksa sınırlarının belirlenebileceği görüşü için bkz. ERDOĞAN, *İşçilerin İzlenmesi*, s. 91, 102. Çalışma saatleri içerisinde internetin özel amaçlı kullanımının işverenin kararına bağlı olduğu görüşü için bkz. GÜLTEKİN, s. 132. İnternet kullanımının tamamen yasaklanmasında işverenin daha geniş bir hareket alanı olmakla birlikte uygulanabilirliği ve gerçekçiliğinin tartışılmalı olduğu görüşü için bkz. SEVİMLİ, s. 198. İşletmesel gereklilik bulunması durumunda tamamen yasaklanabileceği görüşü için bkz. OKUR, *Elektronik Gözetleme*, s. 152.

¹¹⁷ UNCULAR, s. 1684; BOZKURT GÜMRÜKÇÜOĞLU, s. 373; ÖZDEMİR, Erdem: “İnternet ve İş Sözleşmesi: Yeni Teknolojilerin İş İlişkisine Etkileri Üzerine”, *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 2008, Sayı 10, s. 19. Tamamen yasaklamanın ölçüsüz olacağına ilişkin bkz. UGAN ÇATALKAYA, Deniz: *İş Hukukunda Ölçülülük İlkesi*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2019, s. 349-350. İşçinin iş görme borcunu gereği gibi yerine getirmesi, işyerinde olumsuzluklara yol açmaması ve makul sınırlar içerisinde kalması kaydıyla işyerindeki interneti özel amaçlı olarak kullanabileceği görüşüne ilişkin bkz. ÇALIŞKAN YILDIRIM / UĞUR, s. 1176. Makul sınırlar içerisinde yasaklanabileceği ancak tamamen yasaklamanın ölçüsüz olacağı görüşüne ilişkin bkz. ERDOĞAN, Canan: “İşçilerin E-Posta Hesaplarının İşveren Tarafından İncelenmesi Hakkındaki 24.03.2016 Tarihli ve 2013/4825 Başvuru Numaralı Anayasa Mahkemesi Kararı Üzerine”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2017, Cilt 14, Sayı 55, s. 1365-1366. Özel kullanıma ilişkin kesin yasağın meşru bir amaca dayanmaması durumunda makul görülmemesi gerektiği görüşü için bkz. YAMAKOĞLU, s. 91.

¹¹⁸ ERTÜRK, Şükran: “Sosyal Medya ve İş İlişkisi”, (Ed.) ÇELİK, Ahmet Çelik / UÇAKHAN, Sema Güleç / TOKBAŞ, Hakan: *I. İş Hukuku Kongresi Tebliğler Kitabı*, Aristo Yayınevi, İstanbul, 2022, s. 136; OKUR, Zeki: “Yeni Teknoloji ve İş Hukuku”, *Çimento İşveren Dergisi*, 2006, Cilt 20, Sayı 3 (Yeni Teknoloji), s. 5; ÇELİK, s. 93.

konusu değilse makul sınırlar içerisinde özel amaçlı kullanılabilmesi de ifade edilmiştir¹¹⁹. Biz de işin niteliğinden doğan bir sebep zorunlu kılmadıkça işyeri internetinin özel kullanımının tamamen yasaklanamayacağı ve makul sınırlar içerisinde kalmak, iş sözleşmesinden doğan borçları ihlal etmemek kaydıyla özel amaçla kullanılabilmesi kanaatindeyiz.

İşyeri kaynaklarından sosyal medyanın kullanılıp kullanılmayacağına geldiğimizde, bu kararın işverenin yönetim hakkı kapsamında olduğu doktrinde ileri sürülmüştür¹²⁰. Hatta çalışma saatleri içerisinde işçinin kendi özel kaynakları vasıtasıyla da olsa sosyal medyayı kullanmasının iş görme borcunu etkilediğinden yasaklanabileceği ifade edilmiştir¹²¹. Ancak aksi görüşe göre, işçinin kendi özel kaynaklarından interneti kullanması yasaklanamaz¹²². Nihayetinde bizim de katıldığımız bir görüşe göre bilgisayar ve internet işyerine ait olsa da işçinin sosyal medya kullanması tamamen yasaklanamaz ve fakat makul bir sınırlama getirilebilir¹²³. Kaldı ki, işçinin sosyal medya kullanmasının makul sınırları aşması durumunda işçinin iş görme borcunu özenle yerine getirmemesi söz konusu olur. Hatta işçinin kendi cihaz ve interneti ile çalışma saatleri içerisinde sosyal medyayı kullanması sanal kaytarma¹²⁴ olarak kabul edilebilir¹²⁵.

İşverenin internet veya cihazları özel amaçlı kullanıma izin vermesi durumunda bunu sınırsız olarak algılamamak gerekir¹²⁶. İşveren kullanım zamanını, şeklini, giriş yapılabilecek sayfaları, özel amaçlı kullanım için tahsis edilen yerleri düzenleyebilir¹²⁷. Çünkü işçinin çalışma saatleri içinde sosyal medya kullanması iş görme borcunu tam olarak yerine getirmemesine sebebiyet verebilir¹²⁸. Hal böyleyken işyeri cihazları ve internetinin özel amaçlı kullanımına ilişkin sınırların işverence belirlenmesi durumunda işçiler bu sınırlara uymalıdır¹²⁹. Doktrinde işverenin özel amaçlı olarak internet kullanımını yasaklaması durumunda işçilere bu durumu bildirmesi gerektiği ifade edilmiştir¹³⁰. Hiç şüphesiz internet kullanımına ilişkin kurallar ve sınırlar koyulması durumu için de bu düşünce geçerlidir¹³¹. Ayrıca şeffaflık gereği özel kullanımın fesih nedeni olması için özel kullanıma ilişkin unsurların açıkça belirlenmesi ve işçinin bilgilendirilmesi gerekmektedir¹³². Nihayetinde işyeri sınırlarında, çalışma saatleri

¹¹⁹ YAMAKOĞLU, s. 90; ÇANKAYA, s. 264; CİVAN, Orhan Ersun: *İşçinin Yan Yükümlülükleri*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2021, s. 80. Açıkça yasaklanmadığı ve iş görme borcunu aksatmadığı müddetçe işçinin özel amaçlı internet kullanabileceği görüşüne ilişkin bkz. DURSUN ATEŞ, s. 575.

¹²⁰ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 802; UNCULAR, s. 1684. İşyerinde işverenin bilişim teknolojileri araçlarına müdahalesinin işverenin yönetim hakkı kapsamında olduğu görüşü için bkz. ÖKTEM SONGU, *Özel Amaçlı İnternet Kullanımı*, s. 1072. İşveren tarafından sağlanan bilgisayar ve internetin özel amaçlarla kullanılmasının yasaklanması durumunda sosyal medyanın buradan kullanılmayacağı görüşü için bkz. ERTÜRK, s. 134.

¹²¹ ERTÜRK, s. 151. Özel cihazların kullanılması yasağının istisnai durumlarda haklı gösterilebileceğine ilişkin bkz. OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 806.

¹²² ÇALIŞKAN YILDIRIM / UĞUR, s. 1177; ÇANKAYA, s. 266; ÇELİK, s. 94. İşin niteliği zorunlu kılmadıkça mobil internet ve cep telefonu kullanma yasağının ölçüsüz olacağı görüşü için bkz. UGAN ÇATALKAYA, s. 353.

¹²³ AYDIN, *İşçinin Sosyal Medya Paylaşımı*, s. 86. İşyerinde özel amaçlı sosyal medya kullanımının tamamen yasaklanamayacağı ve fakat sınırlanabileceği görüşüne ilişkin bkz. UNCULAR, s. 1684. İş görme borcunun savsanmaması için kendi mobil internet kullanımının sınırlandırılabilmesi ve bu talimatın ölçülülük ilkesine aykırı olmayacağı görüşü için bkz. ÖZTÜRK, *Talimatlara Uyuma Borcu*, s. 365. Kişisel internetini kullanmasıyla ilgili haklı nedenlerin varlığında sınırlama getirilebileceği görüşü için bkz. DURSUN ATEŞ, s. 584.

¹²⁴ Doktrinde çalışma saatleri içerisinde işyerinin internet veya diğer teknolojik alt yapı ve ekipmanlarını iş görme amacı dışında kullanılması "sanal kaytarma" olarak isimlendirilmektedir. Bkz. YILDIZ, Bora / YILDIZ, Harun: "İş Yaşamındaki Sanal Kaytarma Davranışlarının Hukuki Yönden İncelenmesi", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2015, Cilt 13, Sayı 3, s. 2; KARCIOĞLU, Fatih / SERÇEMELİ, Ceyhan: "İşyerindeki Sanal Kaytarma Davranışları Hakkında Hukuki Bir Değerlendirme", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2018, Cilt 6, Sayı 86, s. 324.

¹²⁵ Benzer şekilde bkz. ÇELİK, s. 94.

¹²⁶ HOZAR, s. 203; DURSUN ATEŞ, s. 576, 580; ÖKTEM SONGU, *Özel Amaçlı İnternet Kullanımı*, s. 1061; ERTÜRK, s. 136; ERDOĞAN, *İşçilerin İzlenmesi*, s. 108-109; YAMAKOĞLU, s. 92,96.

¹²⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz. OKUR, *Elektronik Gözetleme*, s. 158-159; ÖZTÜRK, *Talimatlara Uyuma Borcu*, s. 363-365; CİVAN, s. 81; UGAN ÇATALKAYA, s. 350.

¹²⁸ LELLEY / FUCHS, s. 148; ERTÜRK, s. 136-137.

¹²⁹ ERTÜRK, s. 136.

¹³⁰ KESER, *Sosyal Medya Kullanımı*, s. 525; HOZAR, s. 203; DURSUN ATEŞ, s. 580.

¹³¹ OKUR, *Elektronik Gözetleme*, s. 153; ÖZTÜRK, *Talimatlara Uyuma Borcu*, s. 367; DURSUN ATEŞ, s. 580.

¹³² GÜLTEKİN, s. 134.

içerisinde, işyeri ağı kullanılarak veya işverence sağlanan bir cihazla sosyal medyanın kullanılıp kullanılmayacağı veya kullanılacaksa kullanım kuralları kesin ve anlaşılır bir şekilde bu metinlerde düzenlenebilir¹³³.

İşyeri internetinin kullanılması noktasında kapsayıcı bir düzenlemeyi örnek metinle somutlaştırırsak;

“İşyeri interneti öncelikle işle ilgili olarak kullanılır. İşyeri interneti uygun ölçüde özel amaçlarla da kullanılabilir. İşyeri internetinin kullanılması iş görme borcunu aksatmamalı ve işyeri cihazlarına herhangi bir zarar vermemelidir¹³⁴.”

İşyeri kaynaklarından sosyal medyanın özel amaçla kullanılmaması noktasındaki görüşe ilişkin bir düzenlemeyi örnek metinle somutlaştırırsak;

- İşyeri kaynakları (İnterneti/cihazları) kullanılarak çalışma saatleri içerisinde sosyal medya kullanılması yasaktır. Çalışma saatleri dışında ve çalışanların kendi cihaz ve mobil interneti vasıtasıyla özel amaçlı sosyal medya kullanılmasında bir yasak söz konusu değildir.
- Sosyal medya, çalışma saatleri içerisinde ve işyeri kaynakları vasıtasıyla iş amaçlı kullanılabilir. Ancak bu durumda dahi makul süreyi aşacak derecede sosyal medya kullanılmamalıdır¹³⁵.

İşyeri kaynaklarından sosyal medyanın özel amaçla kullanılabilmesi noktasındaki görüşe ilişkin bir düzenlemeyi örnek metinle somutlaştırırsak;

- Sosyal medyanın özel kullanımına iş görme borcunun yerine getirilmesi, işyeri cihazlarına zarar verilmemesi ve bu düzenlemede yer alan diğer kurallara uyulması koşullarıyla makul süreyi aşmamak üzere izin verilir¹³⁶.
- İşyeri kaynaklarıyla sosyal medya, ara dinlenme sürelerinde veya günde toplam [...] dakikayı geçmemek üzere çalışma saatleri içerisinde kullanılabilir. Unutulmamalıdır ki, sosyal medya kullanımını işimizi aksatmamalı ve yavaşlatmamalıdır.
- Sosyal medya kullanımına izin verilen platformlar şu şekildedir: *LinkedIn, Instagram, Facebook, Youtube* [...] ¹³⁷.

4. Duygu ve Düşüncelerin Paylaşımına İlişkin Hükümler

Her yerde olduğu gibi işçinin sahip olduğu temel hak ve hürriyetler iş ilişkisinde ve işyerinde de geçerlidir¹³⁸. Bu durumda iş sözleşmelerinde yer alan hükümlerle işçi düşünce ve ifade hürriyetinden tamamen vazgeçemez¹³⁹. Öyle ki, işçilerin bu özgürlük kapsamında duygu ve düşüncelerini sosyal medyada paylaşma hakkı bulunmaktadır¹⁴⁰. Yargıtay da sosyal medyada yapılan paylaşımları düşünce ve ifade hürriyeti kapsamında değerlendirmiştir¹⁴¹.

¹³³ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 364; OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 781.

¹³⁴ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842.

¹³⁵ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368.

¹³⁶ Benzer şekilde bkz. IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹³⁷ IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹³⁸ OKUR, *İşçinin Düşünceyi Açıklama Özgürlüğü*, s. 1; GÜZEL, s. 105.

¹³⁹ OKUR, *İşçinin Düşünceyi Açıklama Özgürlüğü*, s. 9.

¹⁴⁰ SAVAŞ KUTSAL / KOLAN, s. 505, 507-508. İşçilerin de birey olarak düşüncelerini açıklama ve paylaşma özgürlüğü olduğu görüşüne ilişkin bkz. HEPER, Hande: “Düşünceyi Açıklama Hakkının Çalışma Yaşamındaki Görünümü: İşçinin İfade Özgürlüğü”, *Çalışma ve Toplum*, 2022, Cilt 3, Sayı 74, s. 1905.

¹⁴¹ Yargıtay, 9. HD, T. 26.11.2018, E. 2018/2116, K. 2018/21381 (Lexpera). Bu kararda Yargıtay, *Twitter, Facebook ve Instagram* hesaplarından yapılan paylaşımları düşünce özgürlüğü kapsamında değerlendirmiştir. Ancak karardan paylaşımların içerikleri anlaşılammamaktadır.

İşçi, iş veya işverenle alakalı paylaşımlar yapabilir. Doktrinde işçinin menfaatlerinin işverence ihlal edilmesi ve yine kamu yararı kapsamında işçinin eleştiri ve ifşa hakkının olduğu ifade edilmiştir¹⁴². Hal böyleyken işçiler yanlış bir uygulamanın ortadan kalkması amacıyla işvereni veya çalışma arkadaşlarını eleştirebilir¹⁴³. Nihayetinde işçiler tarafından işveren hakkında sosyal medyada yapılan eleştiriler veya yorumlar işverenin itibarına veya markasına zarar verebilmekle birlikte işçinin bu hakkı yasaklanamaz¹⁴⁴. Yine işçinin sadakat borcu, işvereni eleştiremeyeceği anlamına gelmez¹⁴⁵. Yargıtay da iş veya işverenle ilgili eleştiri sınırları içerisinde kalan, hakaret ve sataşma niteliğinde olmayan, işverenin işletmesel menfaatlerine zarar vermeyen ve çalışma düzenini bozmayan paylaşımları haklı veya geçerli nedenle fesih saymamaktadır¹⁴⁶. Hatta yapıcı ve objektif ölçüler içerisinde belirli bir uzmanlık alanı ile ilgili eleştiri ya da işletmedeki bozukluk veya uygunsuzluklara ilişkin eleştirilerin geçerli nedenle feshine imkân vermediği yönünde yargı kararı da bulunmaktadır¹⁴⁷.

İşçinin özel hayatında iş ve işverenle ilgili gerçek dışı ve yine işverene, çalışma arkadaşlarına veya müşterilere yönelik hakaret içeren paylaşımlar yapması durumunda iş ilişkisi etkilenmekte ve işveren zarar görebilmektedir. Bu anlamda söz konusu paylaşımların ifade özgürlüğü kapsamında olduğu düşünülemez¹⁴⁸. Keza küfür veya kişilik haklarına aykırı paylaşımlar da ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilemez¹⁴⁹. Yine “İş Kanununda (İK)”¹⁵⁰ haklı neden olarak düzenlenen işçinin işverene, ailesine veya işverenin diğer bir işçisine karşı şeref ve namusuna dokunacak sözler söylemesi veya davranışlarda bulunması ya da işveren hakkında şeref ve haysiyet kırıcı asılsız ihbar ve isnatlarda bulunması veya işçinin işverene, aile üyelerinden birine veya diğer bir işçisine sataşması niteliğindeki ifadelerin düşünceyi açıklama özgürlüğü kapsamında düşünülemeyeceği ifade edilmiştir¹⁵¹. Hatta işçilerin özel hayatında sosyal medyada işveren adına veya işverenin emriyle hareket ettiği izlenimini gerçeğe aykırı bir şekilde vermesi durumunda da iş ilişkisi zarar görecektir¹⁵². Nihayetinde iş ilişkisine veya işverene ölçüsüz bir şekilde zarar verilmemesi ve sadakat borcunun işçinin ifade özgürlüğünün sınırını oluşturmasına istinaden işveren, özel hayatı kapsayan zaman dilimi için uyulması talep edilen kurallar koyabilir¹⁵³. Bu düşünce temelinde ilgili düzenlemelerde duygu ve düşünce paylaşımını ta-

¹⁴² YAMAKOĞLU, s. 118; DURSUN ATEŞ, s. 649-650. İfade hürriyeti kapsamında olduğu görüşü için bkz. ÖZTÜRK, *Talimatlara Uyuma Borcu*, s. 458.

¹⁴³ GÜLTEKİN, s. 119.

¹⁴⁴ OBERWETTER, s. 419; CİVAN, s. 214; DURSUN ATEŞ, s. 651-652.

¹⁴⁵ OBERWETTER, s. 419; YILDIZ, Gaye, Burcu: “İşçinin Sosyal Medya Paylaşımları Nedeniyle İş Sözleşmesinin Feshi Konusunda İki Farklı Yargıtay Kararının Değerlendirilmesi”, *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 2018, Sayı 39, s. 111. Ancak ifade özgürlüğünün işletmenin düzenini bozacak veya zarar verecek şekilde kullanamayacağı görüşüne ilişkin bkz. KAYIRGAN, Hasan: “İş Hukukunda Sadakat Borcunun Genel Bir Değerlendirmesi”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 2014, Cilt 20, Sayı 1, Prof. Dr. Ali Rıza Okur’a Armağan, s. 464. Benzer şekilde bkz. HEPER, s. 1927; OKUR, *İşçinin Düşünceyi Açıklama Özgürlüğü*, s. 25-26; GÜLTEKİN, s. 157; ÖKTEM SONGU, *İfade Özgürlüğü*, s. 628. Sadakat borcunun dikkate alınması gerektiği görüşüne ilişkin bkz. ÇETİN, s. 123, 130. Sosyal medyadaki küçük eleştirinin yasaklanmasının düşünceyi yayma ve açıklama hakkının ihlali olacağı görüşü için bkz. ÖKTEM SONGU, *Özel Amaçlı İnternet Kullanımı*, s. 1067.

¹⁴⁶ Yargıtay, 9. HD, T. 11.11.2019, E. 2019/3100, K. 2019/19483; Yargıtay, 9. HD, T. 26.6.2019, E. 2019/1405, K. 2019/14318; Yargıtay, 9. HD, T. 19.11.2018, E. 2018/2306, K. 2018/20864; Yargıtay, 9. HD, T. 2.7.2015, E. 2015/16515, K. 2015/23949; Gaziantep BAM, 8. HD, T. 1.2.2018, E. 2017/3318, K. 2018/154; Gaziantep BAM, 8. HD, T. 18.1.2018, E. 2017/3327, K. 2018/79; İstanbul BAM, 48. HD, T. 8.10.2020, E. 2020/214, K. 2020/48; Bursa BAM, 3. HD, T. 15.4.2019, E. 2018/3842, K. 2019/909 (Lexpera). Eleştiri sınırını aşan ifadelerin iş sözleşmesinin feshine imkân tanıyacağına ilişkin bkz. Adana BAM, 7. HD, T. 2.7.2020, E. 2019/1388, K. 2020/1063 (Lexpera).

¹⁴⁷ Adana BAM, 7. HD, T. 11.4.2019, E. 2018/2976, K. 2019/608 (Lexpera).

¹⁴⁸ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 67. Yargıtay, 9. HD, T.19.12.2016, E. 2016/2244, K. 2016/22331; Gaziantep BAM, 8. HD, T. 1.2.2018, E. 2017/3317, K. 2018/153 (Lexpera).

¹⁴⁹ GÜLTEKİN, s. 171-172. Şeref ve haysiyete aykırı paylaşımların ifade özgürlüğü kapsamında olmadığına ilişkin bkz. ÇELİK, s. 42-43.

¹⁵⁰ 10.06.2003 tarihli ve 25134 sayılı Resmî Gazete.

¹⁵¹ CİVAN, s. 260-261. Adana BAM, 7. HD, T. 11.4.2019, E. 2018/2976, K. 2019/608; Gaziantep BAM, 8. HD, T. 15.1.2019, E. 2018/1798, K. 2019/86; İzmir BAM, 19. HD, T. 4.11.2020, E. 2020/447, K. 2020/381 (Lexpera).

¹⁵² SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 71. Bundan kaçınması gerektiğine ilişkin bkz. OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 836.

¹⁵³ Mesai saatleri dışındaki kullanımın kural olarak yasaklanamayacağı veya sınırlanamayacağı ve fakat sadakat borcu gereği işverenin uyulması istediği bazı sınırlamalar koyabileceği görüşü için bkz. ERTÜRK, s. 152. İşverenin müdahale edebileceği görüşüne ilişkin bkz. GÜLTEKİN, s. 135; SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 66; *Güzel / Ugan Çatalkaya*'ya göre, işverenin ekonomik menfaati karşısında işçinin temel bir hakkı sınırlanacaksa işçinin sadakat borcu ve dürüstlük kuralı gereği özel yaşama müdahalenin beklenebilir beklenebileceği ölçütüne dayanılabilir. Bkz. GÜZEL / UGAN ÇATALKAYA, s. 61.

mamen yasaklayan hükümlere değil, işveren veya vekillerine, diğer çalışanlara veya müşterilere hakaret içeren, ayrımcılık veya taciz teşkil eden, işverenin veya işyerinin itibarına zarar veren yanlış, gerçek dışı ve yanıltıcı paylaşımların yapılamayacağı, konusu suç teşkil eden yasa dışı içeriklerin paylaşılmayacağı ve yine yetkisi olmamakla birlikte işyeri adına açıklama yapmaktan kaçınılacağı noktasında hükümlere yer verilmelidir.

İşçilerin sosyal medyada yapmış olduğu paylaşımlarla ilgili kapsayıcı bir düzenlemeyi “Sosyal Medya Görgü Kuralları (*Netiquette*)”¹⁵⁴ başlığıyla ve örnek metinle somutlaştırırsak;

- Her işçi internetteki kendi davranışlarından sorumludur.¹⁵⁵
- İfadeler eleştiri içerse bile her zaman kibar, saygılı ve gerçeğe dayalı olmalı; yanlış anlaşılmalrı önlemek için ironi ve alaycılıktan mümkün olduğunca kaçınılmalıdır.¹⁵⁶
- İşverene, vekillerine, diğer çalışanlara veya müşterilere karşı şeref ve namusa dokunacak ifadelerden ve iftira niteliğindeki beyanlardan kaçınılmalıdır.
- Pornografik, şiddeti ve terörü öven, ayrımcı, ırkçı, müstehcen ifadelerden; hakaretlerden, tehditten, küfürden, taciz ve konusu suç teşkil eden diğer paylaşımlardan kaçınılmalıdır. Yasa dışı yayınlara veya sitelere bağlantı verilmemelidir.
- Kasıtlı olarak işverenin ticari itibarına ve marka değerine zarar veren asılsız itham ve isnatlardan, yanlış ve gerçeğe aykırı bilgi vermekten kaçınılmalıdır.
- İşverenin, çalışanların veya müşterilerin izini olmaksızın çekilen fotoğraf, video veya ses kayıtlarının paylaşılması yasaktır.
- Sosyal medya paylaşımlarınızda bir hata veya yanlışlık yaptığınızı fark ederseniz bunu düzeltmelisiniz.¹⁵⁷
- Ancak yetkilendirildiğiniz bir konuda paylaşım ve yorum yapabilirsiniz. Yetkiniz dışında kalan konularda ve yine işyeri ve işvereni temsil ettiği algısını uyandıracak şekilde yorum ve paylaşım yapmamanız gerekmektedir.¹⁵⁸ Paylaşımlarınızın kişisel görüşünüz olduğunu vurgulayın.

5. İş ve Üretim Sırlarının İfşası-Haksız Rekabet ve Telif Hakkı İhlallerine İlişkin Hükümler

İşçiler sosyal medya üzerinden iş, işyeri veya ürün ve hizmetlerle ilgili paylaşım yapabilir veya yapılan paylaşımlara yorum yazabilir. Ancak işçilerce muhafaza edilmesi gereken iş ve üretim sırrı niteliğinde olan bilgilerin paylaşılması işverene zarar vereceği gibi işçinin iş sözleşmesinin feshine de neden olur. Fakat işçinin hangi bilgilerin iş ve üretim sırrı olduğu yönünde bilgisi bulunmayabilir. Hatta işçi bazen bilinçsizce ve işverene zarar verme kastı olmaksızın bazen de ihmali neticesinde işverenin iş ve üretim sırlarını ifşa edebilir. Yine aynı bilinçsizlikle haksız rekabet veya telif hakkı ihlali teşkil edecek paylaşımlarda bulunabilir. İşte bu düzenlemeler olası risklerden kaçınmak için önleyici bir tedbir almakla birlikte ayrıca bu ihlalleri de tanımlamalıdır.¹⁵⁹ Başka bir ifadeyle nelerin iş ve meslek sırrı olduğu, hangi davranış ve paylaşımların haksız rekabet ve telif hakkı ihlali olduğu açıkça düzenlenmelidir.

İşçinin sosyal medyada işverenin veya rakip işverenin hizmetleri hakkında yorum yapması durumunda bunun işçinin kendi görüşü olduğunun yani resmi bir açıklama olmadığına açık bir şekilde

¹⁵⁴ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842.

¹⁵⁵ TRAUT / THÜSING, *BC*, § 14, Rn. 74.

¹⁵⁶ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842; TRAUT / THÜSING, *BC*, § 14, Rn. 74; CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368.

¹⁵⁷ IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61; CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368.

¹⁵⁸ OBERWETTER, s. 419; IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹⁵⁹ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 360.

belirtilmesi bu metinlerde düzenlenebilir¹⁶⁰. Nihayetinde ilgili düzenlemeler, işçinin görüşünü açıklamasını yasaklamamakta, aksine üretim ve iş sırlarının ifşası, haksız rekabet ve telif hakkı ihlali oluşturan paylaşımların yapılmasını engellemektedir.

İş ve üretim sırlarının ifşası, haksız rekabet ve telif hakkı ihlallerine ilişkin hükümleri kapsayıcı bir düzenleme ve örnek metinle somutlaştırırsak;

- İşçi sosyal medyada iş ve üretim sırlarını açıklamamakla yükümlüdür. İş ve üretim sırları; üretimde kullanılan yöntemler, teknikler, malzemeler, formüller ve teknolojiler, müşteri listesi, pazarlama yöntemleri, finansal veriler, finans kaynakları, işyerinin mali durumu, müşterilere özel teklifler, stok ve satış bilgileri gibi üçüncü kişilerce bilinmeyecek olan her türlü bilgidir.
- Bir paylaşımda bazı bilgileri kullanmanız gerekirse bu bilgilerin üretim ve iş sırrı olup olmadığını işyerindeki sorumlu kişiye danışın. Şüphenez varsa, bilgiyi paylaşmaktan kaçının¹⁶¹.
- İşyeri interneti kullanılarak telif hakkı kapsamında korunan resim, video, fotoğraf, film, kitap, müzik ve diğer her türlü dosyaları yasa dışı siteler üzerinden indirmek veya sosyal medyada paylaşmak telif hakkı ihlali niteliğindedir. İşçinin telif hakkı ihlali nedeniyle işverene karşı sorumluluğu vardır¹⁶².
- İzin alınmadığı müddetçe işyeri marka ve amblemi özel amaçlar için kullanılamaz¹⁶³.
- İşçi haksız rekabet teşkil edecek fiillerden ve paylaşımlardan kaçınmalıdır. İşçi kimliğini gizleyerek veya gerçek kimliğini kullanarak rakip işverenleri, ürün ve hizmetlerini kötüleyemez, asılsız itham ve isnatlarda bulunamaz, gerçeğe aykırı veya yanıltıcı ifadeler kullanamaz ve kendi ürünleri ile rakip işveren ürünlerini karşılaştıramaz¹⁶⁴.
- İşçi kimliğini gizleyerek veya gerçek kimliğini kullanarak kendi işverenin ürün ve hizmetleriyle ilgili övgü dolu paylaşımlar veya yorumlar yoluyla reklam yapamaz.

6. Bildirim Yükümlülüğüne ve Yetkili Kişi/Makama İlişkin Hükümler

İşverenler sosyal medya kullanımına ilişkin düzenlemelerde diğer işçiler tarafından yapılan ihlalleri ve yine işçiler veya müşteriler tarafından işverenin marka değerine zarar veren paylaşımları bildirme yükümlülüğü düzenleyebilir¹⁶⁵. İşçinin görev alanı içerisinde bu ihlalleri tespit etmek ve işverene bildirmek varsa iş görme borcunun bir parçası olarak işveren, yönetim hakkı kapsamında böyle bir yükümlülük getirebilir¹⁶⁶. Ancak hangi ihlallerin bu kapsamda olduğunun işçi tarafından açıkça bilinmesi gerekmektedir¹⁶⁷. Bununla birlikte iş görme borcunun bir parçası olmaması durumunda işçinin bildirim yükümlülüğü bulunmamaktadır¹⁶⁸. Fakat sadakat borcu kapsamında ve somut olaya göre bu durum değişebilir. Dolayısıyla bildirim yükümlülüğünün konusunun muğlak olması nedeniyle bir yükümlülükten ziyade isteğe bağlı bir şekilde bildirim sistemi benimsenerek bildirim nasıl ve kime yapılacağı noktasında düzenleme yapılabilir¹⁶⁹.

¹⁶⁰ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 364; OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 836.

¹⁶¹ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368; IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹⁶² OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842.

¹⁶³ IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹⁶⁴ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368.

¹⁶⁵ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 813.

¹⁶⁶ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 814. İşçinin kendi çalışma alanı içindeyse veya diğer işçiler üzerinde denetim yetkisi varsa bu durumda bildirim yükümlülüğünün olduğu görüşü için bkz. ARSLAN ERTÜRK, Arzu: *Türk İş Hukukunda İşçinin Sadakat Borcu*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2010, s. 303.

¹⁶⁷ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 816.

¹⁶⁸ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 815.

¹⁶⁹ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 817.

Sosyal medya düzenlemelerinde sadece ihlallerin bildirildiği yetkili kişiler değil, aynı zamanda işyerini veya işvereni sosyal medya ve basında temsile ve açıklama yapmaya yetkili kişiler de belirlenebilir. Öyle ki, üçüncü kişilerin sosyal medya üzerinden işçiyle irtibata geçme ve işyeri veya ürünler hakkında soru sorma ihtimali bulunmaktadır. İşte bu noktada yetkili irtibat kişilerinin belirlenmesi önem arz etmekte olup, işçinin kendiliğinden yaptığı açıklamalar veya yanıltıcı paylaşımlar zarara neden olabilir¹⁷⁰.

Paylaşımların dağıtım hızı ve ulaşacağı kitlenin genişliği dikkate alındığında sosyal medya, işçiler tarafından “whistleblowing”¹⁷¹ için uygun bir ortam olarak düşünülebilir¹⁷². Ancak sadakat borcu nedeniyle işçilerin çalışma hayatı veya çalışma koşulları ile ilgili şikâyetlerini ve rahatsızlıklarını sosyal medya vasıtasıyla üçüncü kişilere paylaşmadan önce işyeri içindeki gerekli makamlara iletmeleri beklenir¹⁷³. Şu halde sosyal medya kullanımına ilişkin yönetmeliklerde/rehberlerde yetkili kişi veya makam da belirtilerek ilk önce ilgili kişi ve makama başvurulması düzenlenebilir.

İş ilişkisinin sona ermesi halinde işçinin işveren adına kullandığı sosyal medya hesaplarının teslimine ilişkin durumlar da ilgili düzenlemelerde kurala bağlanabilir¹⁷⁴. Bu bağlamda düzenlemeler, ilgili hesabın sahipliğini ve sözleşmenin sona ermesi halinde bilgilerin kime teslim edilmesi yükümlülüğünü ayrıntılı olarak düzenleyebilir¹⁷⁵.

Bildirim yükümlülüğü ve yetkili kişi/makama ilişkin hükümleri bir örnekle somutlaştırsak;

- Üçüncü kişilerin veya işçilerin ihlal veya eleştiri niteliğindeki paylaşımları e-posta yoluyla işverene iletilir¹⁷⁶.
- Sosyal medya kullanımı ile ilgili herhangi bir sorunuz veya talebiniz varsa işyerimizde sosyal medyadan sorumlu kişiler şunlardır [...] ¹⁷⁷.
- İşveren adına yalnızca [...] açıklama yapar. Resmi sosyal medya hesaplarından işyeri ile ilgili paylaşım yapmak ve sosyal medyadan gelen soruları cevaplamak noktasında [...] tek başına yetkilidir¹⁷⁸.
- Sosyal medya iş yerindeki sorunları tartışmak için uygun bir mecra değildir. Bu sebeple sorunlarınızı diyalog yoluyla çözeniz tavsiye edilmektedir¹⁷⁹.
- İşyerinde şahit olduğunuz usulsüzlükleri, şikâyetleri ve rahatsızlıkları sosyal medya vasıtasıyla üçüncü kişilere paylaşmadan önce insan kaynakları departmanı ile iletişime geçiniz.

¹⁷⁰ HOFFMANN / LEX, s. 248.

¹⁷¹ “Whistleblowing” kavramının “ifşa etme” olarak kullanılmasına ilişkin bkz. ALP, Mustafa: “Avrupa Birliği’nin 2019/1937 Sayılı Birlik Hukukuna Aykırılıkları Bildirenlerin Korunması (Whistleblowing) Yönergesi Işığında İşçinin Hukuka Aykırılıkları İfşa Etmesi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2021, Cilt 23, Sayı 1, s. 4. “Bilgi uçurma” kavramı olarak kullanıldığına ilişkin bkz. AYDIN, Ufuk: “İş Hukuku Açısından İşçinin Bilgi Uçurması (Whistleblowing)”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2002-2003, Cilt 2, Sayı 2 (İşçinin Bilgi Uçurması), s. 81.

¹⁷² GÜNTHER, s. 223.

¹⁷³ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 69; KAYIRGAN, s. 465; ÖKTEM SONGU, *İfade Özgürlüğü*, s. 628; OKUR, *İşçinin Düşünceyi Açıklama Özgürlüğü*, s. 24; ÇELİK, s. 40. İlk önce amire duyurma usulünün uçurulan bilginin korunabilmesinin ikinci koşulu olduğu görüşüne ilişkin bkz. AYDIN, *İşçinin Bilgi Uçurması*, s. 86. Kamuya açıklamanın son çare olması gerektiği yönünde bkz. ÇETİN, s. 127. İşçinin ifşa ederken ölçülü olması ve önce işverene başvurusunun ölçülülüğü sağlayacağı görüşü ve AIHM’in de bu görüşüne ilişkin bkz. ALP, s. 7-9. Medyaya başvurunun son çare olması gerektiğine ilişkin bkz. HEPER, s. 1918.

¹⁷⁴ OBERWETTER, s. 420; CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 364.

¹⁷⁵ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 366.

¹⁷⁶ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842.

¹⁷⁷ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368.

¹⁷⁸ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842. Alternatif metin için bkz. IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹⁷⁹ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368.

“İş ilişkisinin sona ermesi halinde iş amaçlı kullanılan hesapların ve erişim verilerinin işverene teslim edilmesi zorunludur. Çalışanın hesabı kullanmaya devam etme hakkı yoktur. Bu hesaptaki kişisel verisini teslim etmeden önce silmelidir. Hesabın kişisel olması halinde çalışan, işverenden hesabın silinmesini talep edebilir”¹⁸⁰.

“İşçi, iş ilişkisinin sona ermesi üzerine, tüm iletişim bilgilerini ve işe ilişkin yazışmaları işverene vermek ve daha sonra bunları silmekle yükümlüdür. İşçi bu verilerin kopyasını çıkaramaz veya saklayamaz”¹⁸¹.

7. İşyeri Resmi Hesaplarının Kullanılmasına İlişkin Hükümler

Bir işyeri kendi *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn* veya diğer sosyal medya hesaplarına sahipse, işçilerin bu hesaplarla bağlantılı tüm eylemleri işverenin yönetim hakkına tabidir¹⁸². Hatta burada sosyal medya hesabının kullanılması doğrudan işçinin iş görme borcu kapsamında olduğundan işin görülmesine ilişkin talimatlar söz konusudur. Çünkü işçinin bu hesaplardan yapmış olduğu paylaşım kendi adına değil, doğrudan işyeri ve işveren adınadır.

İşveren, işyeri resmi sosyal medya hesaplarına sahip olması durumunda bu hesapların hangi işçi/işçiler tarafından veya işyerinin hangi bölümü tarafından ve ne şekilde kullanılacağına ilişkin hükümler sosyal medya kullanımına ilişkin iç yönetmeliklerde/rehberlerde düzenlenebilir. Hatta sırf işyeri resmi sosyal medya hesaplarının kullanımına yönelik müstakil bir düzenleme bile kabul edilebilir.

İşyeri resmi sosyal medya hesaplarının işçilerce kullanılması durumunda bu düzenlemelerde sosyal medyanın iş amacıyla¹⁸³ ve özel amaçla¹⁸⁴ kullanım hallerinin tam olarak belirlenmesi ve bu kullanıma ilişkin ayrıntılı kurallar içermesi gerekmektedir¹⁸⁵. Yine işyeri resmi hesaplarının özel amaçlar için kullanılmasının yasaklanması da bu düzenlemelerde yer alabilir.

İşçilerin sosyal medya düzenlemeleriyle işyeri hesaplarının kullanılması noktasında bilgilendirilmesi ve yükümlüklerinin hatırlatılması bir ihtiyaçtır. Bu ihtiyacı bir örnek metinle somutlaştırmak gerekirse¹⁸⁶;

- İşyerinin *Instagram*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Facebook* resmi sosyal medya hesapları sadece [...] tarafından kullanılacaktır.
- İşyeri resmi sosyal medya hesaplarındaki paylaşımların içeriği oluşturulurken iş ve üretim sırlarının ifşası, haksız rekabet, telif hakkı ve kişisel verilerin ihlali teşkil etmemesi; tehdit, taciz, müstahcen ve konusu suç teşkil eden diğer ifadeleri; rakipler ve müşteriler hakkında küfür, hakaret, tehdit veya diğer kişilik haklarına aykırı ifadeleri; işverenin veya işyerinin itibarına zarar veren yanlış, gerçek dışı ve yanıltıcı bilgileri içermemesi gerekmektedir.

¹⁸⁰ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842.

¹⁸¹ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842.

¹⁸² BORSUTZKY, s. 650.

¹⁸³ İş görme borcunun yerine getirilmesine ilişkin kullanımın iş amaçlı kullanım olduğu görüşüne ilişkin bkz. OKUR, *Elektronik Gözetleme*, s. 146.

¹⁸⁴ İşçinin iş görme borcuyla bağlantılı olmayan bilgisayar ve internet kullanımının özel amaçlı kullanım olduğu görüşüne ilişkin bkz. ARSLAN DURMUŞ, s. 156-157. Benzer şekilde bkz. YAMAKOĞLU, s. 86; GÜLTEKİN, s. 131; OKUR, *Elektronik Gözetleme*, s. 147; UZUN, s. 140. Mesai saatleri içerisinde, şahsi amaçlarla ve çalışma yerine keyfi tutumların sergilendiği fiiller olduğu görüşüne ilişkin bkz. UYAROĞLU, s. 307. İş yapma yükümlülüğünü yerine getirme dışındaki tüm kullanımların özel kullanım olduğu görüşüne ilişkin bkz. OKUR, *Yeni Teknoloji*, s. 7. İş dışı amaçlarla mesajlaşma ve sosyal medyalarda gezinme olduğu görüşü için bkz. KESER, *Sosyal Medya Kullanımı*, s. 524.

¹⁸⁵ İşyerindeki elektronik araçların kullanımı noktasında benzer görüş için bkz. UNCULAR, s. 1685-1686.

¹⁸⁶ “Resmi hesapların kimler tarafından kullanıldığına belirlenmesi; İçeriğin oluşturulmasına ilişkin kurallar; Belirli hizmetler için kullanımın belirtilmesi; Kritik içeriğe ilişkin bilgi sağlama yükümlülüğü; Kullanım kapsamına (zaman ve içerik) ilişkin düzenlemeler; Ayrılrken hesap/müşteri verilerini geri teslim etme yükümlülüğü”ne ilişkin hükümleri içerebilir (GÜNTHER, s. 225).

- Resmi sosyal medya hesapları sadece üretilen ürün ve hizmetleri tanıtmak, reklamını yapmak, kampanyalar hakkında bilgi vermek, müşteriler ile iletişime geçmek, sorulara cevap vermek, yapılan yorumları değerlendirmek için kullanılacaktır.
- Resmi sosyal medyanın kullanılması ve içeriğine ilişkin sorularınız olması durumunda [...] ile iletişime geçilebilir.
- Söz konusu sosyal medya hesapları özel amaçlarla kullanılamaz¹⁸⁷.
Eğer işyeri hesaplarının özel kullanımına izin verilmişse;
- Özel görüşlerin paylaşılması durumunda “ben” ifadesi kullanılarak şahsi görüşünüz olduğunun belirtilmesi gerekmektedir¹⁸⁸.
- Sosyal medyayı kullanma yetkisi, kurallara aykırı şekilde veya işverenin menfaatine aykırı olarak kullanılması durumunda sona erer¹⁸⁹.

8. İç Yönetmeliklerde/Rehberlerde Yer Alan Kuralların İhlalinin Sonuçlarına İlişkin Hükümler

İşçilerin hem iş mevzuatına hem de diğer yasal düzenlemelere uygun hareket etmesi işverenin menfaatine olduğundan sosyal medya düzenlemelerinde ihlalin sonuçlarına ilişkin hükümlerin düzenlenmesi işverenin lehinedir¹⁹⁰. Keza işçiler sosyal medya politikalarının ihlal edilmesinin olası sonuçları hakkında bilgilendirilmelidir¹⁹¹. İşte sosyal medya düzenlemeleri, uygulanacak yaptırımları da içermelidir¹⁹². Bu durumda işçiler sosyal medyanın tehlikeleri, iş hukuku kapsamındaki yükümlülükleri ve aykırı davranılması durumunda sonuçları hakkında bilgi sahibi olacaktır¹⁹³.

İş hukukumuzda, ücret kesme cezası ve iş sözleşmesinin feshi dışında disiplin cezalarını düzenleyen hükümler bulunmamaktadır. Ancak işverenler, iç yönetmeliklerde¹⁹⁴ disiplin sistemi inşa edip, bu kapsamda da disiplin cezaları düzenleyebilir. Bu düşünce temelinde işverenler işçilerin sosyal medya kullanımına ilişkin kurallarla birlikte bu kurallara aykırı davranılması durumunda disiplin cezalarını da düzenleyebilir. Nitekim ihlal niteliğindeki paylaşımların yapılması durumunda işverenin nasıl bir yol izleyeceği ve feshin mümkün olup olmadığı sorusu ortaya çıkmaktadır¹⁹⁵. Keza işçinin iş sözleşmesinin feshi yerine disiplin cezası verilmesi, bu sürecin işletilmesi ve disiplin cezalarının uygulanmasından önce işçiden savunma alınmasının zorunlu olup olmadığı sorunu gündeme gelebilir¹⁹⁶. İşte bu noktada sosyal medya düzenlemeleri önem arz eder¹⁹⁷.

İç yönetmelikler, iş sözleşmesi gibi işçi ve işveren için bağlayıcı nitelikte olup, aykırı davranışlar iş sözleşmesinin ihlali anlamına gelecektir¹⁹⁸. İşte iç yönetmeliklerde disiplin cezaları uyarı, kınama, ücret kesintisi, işin veya çalışma koşullarının değiştirilmesi ve iş sözleşmesinin feshedilmesi¹⁹⁹ şeklin-

¹⁸⁷ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842.

¹⁸⁸ GÜNTHER, s. 225. İşçinin özel görüşü olduğunu belirtilmesi gerektiğine ilişkin bkz. TRAUT / THÜSING, *BC*, § 14, Rn. 74; OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 842; IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61; CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 368.

¹⁸⁹ IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 61.

¹⁹⁰ LELLEY / FUCHS, s. 148.

¹⁹¹ CONRAD / HUPPERTZ, *HITD*, § 37, Rn. 364. İnternet kullanımı için de benzer görüş için bkz. DURSUN ATEŞ, s. 580.

¹⁹² IMPING, *CRH*, 70.11, Rn. 60; LELLEY / FUCHS, s. 149.

¹⁹³ SOLMECKE, *HMR*, Teil 21.1, Rn. 77; OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 811.

¹⁹⁴ İç yönetmeliklerde disiplin hükümlerinin düzenlenebileceğine ilişkin bkz. SÜZEK, *İş Hukuku*, s. 133; EYRENCİ / TAŞKENT / ULUCAN / BASKAN, s. 20.

¹⁹⁵ PAWLAK / SMEYERS, s. 26.

¹⁹⁶ Kural olarak disiplin cezasının uygulanmasından önce savunma alınması zorunlu olmamakla birlikte iç yönetmelikte açıkça düzenlenmesi durumunda savunma alınması gerekeceğine yönelik bkz. SÜZEK, Sarper: “İş Hukukunda Disiplin Cezaları”, *Çalışma ve Toplum*, 2011, Sayı 28 (Disiplin Cezaları), s. 13.

¹⁹⁷ PAWLAK / SMEYERS, s. 29.

¹⁹⁸ ELBİR, s. 269-270.

¹⁹⁹ İş sözleşmesinin feshedilmesinin aynı zamanda bir disiplin cezası olduğuna ilişkin bkz. SÜZEK, *Disiplin Cezaları*, s. 15.

de kurala bağlanabilir²⁰⁰. Böylelikle de işçilerin sosyal medyada gerçekleştirdiği hangi ihlallerin ve zararların hangi disiplin cezasıyla cezalandırılacağı açıkça düzenlenmiş olur. Keza iç yönetmelikte açıkça yasaklanan bir davranışın yapılması iş sözleşmesine aykırılık teşkil edeceğinden davranışın ağırlığına göre iş sözleşmesinin feshine imkân tanıdığı da unutulmamalıdır²⁰¹.

Sosyal medya düzenlemelerinde hükümlerin ihlali durumunda iş hukukuna ilişkin sonuçların düzenlenmesi, işçinin karşılaştığı yaptırımların meşruiyetini²⁰² ve hukuki belirliliğini sağlayacaktır²⁰³. Kaldı ki, işçiye disiplin cezası verilebilmesi için cezanın dayanağının olması gerekmektedir²⁰⁴. Bu anlamda İş Kanununun 38. maddesi örnek gösterilebilir. Buna göre ücret kesme cezasına ilişkin sebepler toplu iş sözleşmesi, iş sözleşmesi ve eki niteliğindeki iç yönetmeliklerde açıkça düzenlenmelidir. Ayrıca işçi tarafından aynı davranışın tekrarı durumunda işçiye daha ağır bir cezanın verilmesi de burada kurala bağlanabilir²⁰⁵. Nihayetinde iş sözleşmesinin feshinde işverenin bir sosyal medya politikasına sahip olması ve işçinin bundan haberdar olması durumu göz ardı edilemez²⁰⁶. Bununla birlikte ilgili düzenlemelerle işverenin fesih hakkının genişletilmesinin mümkün olmadığı da unutulmamalıdır²⁰⁷.

SONUÇ

İşçi sosyal medyayı işyeri kaynakları vasıtasıyla veya iş görme borcunun bir parçası olarak kullanabileceği gibi işyerinin resmi sosyal medya hesaplarını da kullanabilir. Bu hallerde işveren yönetim hakkı kapsamında sosyal medya kullanımına ilişkin kuralları düzenleyebilir. Yine işçinin şahsi hesabından işveren, iş veya işyeri ile ilgili yapılan paylaşımlar için düzenleme yapılmasında işverenin bir menfaati bulunabilir.

Sosyal medya kullanımında yaşanabilecek olumsuzlukları engelleme amacıyla kuralların genel ve yeknesak tarzda ve emredici bir şekilde iç yönetmeliklerde düzenlenmesinde fayda vardır. Ancak bu iç yönetmeliklerin genel iş koşulu niteliğinde olduğu ve TBK'nın 21. maddesi gereği işçinin bu koşullar hakkında açıkça bilgilendirilmesi, bunların içeriğini öğrenme imkânının sağlanması ve işçinin bu koşulları kabul etmesi gerektiği unutulmamalıdır. Yine her durum için işverenin emredici nitelikte iç yönetmelikler hazırlayabilmesinden bahsedilemez. Bu bağlamda dürüstlük kuralına aykırı olarak, işçinin aleyhine veya onun durumunu ağırlaştırıcı nitelikte olan hükümler TBK'nın 25. maddesi gereği içerik denetimine tabi olacaktır. Nitekim işçinin sosyal medya kullanmasına, kullanmamasına veya işyeri sınırları içerisinde sosyal medya kullanamayacağına ilişkin işveren emredici bir düzenleme yapamaz. Hatta işyeri kaynakları vasıtasıyla şahsi sosyal medya kullanımının dahi tamamen yasaklanamayacağı ve fakat makul bir sınırlama getirilebileceği kanaatindeyiz. Bu şartlar altında işverenler, işyeri ve işverenle ilgili ve fakat iş ilişkisine veya işverene ölçüsüz bir şekilde zarar verecek nitelikte olmayan özel hayattaki sosyal medya kullanımını bağlayıcı olmayan, bilgilendirici, tavsiye edici ve yol gösterici nitelikteki rehberlerle düzenleyebilir. Ancak paylaşımların kişilik hakkı ihlali veya suç teşkil

²⁰⁰ SÜZEK, *İş Hukuku*, s. 133; ÖZDEMİR, Erdem: "İş Hukukunda Disiplin Cezaları", *Prof. Dr. Nuri Çelik'e Armağan Cilt II*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2001 (Disiplin Cezaları), s. 1257-1264.

²⁰¹ YILDIZ, Gaye, Burcu: "İşçinin İş Saatleri İçinde Özel Amaçlı İnternet Kullanımının İş Sözleşmesinin Feshi Açısından Değerlendirilmesi", *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 2009, Sayı 16, s. 118.

²⁰² HOFFMANN / LEX, s. 242; HERBERGER, s. 249. İşçinin iş görme borcuna aykırı davranışı nedeniyle iş sözleşmesinin feshi değerlendirilirken özel amaçlı internet kullanımına ilişkin sınırlamaların varlığı ve içeriğinin araştırılması gerektiği görüşüne ilişkin bkz. ÇALIŞKAN YILDIRIM / UĞUR, s. 1197. İnternet kullanımının fesih için kullanılmasında bunların iç yönetmeliklerde düzenlenmesi ve işçilerin bu konudan haber edilmesinin önemli olduğu görüşü için bkz. KESER, *Talimata Aykırı Bilgisayar Kullanımı*, s. 463-464. Açık bir yasağa rağmen bilgisayar ve internetin özel amaçlı kullanılmasının ihtarsız fesih hakkı verdiği görüşü için bkz. YAMAKOĞLU, s. 89; ÇELİK, s. 147.

²⁰³ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 782.

²⁰⁴ SÜZEK, *İş Hukuku*, s. 133; ÖZDEMİR, *Disiplin Cezaları*, s. 1265.

²⁰⁵ ÖZDEMİR, *Disiplin Cezaları*, s. 1266-1267.

²⁰⁶ PAWLAK / SMEYERS, s. 29.

²⁰⁷ OBERTHÜR, *ITA*, § 2, Rn. 820.

etmemesi, iş ve üretim sırlarının ifşası, haksız rekabet ve telif hakkı ihlali gibi iş ilişkisine veya işverene ölçüsüz bir şekilde zarar verecek ağırlıkta olmaması noktasında bağlayıcı nitelikte iç yönetmelikler kabul edilebilir.

Sosyal medya kullanımına ilişkin iç yönetmeliklerin/rehberlerin içerikleri işyerinin ihtiyacına göre değişmekle birlikte sosyal medya hakkında bilgilendirme, sosyal medya düzenlemeleri kapsamında olan platformlar ve sosyal medyanın riskleri hakkında genel bilgileri içeren önsözle başlamalıdır.

İşçinin özel hayatında olduğu gibi çalışma hayatında da ifade hürriyeti bulunmaktadır. Bu durumda işveren işçinin iş, işveren ve işyeriyle ilgili paylaşım yapmasını bu düzenlemelerle yasaklayamaz. Fakat söz konusu düzenlemelerde işveren, çalışma arkadaşları ve müşteriler hakkındaki paylaşımların hakaret, iftira, tehdit, ayrımcılık, taciz şeklinde ifadeler içermemesi veya konusu suç teşkil etmemesi, işverenin veya işyerinin itibarına zarar vermemesi ve yine işyeri adına yetkisiz açıklama yapmaktan uzak durulması noktasında hükümlere yer verilebilir.

İşçi bilinçsizce sosyal medyada iş ve üretim sırlarını ifşa edebilir veya haksız rekabet ve telif hakkı ihlali niteliğinde paylaşımlar yapabilir. İşte hem bu ihlalleri önleyici hem de nelerin iş ve üretim sırrı olduğu, hangi davranış ve paylaşımların haksız rekabet ve telif hakkı ihlali olduğu noktasında işçiyi bilgilendirici nitelikteki hükümler sosyal medya düzenlemelerinde yer alabilir.

Sosyal medya düzenlemelerinde işyeri içerisinde yaşanan olumsuzlukları veya sosyal medyada işveren veya işyeri aleyhine yapılan paylaşımları bildirmek için yetkili kişi veya makamlar düzenlenebilir. Yine işyeri veya işveren adına sosyal medyada açıklama yapacak yetkili kişiler de bu düzenlemelerde belirlenebilir. Ayrıca işveren, işyeri resmi sosyal medya hesaplarına sahip olması durumunda bu hesapların hangi işçi/işçiler tarafından ve ne şekilde kullanılacağı, özel amaçla kullanılıp kullanılmayacağı, özel amaçla kullanılacaksa iş ve özel amaçla kullanım halleri bu iç yönetmeliklerde/rehberlerde kurala bağlanabilir.

Sosyal medya düzenlemelerinde, hükümlerin ihlal edilmesinin sonuçları yer alabilir. Keza sosyal medya davranışları ile ilgili disiplin sistemi bu düzenlemelerde kurala bağlanabilir. Böylelikle işçi hem yaptırımlarla ilgili bilgi sahibi olacak hem de uygulanacak yaptırımlar noktasında hukuki belirlilik sağlanacaktır. Nihayetinde işçiye disiplin cezası verilmesinde veya iş sözleşmesinin feshedilmesinde sosyal medya düzenlemeleri dikkate alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- AÇIKGÖZ, Deniz: *Çalışanın Haksız Rekabet Eylemleri ve Tazminat Sorumluluğu*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2023.
- AKYİĞİT, Ercan: *İş Hukuku*, 15. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2024.
- ALP, Mustafa: “Avrupa Birliği’nin 2019/1937 Sayılı Birlik Hukukuna Aykırılıkları Bildirenlerin Korunması (Whistleblowing) Yönergesi Işığında İşçinin Hukuka Aykırılıkları İfşa Etmesi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2021, Cilt 23, Sayı 1, s. 1-37.
- ARSLAN DURMUŞ, Seda: “İşçinin Özel Yaşamının İş İlişmesine Etkisi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2020, Cilt 25, Sayı 42, s. 135-168.
- ARSLAN ERTÜRK, Arzu: *Türk İş Hukukunda İşçinin Sadakat Borcu*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2010.
- ATEŞ, Mustafa: “Çalışanların Telif Hakkı İhlalinden Dolayı İşletme Sahibinin Hukukî Sorumluluğu”, *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 2021, Cilt 7, Sayı 2, s. 239-255.
- AUER-REINSDORFF, Astrid / CONRAD, Isabell (Hrsg.): *Handbuch IT- und Datenschutzrecht*, 3. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2019 (Yazar, HITD).
- AYDIN, Fatih: *İşçinin Sosyal Medya Paylaşımlarının İş Sözleşmesinin Feshine Etkisi*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2022 (İşçinin Sosyal Medya Paylaşımı).
- AYDIN, Ufuk: “İş Hukuku Açısından İşçinin Bilgi Uçurması (Whistleblowing)”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2002-2003, Cilt 2, Sayı 2, s. 79-100 (İşçinin Bilgi Uçurması).
- BAYBORA, Dilek: “Yargı Kararları İle Sosyal Medya Kullanımının İş Sözleşmesine Etkisi”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2017, Cilt 14, Sayı 56, s. 1705-1740.
- BİRBEN, Erhan: “İşçinin Özel Yaşamı Nedeniyle İş Sözleşmesinin Feshi”, (Ed.) CENTEL, Tankut: *İş Hukukunda Genç Yaklaşımlar II*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2016, s. 135-169.
- BORSUTZKY, Andreas: “Soziale Netzwerke - Regelungskompetenz des Arbeitgebers und Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats”, *Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht*, 2013, Sayı 12, s. 647-651.
- BOZKURT GÜMRÜKÇÜOĞLU, Yeliz: “İşçinin Sosyal Medya Kullanımının İş Hukukundaki Etkileri”, *Pres-Academia Procedia*, 2018, Cilt 7, s. 372-375.
- BOZKURT YÜKSEL, Armağan Ebru: “Ticari Sırların Dijital Ortamda Korunması”, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 2018, Cilt 9, Sayı 33, s. 143-192.
- CİVAN, Orhan Ersun: *İşçinin Yan Yükümlülükleri*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2021.
- ÇALIŞKAN YILDIRIM, Aslı / UĞUR, Ömer: “İşveren Bakımından Fesih Sebebi Olarak İşçinin Sosyal Medya Kullanımları”, *İstanbul Hukuk Mecmuası*, 2022, Cilt 80, Sayı 4, s. 1169-1222.
- ÇANKAYA, Yiğitcan: *İş İlişkisinde İşçinin Özel Yaşamının Gizliliği*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2021.
- ÇARDAK, Ali Atakan: “Üretim ve İş Sırlarını Hukuka Aykırı Olarak İfşa Etmek Suretiyle Haksız Rekabet”, *Ankara Barosu Dergisi*, 2023, Cilt 81, Sayı Cumhuriyet 100. Yıl Özel Sayısı, s. 431-464.
- ÇELİK, Nuri / CANİKLİOĞLU, Nurşen / CANBOLAT, Talat / ÖZKARACA, Ercüment: *İş Hukuku Dersleri*, 36. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2023.
- ÇELİK, Kübra Deniz: *Sosyal Medya Kullanımının İş Sözleşmesine Etkisi*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2019.
- ÇETİN, Evra: “Çalışanların Özel ve Aile Yaşamına Saygı Hakkı, Düşünce ve İfade Özgürlükleri”, (Ed.) GÜZEL, Ali / UGAN ÇATALKAYA, Deniz / HEPER, Hande: *İş Hukukunda Güncel Sorunlar 5*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2015, s. 75-136.
- DURDUN ATEŞ, Sevgi: *İşverenin Yönetim Hakkı*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2019.
- ELBİR, Nazlı: “İç Yönetmeliklerin Bağlayıcılığı”, (Ed.) BAŞTERZİ, Süleyman: *Prof. Dr. Sarper Süzek’e Armağan Cilt 1*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2011, s. 265-275.
- ERDOĞAN, Canan: “İşçilerin E-Posta Hesaplarının İşveren Tarafından İncelenmesi Hakkındaki 24.03.2016 Tarihli ve 2013/4825 Başvuru Numaralı Anayasa Mahkemesi Kararı Üzerine”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2017, Cilt 14, Sayı 55, s. 1351-1386.

- ERDOĞAN, Canan: *Kişilik Hakkı Kapsamında İşçilerin İzlenmesi ve Gözetlenmesi*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2017 (İşçilerin İzlenmesi).
- ERTÜRK, Şükran: “Sosyal Medya ve İş İlişkisi”, (Ed.) ÇELİK, Ahmet Çelik / UÇAKHAN, Sema Güleç / TOKBAŞ, Hakan: *I. İş Hukuku Kongresi Tebliğler Kitabı*, Aristo Yayınevi, İstanbul, 2022, s. 129-179.
- EYRENCİ, Öner / TAŞKENT, Savaş / ULUCAN, Devrim / BASKAN, Esra: *İş Hukuku*, 10. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2020.
- GÜÇLÜ, Hamide Merve: *İşçiyi Sadakat Borcuna Aykırı Davranmaya Yönelmenin İş Hukuku ve Haksız Rekabet Hukuku Bakımından Sonuçları*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2022.
- GÜLTEKİN, Fatih: *İş İlişkisinde İfade Özgürlüğü*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2024.
- GÜNTHER, Jens: “Unternehmensschädliche Äußerungen von Arbeitnehmern in Sozialen Medien - Social Media Guidelines als Mittel der Prävention”, *ArbRAktuell*, 2013, Sayı 9, s. 223-225.
- GÜZEL, Ali / UGAN ÇATALKAYA, Deniz: “İş Sözleşmesinin Uygulanmasında ve İşverenin Yönetim Yetkisinin Sınırlanmasında Dürüstlük (Objektif İyiniyet) Kuralının İşlevi Üzerine”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 2014, Cilt 20, Sayı 1, Prof. Dr. Ali Rıza Okur’a Armağan, s. 17-66.
- GÜZEL, Ali: “İş Hukukunda ‘Yetki’ ve ‘Özgürlük’”, *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2016, Cilt 15, Sayı 1, Prof. Dr. Turhan ESENER’e Armağan Cilt 1, s. 93-126.
- HEPER, Hande: “Düşünceyi Açıklama Hakkının Çalışma Yaşamındaki Görünümü: İşçinin İfade Özgürlüğü”, *Çalışma ve Toplum*, 2022, Cilt 3, Sayı 74, s. 1901-1934.
- HERBERGER, Marie: “Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen für Corporate-Influencer”, *Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht*, 2022, Sayı 4, s. 238-242.
- HOEREN, Thomas / SIEBER, Ulrich / HOLZNAGEL, Bernd (Hrsg.): *Handbuch Multimedia-Recht*, 59. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2023 (Yazar, HMR).
- HOFFMANN, Michel / FÜLLMANN, Julia: “Reichweite und Grenzen der Mitbestimmung des Personalrats bei Sozialen Medien”, *Zeitschrift für das öffentliche Arbeits- und Tarifrecht*, 2023, Sayı 2, s. 23-26.
- HOFFMANN, Michel / LEX, Laura: “Corporate Influencer & Social Media Guidelines”, *Recht Digital*, 2021, Sayı 5, s. 242-249.
- HOZAR, Nağme N.: “Özel Amaçla İnternet ve E-Posta Kullanımının İş İlişkisine Etkisi”, *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 2007, Sayı 7, s. 199-207.
- KARCIOĞLU, Fatih / SERÇEMELİ, Ceyhun: “İşyerindeki Sanal Kaytarma Davranışları Hakkında Hukuki Bir Değerlendirme”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2018, Cilt 6, Sayı 86, s. 322-331.
- KAYA, Mine: “Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali”, *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 2015, Sayı 119, s. 277-306.
- KAYIRGAN, Hasan: “İş Hukukunda Sadakat Borcunun Genel Bir Değerlendirmesi”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 2014, Cilt 20, Sayı 1, Prof. Dr. Ali Rıza Okur’a Armağan, s. 459-478.
- KESER, Hakan: “İş Sözleşmesinin Feshinde İşçinin Sosyal Medya Paylaşımlarının Geçerli veya Haklı Sebep Olarak Değerlendirilmesi”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2022, Cilt 19, Sayı 74, s. 519-562 (Sosyal Medya Kullanımı).
- KESER, Hakan: “İşçi Davranışları Kapsamında İşçinin Talimatlara Aykırı Bilgisayar, İnternet ve Cep Telefonu Kullanımı Sebebi ile İş Sözleşmesinin İşverence Feshedilmesi”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2019, Cilt 16, Sayı 62, s. 445-490 (Talimata Aykırı Bilgisayar Kullanımı).
- KEŞAPLI, Onur: “İşletmelerin Sosyal Medya Hesapları Üzerinden Kurmuş Oldukları İletişiminin Marka Değeri Üzerine Etkisi”, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017, Cilt 7, Sayı 2, s. 653-668.
- KRAMER, Stefan (Hrsg.): *IT-Arbeitsrecht Handbuch Digitalisierung.Homeoffice. IK Vituelle Betriebsratsarbeit*, 3. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2023 (Yazar, ITA).
- KUTLU MUTLUER, Merve: *Karşılaştırmalı Hukuk ve Türk İş Hukukunda İşyeri İç Yönetmelikleri*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2022.

- LELLEY, Tibor / FUCHS, Oliver: “My Space is not Your Space Einige Arbeitsrechtliche Überlegungen zu Social Media Guidelines”, *Corporate Compliance Zeitschrift*, 2010, Sayı 4, s. 147-150.
- LEXA, Carsten / HAMMER, Nadine: “Social Media Guidelines - Sichere Kommunikation in den Sozialen Medien”, *Corporate Compliance Zeitschrift*, 2014, Sayı 1, s. 45-47.
- MOLLAMAHMUTOĞLU, Hamdi / ASTARLI, Muhittin / BAYSAL, Ulaş: *İş Hukuku*, 7. Baskı, Lykeion Yayıncılık, Ankara, 2022.
- NARMANLIOĞLU, Ünal: *İş Hukuku Ferdi İş İlişkileri I*, 5. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2014.
- OBERWETTER, Christian: “Soziale Netzwerke im Fadenkreuz des Arbeitsrechts”, *Neue Juristische Wochenschrift*, 2011, Sayı 7, s. 417-421.
- OĞUZ, Özgür: “Yargıtay Kararları Işığında İş Sözleşmesinin İşçinin Sosyal Medya Kullanımı Nedeniyle İşveren Tarafından Feshi”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2022, Cilt 19, Sayı 76, s. 1177-1204.
- OKUR, Zeki: “İş Hukukunda İşçinin Düşünceyi Açıklama Özgürlüğü”, *Kamu-iş Dergisi*, 2006, Cilt 8, Sayı 4, s. 1-47 (<https://www.tuhis.org.tr/pdf/842.pdf>, ET: 11.05.2024) (İşçinin Düşünceyi Açıklama Özgürlüğü).
- OKUR, Zeki: “Yeni Teknoloji ve İş Hukuku”, *Çimento İşveren Dergisi*, 2006, Cilt 20, Sayı 3, s. 4-19 (Yeni Teknoloji).
- OKUR, Zeki: *İş Hukuku'nda Elektronik Gözetleme*, Legal Yayıncılık, İstanbul, 2013 (Elektronik Gözetleme).
- ÖKTEM SONGU, Sezgi: “Anayasal Bir Temel Hak Olarak İfade Özgürlüğünün İşçi Açısından İşyerindeki Yansımaları”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2013, Cilt 15, Sayı Özel Sayı, s. 609-650 (İfade Özgürlüğü).
- ÖKTEM SONGU, Sezgi: “İşçinin İşyerinde Özel Amaçlı İnternet ve E-Posta Kullanımına İlişkin Müdahalesi Üzerine Bir Değerlendirme”, (Ed.) BAŞTERZİ, Süleyman: *Prof. Dr. Sarper Süzek'e Armağan Cilt 1*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2011, s. 1057-1098 (Özel Amaçlı İnternet Kullanımı).
- ÖZDEMİR, Erdem: “İnternet ve İş Sözleşmesi: Yeni Teknolojilerin İş İlişisine Etkileri Üzerine”, *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 2008, Sayı 10, s. 13-24.
- ÖZDEMİR, Erdem: “İş Hukukunda Disiplin Cezaları”, *Prof. Dr. Nuri Çelik'e Armağan Cilt II*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2001, s. 1255-1280 (Disiplin Cezaları).
- ÖZDEMİR, Semih Sırrı / DOĞANAY, M. Zahid: “Bir Mecra Olarak Sosyal Medyanın Reklam Hukuku Açısından Değerlendirilmesi”, *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, 2019, Cilt 7, Sayı 13, s. 295-337.
- ÖZTÜRK, Berna: *İşçinin Talimatlara Uyma Borcu*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2021 (Talimatlara Uyma Borcu).
- ÖZTÜRK, Ünal: “Sanal Ortamda Haksız Rekabet Hâlleri”, *Konya Barosu Dergisi*, 2021, Sayı 1, s. 71-109 (Haksız Rekabet Halleri).
- PAWLAK, Klaus / SMEYERS, Lea: “Außerdienstliche Aktivitäten in Sozialen Netzwerken - Gefahr für den Arbeitsplatz?”, *Zeitschrift für das öffentliche Arbeits- und Tarifrecht*, 2013, Sayı 2, s. 26-29.
- SAVAŞ KUTSAL, F. Burcu / KOLAN, Şelen: “Paylaşmadan Önce Dikkat! İşçilerin İşyeri Dışında Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Hukuki Bir Değerlendirme”, *İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 2019, Cilt 16, Sayı 62, s. 491-562.
- SEVİMLİ, K. Ahmet: *İşçinin Özel Yaşamına Müdahalenin Sınırları*, Legal Yayıncılık, İstanbul, 2006.
- SÜMER, Haluk Hadi: *İş Hukuku*, 27. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2024.
- SÜZEK, Sarper: *İş Hukuku*, 22. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2022 (İş Hukuku).
- SÜZEK, Sarper: “İş Hukukunda Disiplin Cezaları”, *Çalışma ve Toplum*, 2011, Sayı 28, s. 9-18 (Disiplin Cezaları).
- SÜZEK, Sarper: “Tip İş Akitlerinin ve İç Yönetmeliklerin Kurulma Koşulları ve Denetimi”, *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2016, Cilt 15, Sayı 1, Prof. Dr. Turhan ESENER'e Armağan Cilt 1, s. 459-472 (Tip İş Akitleri).
- TAEGGER, Jürgen / POHLE, Jan / KILIAN, Wolfgang / HEUSSEN, Benno (Hrsg.): *Computerrechts-Handbuch*, 37. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2022 (Yazar, CRH).

- THÜSİNG, Gregor (Hrsg.): *Beschäftigtendatenschutz und Compliance*, 3. Baskı, C. H. Beck Verlag, München, 2021 (Yazar, BC).
- UGAN ÇATALKAYA, Deniz: *İş Hukukunda Ölçülülük İlkesi*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2019.
- UNCULAR, Selen: “Teknolojinin Etkisiyle Dönüşen İş İlişkisinde Giriş Kontrol Sistemleri, Yer Belirleme Sistemleri ve Sosyal Medya Vasıtasıyla İzleme”, *Çalışma ve Toplum*, 2020, Sayı 3, s. 1673-1699.
- UYAROĞLU, Osman: “İşyerinde Özel Amaçla İnternet Kullanımının İş Sözleşmesine Etkisi”, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 2021, Cilt 12, Sayı 46, s. 301-326.
- UZUN, Ercan: “İşçinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Sınırları Üzerine Bir Değerlendirme”, *İzmir Bakırçay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2020, Cilt 1, Sayı 1, s. 117-156.
- YAMAKOĞLU, Efe: *Bilişim Teknolojilerinin Kullanımının İş Sözleşmesi Taraflarının Fesih Hakkına Etkisi*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2020.
- YILDIZ, Bora / YILDIZ, Harun: “İş Yaşamındaki Sanal Kaytarma Davranışlarının Hukuki Yönden İncelenmesi”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2015, Cilt 13, Sayı 3, s. 1-17.
- YILDIZ, Gaye, Burcu: “İşçinin İş Saatleri İçinde Özel Amaçlı İnternet Kullanımının İş Sözleşmesinin Feshi Açısından Değerlendirilmesi”, *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 2009, Sayı 16, s. 110-119.
- YILDIZ, Gaye, Burcu: “İşçinin Sosyal Medya Paylaşımları Nedeniyle İş Sözleşmesinin Feshi Konusunda İki Farklı Yargıtay Kararının Değerlendirilmesi”, *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 2018, Sayı 39, s. 105-112.
- YİĞİT, Yusuf: “İşyerinde İnternetin Özel Amaçlı Kullanımı Nedeniyle İş Sözleşmesinin Feshi”, *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2010, Cilt 18, Sayı 2, s. 161-214.