

# “Sitemizi ziyaret ederek çerezleri kabul etmiş sayılırsınız”: Türkiye’deki haber sitelerinin çerez kullanım izinleri üzerine bir araştırma

## “By browsing this site, you accept cookies”: Research on the cookie usage permissions of news sites in Türkiye

Murat ULUK<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Asst. Prof. Dr, Istanbul Beykent University, Faculty of Communication, Department of New Media, Istanbul, Türkiye.

ORCID: M.U. 0000-0001-5923-8468

### Corresponding author/Sorumlu yazar:

Murat ULUK,  
Istanbul Beykent University, Faculty of Communication, Department of New Media, Istanbul, Türkiye.

E-mail/E-posta: muratuluk@beykent.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 16.12.2022

Revision Requested/Revizyon talebi:  
09.02.2023

Last revision received/Son revizyon  
teslimi: 06.06.2023

Accepted/Kabul tarihi: 20.04.2023

Online Published/Online Yayın: 21.06.2023

**Citation/Atf:** Uluk, M. (2023). “Sitemizi ziyaret ederek çerezleri kabul etmiş sayılırsınız”: Türkiye’deki haber sitelerinin çerez kullanım izinleri üzerine bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 64, 213-247. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2023-1219698>

### Öz

İnternet çerezleri, web sitelerinin kullanıcı deneyimini artırmaya yönelik hizmetler sağlarken, aynı zamanda, çevrimiçi gözetleme faaliyetlerinin de öncü araçlarından birisi hâline gelmiştir. Özellikle son yıllarda kişisel veriler üzerine hassasiyetin artması, dijital mahremiyet tartışmaları ve yürürlüğe giren yasal düzenlemeler çerez kullanımına ilişkin birtakım endişeleri de beraberinde getirmiştir. Yasal çerçevede, web sitelerinin çalışması için zorunlu olmayan çerezlerin kullanımı için kullanıcıların açık rıza vermiş olması gerekmektedir. Araştırma buradan yola çıkarak, çerez kullanımını analiz etmek için 11 Mayıs 2022 ile 19 Mayıs 2022 tarihleri arasında Türkiye’nin en çok ziyaret edilen 50 haber sitesini incelemiştir. Elde edilen veriler, haber sitelerinin hepsinin kullanıcılar herhangi bir aktif irade beyan etmeden onların cihazlarına zorunlu olmayan çerezleri yerleştirdiğini göstermektedir. Sitelerin üçte biri çerez kullanıma yönelik herhangi bir aydınlatıcı bildirim dâhi sunmamaktadır. Çerez kullanım bildirim sunanların ise yarısı siteyi ziyaret etmenin çerez yerleştirmek için geçerli bir neden olduğunu iddia etmektedir. Çalışmanın, hem yasalara hem de etik değerlere uyan; dürüst, manipülasyondan uzak, kullanıcılara ve onların tercihlerine saygılı çerez kullanım sistemlerin geliştirilmesi için farkındalık oluşturması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Çerez, web sitesi, kişisel veri, mahremiyet, açık rıza

### Abstract

While Internet cookies provide services for enhancing users’ experiences on websites, they have also become one of the leading tools for online surveillance. Particularly in recent years, increasing awareness levels about personal data, digital privacy studies, and legal regulations have raised concerns about the use of cookies. According to the legal framework, users must give explicit consent for the use of cookies that are not necessary for the functioning of a websites. From this point of view, this research examines Türkiye’s 50 most-visited news websites

between May 11, 2022, and May 19, 2022, to analyze their use of cookies. The data obtained show all news sites to have set non-necessary cookies on users’ devices without obtaining their explicit consent. One-third of the sites didn’t even provide any clarification statements regarding the use of cookies. Half of the sites that provide cookie usage statements were identified to claim visiting the site

as a valid reason for setting cookies. The study is expected to raise awareness for the development of cookie usage systems that comply with both laws and ethical values of being honest, non-manipulative, and respectful to users and their choices.

**Keywords:** Cookie, website, personal data, privacy, explicit consent

## Extended Abstract

Cookies are small text files that facilitate the information exchange between a remote server and the device accessing the information. In 1994, Lou Montulli and John Giannadrea invented HTTP cookies while working at Netscape to enhance website user experience. Montulli and Giannadrea placed a file on the user’s device to remember which products were added to the shopping cart and kept the product information in that file. Each time the user visits the shopping site, the remote server communicates with the user device and reads the text in the cookie, which contains information about the products in the basket. Engineers did not find it necessary to obtain permission from users when placing cookies. Over time, the dramatic increase in Internet access and the growth of the digital industry have allowed cookies to be used for different purposes.

Currently, cookies are classified into various categories based on their source, purpose, and duration of use. Source-based cookies are divided into two types: 1) first-party cookies, which are placed by the website itself, and 2) third-party cookies, which are placed by another actor through the website. The purpose of use is categorized under four types: 1) necessary cookies that help the website work correctly (such as adding a product to a shopping cart), 2) preference cookies that personalize user preferences, 3) analytic cookies that collect information about website usage, and 4) advertising cookies that aim to display data-based ads. Duration of-use cookies have two types: 1) session cookies that self-destruct when the website visit ends, and, 2) persistent cookies that are stored on the device for longer periods. Many types of cookies exist today, and while some are considered necessary and do not require explicit user consent, many others do.

The use of cookies, especially for advertising and analytical purposes, and the way many third-party cookies collect data about users, cause much controversy these days.

Legal regulations have been established to protect personal data and impose conditions requiring explicit consent regarding the use of cookies. The General Data Protection Regulation (GDPR) was enacted in Europe in 2018, and the Personal Data Protection Law (KVKK) was enacted in Türkiye in 2016; these are the most up-to-date legal regulations for protecting personal data. Companies such as Google, Meta, and Twitter in Europe were fined for not using cookies in accordance with the law, while Amazon faced a similar penalty in Türkiye. Guidelines prepared by data protection authorities on how to implement cookies serve as a guide for websites. Accordingly, websites must obtain explicit consent from users for cookies other than the necessary ones and must provide proper information about the use of cookies.

This study analyzes whether websites receive explicit consent from users about the use of cookies and how they present the cookie consent notification. The sample for the research consists of Türkiye's 50 most-visited news sites, which were considered a suitable sample due to many users regularly visiting news sites. The study first captured the cookies on the websites using the CookieBot, Brave Browser, and Get cookies.txt browser plugin, and then performed a manual content analysis. The research was conducted between May 11, 2022 and May 19, 2022, with a total of 6,271 cookies being detected on the 50 news sites. Of these, 672 were necessary cookies, while 5,599 were unnecessary cookies. Yenicaggazetesi.com.tr was found to be the news site that placed the most cookies on user's device, with a total of 489 cookies.

Of the websites, 28% displayed no consent notification banners to the user indicating that they were placing cookies. In other words, 14 news sites placed cookies on users' devices, without giving any notification, let alone asking for approval. The vast majority of the remaining sites offered no option for obtaining explicit consent when presenting the cookie notice, or simply provided an option to accept them. Half of the sites that display cookie consent notifications included the phrase "By visiting this site, you accept the use of cookies." However, by law, visiting a website is not a valid reason for cookie usage to be accepted. This study is expected to raise awareness for the development of cookie usage notifications that respect user preferences and privacy.

## Giriş

Günümüzde kullanıcıların neredeyse her bir ağ bağlantısında karşısına çıkan çerezler, uzak bir sunucunun kullanıcı cihazına yerleştirdiği ve bu yolla veri akışı sağladığı kodlardan oluşmaktadır. Her ne kadar son yıllarda yeni medyada mahremiyet çalışmalarının, kişisel veriler üzerine farkındalığın ve yasal düzenlemelerin sonucu olarak detaylıca irdelenmeye başlasa da çerezlerin geçmişi neredeyse web’in icadına dayanmaktadır. 1994 yılında yazılımcı Lou Montulli ve John Giannadrea, kullanıcıların web sitelerindeki belirli davranışlarını hatırlamak amacıyla çerez teknolojisini geliştirmiştir. Ekibin bu teknolojiyi geliştirmesini tetikleyen neden, alışveriş sepetine eklenen ürünleri sepette tutabilme ve bir sonraki ziyaret sırasında sepet içeriğini hatırlayabilme özelliğini hayata geçirme isteği olmuştur. Bir nevi kullanıcı deneyimini geliştirme maksatlı olarak ortaya çıkan çerezler, kullanım alanı kapasitesinin büyüklüğü dolayısıyla farklı amaçlarla kullanılmaya başlanmıştır. Cihaza kaydedilen hatırlatıcı kod parçaları bireysel bir gözetleme sisteminin inşasına da önyak olmuştur. Çünkü çerezlerden önce web siteleri ve kullanıcılar arasındaki iletişim anonim olarak gerçekleşirken, çerezlerle birlikte ilk defa sunucu ve cihaz arasında doğrudan bir iletişim imkânı doğmuştur (Peacock, 2014).

Çerezler bugün çevrimiçi gözetlemenin bir numaralı aracı hâline gelmiştir. Öyle ki dünyanın en çok ziyaret edilen ilk on bin web sitesinin %92’sinde Google’a, %54’ünde Meta’ya, %27’sinde Amazon’a, %24’ünde Criteo’ya ve %13’ünde Hotjar’a ait çerezler yer almaktadır (WhoTracksMe, 2022). Başka bir deyişle bu şirketlere ait çerezler bahsi geçen web siteleri aracılığıyla kullanıcıların cihazlarına çerez yerleştirerek çevrimiçi davranışlarını kayıt altına almakta, kendi sunucularına aktarmakta ve kullanıcı hakkındaki farklı kayıtlarla birleştirerek detaylı bir profil oluşturmaktadır.

Sürecin öznesi, yani hakkında bilgi toplanan ve kayıt tutulan kullanıcılar durumdan haberdar olmayabilir, dikkat etmeyebilir, yeteri kadar teknoloji okuryazarı olmayabilir veya konuyla ilgilenmeyebilir. İnsanlar nasıl ki her gittikleri restoranın mutfağını veya ekmek aldıkları fırını denetlemekle yükümlü değilse, onları dijital olarak kimlerin nasıl ve neden takip ettiği konusunda da farkında olmak zorunda değillerdir. Bağımsız araştırmacılar ve denetleyiciler mevcut problemi ortaya çıkartabilir, düzeltilmesi için önerilerde bulunabilir; yasalar ve karar alıcılar probleme yönelik yaptırımlarda bulunarak kişisel verilerin korunmasına ve özel hayatın gizliliğine katkı sağlayabilir.

Son yıllarda yürürlüğe giren kişisel verilerin korunması yasaları ve veri koruma kurullarının sıkı denetimleri sonrası çeşitli ülkelerde yürütülen akademik araştırmalar, web sitelerinin çerez yerleştirme ve kişisel veri işleme süreçlerini hâlen sorunlu şekilde gerçekleştirdiğini göstermektedir (Kampanos & Shahandashti, 2021; Matte et al., 2020; Mehrnezhad, 2020; Nouwens et al., 2020; Soe et al., 2020; Utz et al., 2019; Libert et al., 2018). Türkiye’de 2016’da yürürlüğe giren KVK Kanunu ile birlikte web sitelerinin çerez uygulamalarına ilişkin yerli bir araştırma gerçekleştirilmemiştir.

Bu olgudan yola çıkarak çalışma, Türkiye’de web çerezlerinin kullanıcı cihazlarına yerleştirilirken onlardan izin alınıp alınmadığı ve eğer izin alınıyorsa bunun nasıl sunulduğu merakı üzerine inşa edilmiştir. Çalışmada öncelikle çerezlere, çerez türlerine, çerez kullanım bildirimlerine ve çerezlere ilişkin güncel yasal düzenlemelere yer verilmektedir. Araştırma ise Türkiye’nin en çok ziyaret edilen 50 haber sitesinin çerezleri ve çerez bildirimlerine yönelik analiz ve bulguları içermektedir.

## Çerezler ve türleri

1994 yılından beri web’te var olan çerezler, web deneyimlerinin gelişimi ve kişiselleştirilmesi için güçlü bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Web sitelerinin gezinimi sırasında davranışların takibini sağlama, kullanıcı oturum bilgilerinin hatırlama ve sepete ürün ekle / çıkarma tercihlerini kayıt altında tutma gibi işlevleri çerezlerin temel özellikleri arasında yer almaktadır.

Çerezler; sunucu adı, kullanım süresi ve çerez değeri şeklinde üç öğeden oluşmaktadır. Sunucu adı, çerez yerleştiren şirketin sunucu adını; kullanım süresi, çerezin ne kadar süreyle cihazda kalacağını; çerez değeri ise çerezin eşsiz kimlik numarasını ifade etmektedir. Her çerez, yerleştiği kullanıcı cihazına eşsiz bir kimlik numarasıyla tanımlanır ve çerezlerin içeriğine yalnızca çerezi yerleştiren şirket erişebilir (Wheeler, 2015, p. 104). Bu bilgi eşliğinde yukarıdaki WhoTracksMe verilerini tekrar okuduğumuzda Google çerezlerine Google’ın, Criteo çerezlerine Criteo’nun erişebildiğini ve kayıta nelerin tutulduğunu sadece onların görebildiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda dikkat çeken bir husus şudur: web siteleri kendileri aracılığıyla Google, Criteo veya Hotjar gibi işbirliği içinde buldukları şirketlerin çerezlerini kullanıcı cihazlarına konumlandırır fakat bu çerezlerde hangi bilgilerin yer aldığını onlar da bilemez. Şirketler ise çerezler sayesinde aynı kullanıcıları binlerce farklı web sitesinde takip edebilir, farklı etkinliklerini kayıt altına alabilir ve bunları bir araya getirerek ayrıntılı kullanıcı profilleri oluşturabilirler.

Çerezler aracılığıyla çevrimiçi etkinliklerin kayıt altına alınması mahremiyete ilişkin kaygıları beraberine getirmiştir. Çünkü web sunucularının cihaza çerez yerleştirilmesi ile birlikte sürecin kullanıcı rızasına bağlı olup olmadığı, kimlerin çerez yerleştirdiği, ne kadar süreyle çerezin cihazda kalacağı ve çerezde hangi bilgilerin yer aldığı gibi sorular ortaya çıkmıştır. Bu soruların en önemlisi kullanıcının çerez yerleştirilirken onay verip vermediğidir. Lou Montulli ile birlikte çerez sisteminin icadında önemli bir rol oynayan John Giannadrea, o dönemde çerezlerin cihaza yerleştirilirken kullanıcılardan izin alınmasına gerek olmadığını düşünmüştür (Turow, 2016, pp. 80-81). Dijitalleşmenin doruk noktasını yaşadığımız bugünlerde çerezler, web sitesi özelinde kullanıcıları kişiselleştirmekten ziyade şirketlerin gözetleme ve profilleme amacının öncül aracı haline dönüşmüştür.

Günümüzde çerezler kimin yerleştirdiğine, kullanım süresine ve amaçlarına göre çeşitli kategoriler altında toplanmaktadır (General Data Protection Regulation [GDPR], 2019);

#### **a) Kaynağına göre çerezler:**

1. Birinci taraf: Ziyaret edilen web sitesinin kendisi bir çerez yerleştiriyorsa o çerezler birinci taraf çerez olarak adlandırılmaktadır.

2. Üçüncü taraf: Ziyaret edilen web sitesi aracılığıyla farklı bir şirkete ait farklı sunucudan gelen ve ziyaretçinin cihazına yerleştirilen çerezlerdir. Örneğin, milliyet.com.tr adresini ziyaret eden bir kullanıcının sitedeki davranışlarının kaydı doubleclick.net (Google) veya criteo.com (Criteo) gibi üçüncü taraf davranışsal reklam amaçlı yerleştirilen çerezler aracılığıyla işlenebilmektedir. Milliyet.com.tr buna izin verdiği sürece söz konusu şirketler bu tür kayıtları tutabilmektedir.

#### **b) Kullanım süresine göre çerezler:**

1. Oturum çerezleri: Geçici çerezler olarak da adlandırılan bu türdeki çerezler, kullanıcının web sitesi ziyareti sırasında kayıt tutarken ziyaret sonlandırıldığında veya tarayıcı kapatıldığında kendisini yok eder. Kısacası, yalnızca oturum süresi boyunca varlık gösteren çerezlerdir.

2. Kalıcı çerezler: Kullanıcının cihazında belirli bir süre boyunca kalmaya devam eden çerezlerdir. Genellikle bir son kullanma tarihine sahiptir. 1gün, 30 gün, 90 gün, 180 gün, 1 yıl ve 2 yıl gibi sürelerle sahip olabilmektedir.

### **c) Kullanım amaçlarına göre çerezler:**

1. Zorunlu çerezler: Web sitelerinin doğru biçimde çalışması için gerekli olan çerezlerdir. Daha önce sözü edildiği gibi sepete eklenen ürünlerin bir sonraki ziyarette hatırlanması gerekli olan çerezlere örnek gösterilebilmektedir.

2. Tercih çerezleri: Kullanıcı tercihlerine göre ziyaret edilen sayfanın yapılandırılmasına yönelik çalışan çerezlerdir. Oturumlara hâlihazırda giriş yapılmış olması, formların otomatik doldurulması veya sitedeki dil tercihinin hatırlanması gibi özelliklerin çalışması için kullanılan çerezlerdir. Amacı doğrudan kullanıcı deneyimini geliştirmek ve platformun kullanıcı tercihlerine göre kişiselleştirilmesini sağlamaktır.

3. Analitik çerezler: Kaynağı birinci veya üçüncü taraf olabilen, web sitesi ziyaretiyle ilgili detaylı bilgiler toplayan çerezlerdir. Sayfa görüntülenmesi, ziyaret saati, konum, cihaz, varsayılan dil, ziyaret süresi, edinme, tıklama gibi çeşitli parametrelerin takibini ve kaydını tutan çerezlerdir.

4. Pazarlama / reklam çerezleri: Genellikle üçüncü taraf şirketlerin ayrıntılı kullanıcı profilleri oluşturmak ve var olan profillere uygun biçimde reklam göstermek amacıyla kullanılan çerezlerdir. Google, Meta, Criteo vb. reklam şirketleri bu çerezleri sıkça kullanmaktadır.

Montulli ve Giannadrea'nın açık rızaya ihtiyaç duymadan yerleştirmekte problem görmediği çerezler bugün görüldüğü gibi birçok türe ve kategoriye ayrılarak ağa bağlı her an kullanıcının karşısına çıkan, onu takip eden, kaydını tutan, kaydı başkalarıyla paylaşan; üzerine büyük bir ekonomi inşa edilmiş önemli bir araca dönüşmüştür. Çerez kullanım alanının bu denli yaygınlaşması ve yarattığı problemler, kişisel verilerin korunmasına yönelik hukuki düzenlemelerin çevrimiçi kapsayıcılığı çerçevesindeki gelişmeleri de beraberinde getirmiştir.

## Çerezlerin hukuki boyutu ve Türkiye’deki güncel gelişmeler

Çerezler, kullanıcılar hakkında onlarca veri işlemektedir. İşlenen veriler yan yana getirildiğinde çerezlerin bir kullanıcıyı doğrudan belirleyebilme imkânına sahip olduğu görülmektedir. Bu nedenle çerezlerin kişisel veri işlediği ve kişisel verilere ilişkin yasalara tabi olduğu söylenebilmektedir.

AB Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) kişisel veriyi, “kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişilerle ilgili her türlü bilgi” olarak nitelendirmektedir<sup>1</sup>. Bu tanım kişinin belirlenebilmesi için iki seçenek sunmaktadır. İlki, doğrudan belirleyici bilgilerin kişinin kim olduğunu ortaya çıkarmasını içermektedir. Kimlik numarası, IP adresi, ad-soyad, cep telefonu numarası veya sosyal güvenlik numarası gibi bilgiler kişinin doğrudan belirlenebilmesini sağlamaktadır. Kimliği ‘belirlenebilir’ bilgiler ise birden çok verinin bir araya gelmesiyle bir kişinin belirlenebilmesi vurgulanmaktadır. Çerezler ile kayıt altına alınan tüm veriler bir araya getirildiğinde doğrudan bir kişi belirlenebilmektedir. Örneğin ekran çözünürlüğü, tarayıcı bilgisi, siteyi ziyaret saati, ziyaret süresi, işletim sistemi, konum ve cinsiyet gibi tek başına anonim olan veriler bir araya getirildiğinde yalnızca bir kişi belirlenebiliyorsa söz konusu veriler kişisel veri olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla gerek Genel Veri Koruma Tüzüğünde gerekse Kişisel Verileri Koruma Kanununda kişisel verilerin korunmasına yönelik kanun maddeleri web siteleri ve onlar aracılığıyla yerleştirilen çerezleri de kapsamaktadır.

Kişisel verilerin korunması ve özel hayatın gizliliği üzerine tedbir ve düzenlemeler 20. yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla karşımıza çıkmaktadır. Özel hayata saygı ve mahremiyet hakkı 1948’de İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’nde ve 1950’de Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nde temel bir insan hakkı olarak ele alınmıştır (European Court of Human Rights, 1950; Council of Europe, 2018). 1967’de ABD’de yürürlüğe giren FOIA (Bilgi Edinme Özgürlüğü Yasası), vatandaşlara ilk defa kişisel verilerinin akıbetini öğrenme ve talep etme hakkı tanımıştır (FOIA, 2014). 1981’de kişisel verilerin korunmasına yönelik ilk uluslararası sözleşme “Kişisel Verilerin Otomatik İşleme Tabi Tutulması Karşısında Şahısların Korunmasına Dair Sözleşme” adıyla Avrupa Konseyi tarafından kabul edilmiştir (Council of Europe, 2018: 24). Bu sözleşme hâlen geçerliliğini sürdürmektedir. Türkiye, bu sözleşmeyi ilk imzalayan ülkelerden birisi olmuştur. Birleşmiş Milletler’in 1990 yılında “Bilgisayarla İşlenen Kişisel Veri Dosyalarına İlişkin Rehber İlkeler” başlıklı tavsiye içeren rehber yayımlamıştır (UN General Assembly, 1990). 1995 yılında Avrupa Birliği, veri koruma üzerine 95/A46/EC sayılı “Kişisel Verilerin İşlenmesi ve Serbest Dolaşımı



Bakımından Bireylerin Korunmasına İlişkin Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi Direktifi” adlı kapsamlı yönergeyi kabul etmiştir (Council of Europe, 2018, p. 19). Bu yönerge, 2018’de yürürlüğe giren GDPR’a kadar en güncel düzenleme olmuştur.

GDPR, bireylerin verilerinin işlenmesinin açık rızaya bağlı olduğunu hükmeder. GDPR’ın 4.maddesinin 11. fıkrasına göre veri sahibi özgür biçimde açık bir onay vererek kendisine ait verilerin işlenmesi için beyanda bulunmalıdır. 7. maddenin 3. fıkrasına göre dilediği zaman onayını geri çekebilmeli; onayın geri çekilmesi, onaylamak kadar kolay olmalıdır. GDPR’a göre web sitelerinin çalışması için gerekli olan zorunlu çerezler dışındaki kişisel veri içeren çerezlerin cihaza yerleştirilmesi için kullanıcıların onayının alınması gerekmektedir. Başka deyişle, kullanıcıların açık rızasını almadan tercih, analitik ve pazarlama çerezleri aktif hâlde kullanıcılara sunulamaz, onların cihazlarına yerleştirilemez. İster birinci taraf ister üçüncü taraf olsun, söz konusu zorunlu olmayan çerez türlerinin kullanımı onaya tabidir.

Platformların çerez kullanım ihlallerine yönelik çeşitli Avrupa ülkelerinin veri koruma kurumları GDPR kapsamında ceza ve yaptırımlarda bulunmaktadır. Fransa, Avrupa ülkeleri arasında kişisel veri ihlallerine yönelik güçlü yaptırımlar uygulayan ülkeler arasında ön plana çıkmaktadır. Örneğin, Fransa Veri Koruma Kurumu (CNIL), GDPR uyarınca google.fr, facebook.com ve youtube.com bağlantılarında çerezleri reddetmenin çerezleri kabul etmek kadar kolay olmadığını tespit ederek Google’a 150 milyon Euro, Facebook’a ise 60 milyon Euro ceza vermiştir (CNIL, 2022). Yine aynı kurum, 2020 yılında amazon.fr adresinde kullanıcılara herhangi bir bilgi vermeden, onların onayını almadan pazarlama çerezlerinin yerleştirildiği gerekçesiyle Amazon’a 35 milyon Euro ceza vermiştir (CNIL, 2020). CNIL’in verdiği cezalar yalnızca teknoloji devi şirketleri kapsamamaktadır. 26 Kasım 2020 yılında kuruma gelen şikâyetler sonucu Carrefour Fransa’ya 2,25 Milyon Euro, Carrefour Banque’ye 800,000 Euro ceza verilmiştir. Cezalar çeşitli veri işleme ihlallerini kapsarken çerezlerle ilgili kısmı şu şekilde açıklanmıştır:

CNIL, bir kullanıcı carrefour.fr veya carefour-banque.fr web sitelerini ziyaret ettiğinde herhangi bir eylemde bulunmadan cihazına muhtelif çerezin otomatik olarak yerleştirildiğini görmüştür. Bu çerezlerin bir kısmının reklam amaçlı kullanıldığı düşünüldüğünde, çerezlerin cihaza kaydedilmesinden önce izin alınması gerektiği söylenebilir.

Görüldüğü gibi zorunlu olmayan çerezlerin kullanımı için açıkça izin alınmadığında ve kullanıcı onayı alınmadan çerezler yerleştirildiğine GDPR’a dayanarak Veri Koruma Kurumları cezai yaptırımlar uygulamaktadır. GDPR’a bağlı olmasa da Türkiye de kişisel verilerin korunması çerçevesinde yasal düzenlemelere sahiptir.

Türkiye’de kişisel verilerin korunması üzerine hukuki maddeler Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’ndan önce Türk Ceza Kanunu’nda (TCK) yer almaktadır. TCK’nın 135. maddesi kişisel verilerin hukuka aykırı olarak kaydedilmesinin hapis cezasıyla çarptırılacağını belirtirken; 136. maddesinde kişisel verilerin üçüncü taraflarla hukuka aykırı biçimde paylaşılmasının, yayılmasının ve ele geçirilmesinin de hapis cezasıyla cezalandırılacağını beyan etmektedir<sup>2</sup>. 2016 yılında yürürlüğe giren ve 95/46/EC sayılı yönerge temel alınarak hazırlanan 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK), kişisel verilerin güvenliği sağlama amaçlı ilk kapsamlı kanundur<sup>3</sup>. Kanunun 5. maddesinin 2. fıkrasında yer alan özel haller dışında bireylerin kişisel verileri açık rızası olmadan işlenemez.

Çerezlerin yanlış ve hukuka aykırı kullanımı kapsamında Türkiye’de verilen ilk cezalardan birisi Kişisel Verileri Koruma Kurulu’nun (KVKK) Amazon Türkiye’ye verdiği cezanın içerisinde yer almaktadır. Kurumun 2020/173 sayılı karar özetinde yer alan bilgilere göre amazon.com.tr adresini ziyaret etmenin çerez yerleştirmek için açık rıza verildiği anlamına gelmediğine dikkat çekilmektedir. Diğer bir deyişle, siteye giriş yapmak sitenin zorunlu olmayan çerezleri yerleştirmesi için geçerli bir neden oluşturmamaktadır. Kurul ayrıca açık rızanın alınan hizmet şartına bağlanmasının ‘açık rızayı’ sakatlayacağını beyan ederek “hesap oluşturarak gizlilik bildirimini kabul etmiş sayılırsınız”, “sipariş verdiğinizde ..... çerez bildirimini kabul etmiş olursunuz.” gibi ifadelerin örtük irade beyanı olduğu değerlendirmesinde bulunmuştur (KVKK, 2020).

Kurulun verdiği bir başka ceza yine e-ticaret sektöründe faaliyet gösteren farklı bir şirkete olmuştur. 10 Mart 2022 tarih ve 2022/229 sayılı karar özetinde yer alan bilgilere göre şirket, internet sitesi ve mobil uygulamalarında yer verdiği çerezler ile hukuka aykırı biçimde kişisel veri işlemiştir. Kurulun değerlendirmesi çerezlerin Türkiye’deki hukuksal boyutu açısından yol göstermektedir. Buna göre (KVKK, 2022);

- Web sitesinin düzgün çalışması için gerekli olan çerezlerin kullanımı için açık rıza aranmazken; analitik, reklam ve pazarlama amaçlı çerezlerin kullanımı kullanıcının açık rızasına bağlıdır.

- Kullanıcı tercihleriyle ilişkili çerezler analitik, reklam ve pazarlama amacıyla kullanıldığında açık rızaya bağlıdır.
- Kullanılan tüm çerezler hakkında aydınlatıcı açıklamalara yer verilmelidir.
- Açık rıza “bilgilendirmeye dayanan ve özgür iradeyle açıklanan” “aktif bir hareket” vasıtasıyla gerçekleşen bir eylemdir.
- Web sitesi ziyaret edildiği anda zorunlu olmayan çerezler varsayılan olarak çalışmamalı; açık rıza alınarak çalışmalıdır.
- Kullanıcıların çerezleri kabul etmesi veya reddetmesi için yönlendirme yapılması gerekmektedir.

Yukarıdaki örnekte verilen iki ceza sonrasında Haziran 2022’de Kişisel Verileri Koruma Kurulu, Çerez Uygulamaları Hakkında Rehber başlığıyla bir yönerge yayımlamıştır<sup>4</sup>. Rehber genel olarak çerezler aracılığıyla kişisel veri işleyen web siteleri ve uygulamaların uyması gereken kuralları içermektedir. Rehberde çerezler, GDPR’ın (2019) kategorilendirdiği gibi, amacına göre, süresine göre ve kaynağına göre yer almaktadır. Buna göre çerezlerin kişisel veri işlemesi için, aksi bir hukukî sebebe dayanmadığı sürece, açık rıza şartı aranmaktadır. Açık rızanın bir sözleşmenin ön koşulu olarak dayatılmaması gerektiği<sup>5</sup> ve yalnızca siteyi ziyaret etmenin verilerin işlenmesi için özgür bir irade ortaya koyduğu anlamına gelmediğine yer verilmektedir.

Hem GDPR hem de KVKK kapsamında değerlendirildiğinde sitenin çalışması için zorunlu olan çerezler dışındaki sosyal ağ çerezleri, reklam / pazarlama çerezleri veya analitik çerezlerin kullanıcı cihazlarına konumlandırılması ve bağlantılı olarak kişisel verileri işlemesi açık rıza alınarak gerçekleşmelidir.

### **Çerez kullanım bildirimleri**

Kişisel veri ihlalleri kapsamında Avrupa ülkelerinde karşılaşılan güçlü yaptırımlar ve verilen yüklü cezalar, büyük teknoloji şirketlerinden küçük işletmelerin web sitelerine kadar tüm platformların kendisine çekidüzen vermesine neden olmuştur. Söz konusu platformlar bu çalışmanın ana odak noktası olan çerez kullanımına ilişkin düzenlemeler gerçekleştirilmeye başlamış ve karar alıcıların önerdiği yönergeler üzerinden kullanıcılarına

çerez kullanım bildirimleri sunmaya başlamıştır. Özellikle, GDPR’ın yürürlüğe girdiği 2018 yılı sonrası web siteleri gizlilik sözleşmesi ve çerez politikası gibi yasal metinler hazırlayarak kullanıcıların kişisel verileri hakkında aydınlatma yapmaya ve bu konular hakkında bilgi paylaşımı yapmaya başlamıştır. Web siteleri, çerezler aracılığıyla veri toplamak ve işlemek için yasal bir dayanak sunmalı, belirli bir amaç doğrultusunda gerçekleşmeli ve açık rızaya tabi olmalıdır (Machuletz & Böhme, 2020).

Çerez kullanım bildirimi, web sitelerinin kullanıcıları çerez kullanımı hakkında bilgilendiren ve bu kapsamda çerezleri yönetmelerine olanak tanıyan uygulamalarıdır (Kampanos & Shahandashti, 2021). Üçüncü taraf şirketlerle işbirliği içinde olan, onların çerezlerini kendisi aracılığıyla kullanıcıların cihazlarına yerleştiren ve kullanıcının web sitesinde yaptığı her hareketin üçüncü taraflarca görünmesine olanak tanıyan web siteleri, yasalar gereğince çerez kullanım bildirimlerinde kullanıcının açık rızasını almakla yükümlüdür. Bu yükümlülük web siteleri ziyaret edildiğinde karşılına çıkan çerez kullanım bildirimleriyle gerçekleştirilmektedir.

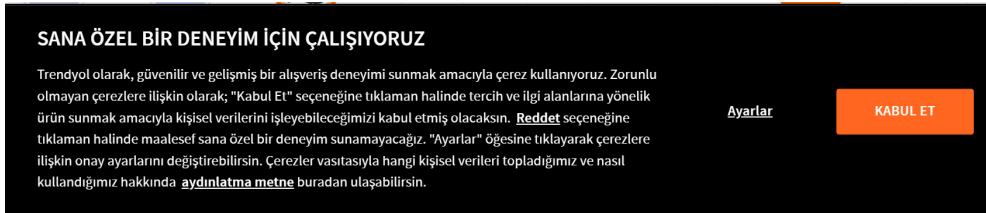
KVK Kurulunun yayımlandığı çerez rehberinde bir web sitesine girildiği anda kullanıcının karşısına çıkan çerez kullanım bildirimlerinde rengi, yazı karakteri türü ve büyüklüğü gibi bileşenler eşit olacak şekilde ‘kabul et’, ‘reddet’ ve ‘tercihler’ şeklinde seçeneklerin sunulması iyi bir örnek olarak paylaşılmıştır. Kurulun önerisine benzer ve daha detaylı bir çalışma Danimarka Veri Koruma Kurulu tarafından hazırlanmıştır (Datatilsynet, 2021). Şubat 2021’de yayımlanan “Çerez Kullanımı için Hızlı Bir Rehber” başlıklı belge genel hatlarıyla;

- Zorunlu çerezler dışındaki çerezler izin alınmadan aktif hale getirilmemeli,
- Kullanıcılar kendi çerez ayarlarını yapabilmeli, tercihlerini yönetebilmeli,
- Verilen hizmetin ön koşulu olarak çerez kullanımı dayatılmamalı,
- Çerezleri kabul etme ve tercihlerin yanı sıra reddetme seçeneğini de olmalı,
- Çerezlerin kullanım amaçları ve süresi basit bir dil ile paylaşılmalı,
- Hangi kişisel verilerin üçüncü taraf şirketlerle paylaşıldığına açıkça yer verilmeli,

- Verilen açık rıza kolaylıkla geri alınabilmeli.

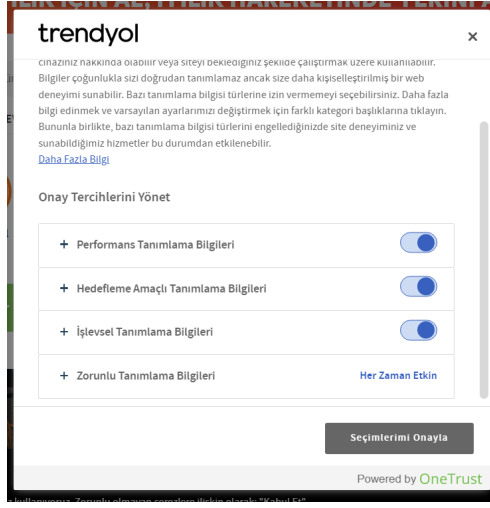
gibi tavsiyelerde bulunmaktadır.

Çerez kullanım bildirimlerinin görsel açıdan sunumu ve buna dayalı açık rızanın nasıl istendiği kullanıcının değerlendirmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Örneğin, Figure 1’de Türkiye’nin en çok tercih edilen alışveriş sitelerinden birisi olan trendyol.com’un ilk ziyaret sırasında kullanıcılara sunduğu çerez kullanım bildirimi yer almaktadır.



**Figure 1:** trendyol.com’u ilk defa ziyaret eden bir kullanıcının karşılaştığı çerez kullanım bildirimi (Ekran görüntüsü tarihi: 30 Kasım 2022).

Bu bildirimde dikkat çeken ilk unsur, kabul et seçeneğinin ilgi çekici bir renk ve büyük harfle yazılmış olmasıdır. Öte yandan bakıldığında ayarlar seçeneği renksiz ve küçük harfle yazılmakta, reddet seçeneğinin ise sol taraftaki aydınlatıcı metnin içerisinde yer aldığı görülmektedir. Kişinin bilinçaltını kabul etmeye yönlendiren bu türde bir sunum, hem KVK Kurulunun hem de yukarıda yer verilen Danimarka Veri Koruma Kurulunun paylaştığı önerilere uymamaktadır. Benzer olarak, açık rızanın aktif bir eylem sonucu gerçekleşmesi beklenirken ayarlar seçeneğine tıkladığında sunulan çerez tercih yönetim panelinde amaçlarına göre çerezlerin hepsinin varsayılan olarak aktif geldiği görülmektedir (Figure 2). Oysaki aktif biçimde kullanıcıya sunulan seçenekler açık rıza verildiği anlamına gelmemektedir.

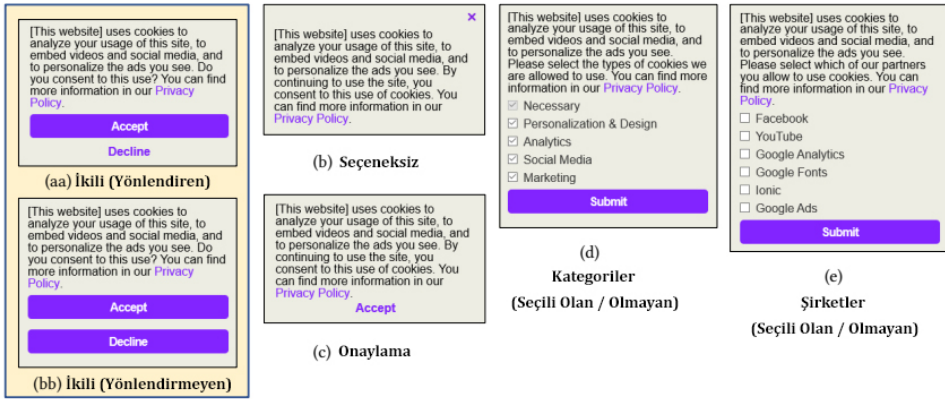


**Figure 2:** trendyol.com’un çerez kullanım bildiriminde *ayarlar* bağlantısında tıklandığında karşımıza çıkan ekran (Ekran görüntüsü tarihi: 30 Kasım 2022).

Çerez kullanım bildirimleri üzerine yapılan ilgili çalışmalar mevcut tabloyu anlamak ve yorumlamak için oldukça yol göstericidir. Utz ve arkadaşlarının (2019) 1000 web sitesi üzerinde yaptığı bir araştırmaya göre sitelerin %57,4’ü çerez kullanım bildirimlerinde ‘tüm çerezleri kabul et’ seçeneğini vurgulamakta veya ‘çerezleri reddet’ seçeneğini daha sinik bir şekilde sunmaktadır. Yanı sıra, sitelerin neredeyse %28’inin çerez kullanım bildiriminde kullanıcılara hiçbir seçenek sunmadığı, %68’inin olumlu seçeneğe sunduğu, yalnızca %3’ünün ‘ kabul et’ ve ‘reddet’ gibi ikili seçenek sunduğu belirlenmiştir.

Kampanos ve Shahandashti’nin (2021) Birleşik Krallık ve Yunanistan örneğinde 17 binden fazla web sitesini tarayarak yürüttüğü araştırmada sitelerin neredeyse yarısının çerez kullanım bildirimini gösterdiğini tespit etmişlerdir. Sitelerin %60’ından fazlası en az bir adet üçüncü taraf çereze sahipken, bunların %50’sinden daha azı hiçbir çerez bildiriminde bulunmamaktadır. Çerez kullanım bildirimlerinde %90’ın üzerinde ‘ kabul et’, ‘tamam’, ‘onayla’, ‘ok’ gibi olumlu seçeneklere yer verilirken ‘reddet’, ‘onaylama’ gibi olumsuz seçeneklere yer verilme sıklığı %20’nin altında kalmıştır.

Çerez kullanım bildirimleri kullanıcılara görsel ve içerik olarak farklı şekillerde sunulmaktadır. Bahsi geçen araştırmalarda da görüleceği üzere bazı bildirimlerde hiçbir seçenek sunulmuyorken, bazılarında yalnızca kabul etme, bazılarında ise hem kabul etme hem de reddetme gibi seçenekler sunulmaktadır. Utz ve arkadaşları (2019) farklı bildirim türlerini Figure 3’te yer alan kategoriler altında toplamıştır.



**Figure 3:** Web sitelerinin çerez kullanım bildirimleri ve rıza taleplerinin farklı biçimleri (Utz et al., 2019).

Çerez kullanım bildirimlerini beş kategori altında toplayan Utz ve arkadaşları, üç kategoriye de kullanıcıları manipüle etme yöntemine göre iki alt kategoriye ayırmaktadır.

### a) İkili seçenekler

Kullanıcıya çerezleri kabul etme veya reddetme imkânı tanıyan çerez kullanım bildirimleridir.

#### aa. İkili (Yönlendiren)

Bu yöntem kabul et seçeneğinin vurgulayıcı bir biçimde, reddetme seçeneğinin ise daha görünmez ve silik şekilde sunulmasını içermektedir. Bu bildirimlerde genellikle kabul et seçeneğini kontrast bir renge ve büyük yazı karakterine sahiptir. Kullanıcıyı kabul etmeye yönlendiren bir mantık neticesinde tasarlanırlar.

#### ba. İkili (Yönlendirmeyen)

Kabul etme ve reddetme seçeneklerinin aynı renge, yazı karakterine ve karakter büyüklüğüne sahip olduğu; seçeneklerin birbirinden farklılaşmadığı bildirimlerdir. Bu tür bildirimler kullanıcıların bilinçaltını veya algısını etkilemeyen, yönlendirmeyen, eşit şartlara sahip seçeneklerden oluşmaktadır.

## **b) Seçeneksiz**

Web sitesinde yalnızca çerezlerin kullanıldığına ilişkin bir metin sunan, kullanıcılara herhangi bir onaylama, reddetme veya çerezleri yönetme (ayarlama) imkânı tanımayan bildirimlerdir.

## **c) Onaylama**

Web sitesinde çerezlerin kullanıldığına ilişkin bir metnin yanı sıra ‘Kabul Et’, ‘Anladım’, ‘Onayla’, ‘OK’ gibi kullanıcıların yalnızca onaylayabileceği seçeneklerin yer aldığı bildirimlerdir.

## **d) Kategoriler**

Bildirimlerde kullanıcılara onaylama veya reddetme gibi seçenekler sunmanın yanında amaçlarına göre çerezleri kategoriler altında toplayarak çerez yönetimi yapılmasına olanak tanıyan sistemlerdir.

### **aa. Seçili Olan Kategoriler**

Çerez yönetim ayarlarına tıklanıldığında kullanıcılara sunulan çerez kategorilerinin varsayılan olarak aktif halde gelmesidir.

### **ba. Seçili Olmayan Kategoriler**

Kullanıcılara sunulan çerez kategorilerinin pasif halde gelmesidir. Bu yöntemde kullanıcılar kendileri isterse dilediği kategoriye aktif hale getirerek çerez yerleşimine izin verir.

## **e) Şirketler**

Tıpkı kategoriler türündeki çerez kullanım bildirimleri gibidir. Fakat bu bildirim türünde amaçlarına göre çerez kategorileri yerine çerezi yerleştiren üçüncü taraf şirketlerin listesi yer almaktadır. Örneğin, pazarlama / reklam çerez kategorisi yerine bu kategoriye ait çerez yerleştiren tüm şirketler (Örn; Google, Criteo, Rubicon Project, Adscale, AdMatic vb.) tek tek sıralı biçimde yer alır.



### aa. Seçili Olan Şirketler

Çerez yönetim ayarlarına tıkladığında kullanıcılara sunulan şirketlerin varsayılan olarak aktif hâlde gelmesidir.

### ba. Seçili Olmayan Şirketler

Çerez yönetim ayarlarına tıkladığında kullanıcılara sunulan şirketlerin seçili olmayan şekilde kullanıcıya sunulmasıdır.

Web siteleri çerez kullanım bildirimlerini farklı tarz ve üsluplarla kullanıcılara sunarken yönlendirici olmayan ikili seçenek dışındaki tüm bildirim türlerinin nihai amacının çerezleri kullanıcı tarafından onaylatmak olduğu görülebilmektedir. Seçeneksiz ve onaylama türü bildirimler GDPR'ı ve KVKK'yı doğrudan ihlal etmektedir. İkili yönlendiren ve seçili olan kategoriler / şirketler; emsal davalara ve kurulların öneri rehberine uygun değilken aynı zamanda etik olarak da sorunlu olduğu düşünülmektedir.

Çerez kullanım bildirimleri ve açık rıza alma süreçleri bir yana, bu sistemlerin gerçekten çalışıp çalışmadığı da güncel tartışmalar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda ele alındığında onaylama veya reddetme mekanizmaların gerçekten çalışıp çalışmadığı veya kullanıcılar herhangi bir davranışta bulunmadan çerezlerin cihaza yerleştirilip yerleştirilmediği gibi sorular ortaya çıkmaktadır. Zira 'kabul et' veya 'reddet' seçenekleri yalnızca görsel olarak da sunulabilir, tıkladığında hiçbir şey değişmeyebilir. Matte ve arkadaşları (2020) binden fazla web sitesini tarayarak yürüttükleri araştırmada sitelerin %57'sinin en az bir yasal ihlal yaptığını tespit etmiştir. İhlaller;

- 1) Açık rıza vermeden çerezlerin cihaza depolanması,
- 2) Çerezleri reddetme seçeneğinin olmaması,
- 3) Çerez tercihlerinin varsayılan olarak seçili halde sunulması,
- 4) Kullanıcı çerezleri reddet seçeneğine tıklasa bile çerezlerin yerleştirilmesi şeklinde dört başlıkta sınıflandırılmıştır.

Birinci ve dördüncü madde açık rıza ile ilgili kayda değer bir problemin web ekosistemindeki varlığını resmetmektedir. Araştırma birinci maddeyi açıklarken kullanıcılar herhangi bir onay mekanizmasını aktifleştirmese veya hiçbir tercihte bulunmasa da çerezlerin çoktan cihaza yerleştirildiğine dikkat çekmektedir. Dördüncü madde ise kullanıcı tercihini anlamsız kılmaktadır. Avrupa Veri Koruma Kurulunun açık rızaya ilişkin “kişi rıza vermeyeceğine karar vermişse, daha önce gerçekleştirilmiş olan herhangi bir veri işleme hukuka aykırı olacaktır.” ifadesi durumun yanlışlığını göstermektedir. Yasal problemlerin yanı sıra konu ile ilgili ihlaller etik olarak da sorunludur. Kullanıcıya işlevi varmış gibi görünen fakat arka planda hiçbir işlevi olmayan seçenekler sunup onların kararlarına saygı duyulduğu izlenimi yaratılmaktadır. Bu tür uygulamalarla kullanıcıların karşısına çıkan web siteleri, kullanıcıları ve yasaları aldatmaya çalışmaktan başka bir şey yapmamaktadır.

## Amaç ve Yöntem

Bu çalışmada, haber sitelerinin çerez kullandıkları bilgisini kullanıcılara nasıl sundukları ve zorunlu olmayan çerezleri kullanmadan önce onların açık rızasını alıp almadıkları araştırılmaktadır.

### Araştırmanın amacı ve önemi

Çalışmanın genel amacı, haber sitelerinin kullanıcılara sundukları çerez kullanım bildirimlerinin türlerini tespit etmek ve zorunlu olmayan çerezleri kullanıcıların cihazlarına yerleştirirken onların açık rızasına başvurup başvurmadıklarını ortaya çıkarmaktadır. Çerezler aracılığıyla kişisel veriler toplanırken kullanıcılardan nasıl izin alındığı önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişisel verilerin korunmasına yönelik düzenlemeler, çerezlerin potansiyel riskleri ve yarattığı mahremiyet endişeleri dikkate alındığında mevcut soruna ışık tutmayı hedeflemektedir. Bu çalışma, Türkiye’deki çerez ekosisteminin nasıl işlediğine yönelik gelecek çalışmalara önyak olması bakımından önem arz etmektedir.

### Araştırma soruları

Türkiye’deki haber sitelerinin çerez kullanım bildirimlerini kullanıcılara nasıl sunduğunun araştırıldığı bu çalışmada altı genel araştırma sorusuna cevap aranmaktadır:

- 1) Haber siteleri zorunlu olmayan çerezleri yerleştirirken kullanıcılardan nasıl izin almaktadır?
- 2) Haber siteleri, kullanıcılar bildirimlere onay vermeden onların cihazlarına çerez yerleştirmekte midir?
- 3) Haber sitelerinin çerez kullanım bildirimlerini kullanıcılara hangi türde sunmaktadır?
- 4) Çerez kullanım bildirim türü kullanıcının konumuna göre farklılaşmakta mıdır?
- 5) Çerez kullanım bildirimlerinde açık rızayı "sakatlayıcı" ifadeler yer almakta mıdır?
- 6) Zorunlu olmayan çerezler yasal düzenlemelere uygun biçimde mi kullanılmaktadır?

İlk soruda bir haber sitesinin çerez yerleştirmeden önce kullanıcıdan izin alıp almadığına cevap aranmıştır. İkinci soruda çerez kullanım bildirimine kullanıcılar henüz açık rıza vermese bile haber sitelerinin cihaza zorunlu olmayan çerezleri yerleştirip yerleştirmedeğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Üçüncü soru, izin almak için kullanıcıya sunulan çerez kullanım bildirimlerinin türü mercek altına alınmıştır. Dördüncü soru, kullanıcıların konumuna göre çerez bildirim türünün değişip değişmediğini; değişiyorsa nasıl değiştiğini irdelemektedir. Beşinci soru çerez kullanım bildirimdeki metinlerin içeriğinin analizini kapsamaktadır. Son soruda ise diğer soruların cevapları ışığında çerezlerin mevcut yasalara uygun biçimde veri işleyip işlemediğine yanıt aranmıştır.

### **Yöntem ve araştırma modeli**

Araştırmanın amacına ulaşmak ve sorularına cevap bulmak için nicel araştırma teknikleri kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini, Türkiye'den erişime açık olan tüm web siteleri oluşturmaktadır. Evren içerisindeki web siteleri; haber, sanat, eğlence, iş dünyası, müşteri ilişkileri, topluluk, teknoloji, e-ticaret, finans, sağlık, mühendislik, kamu, spor, hobi ve bilim gibi onlarca ana ve alt kategoriye sahiptir. Söz konusu geniş evren içerisinde haber kategorisi, olasılıklı olmayan örneklem türlerinden amaçlı örneklem yönetimi kullanılarak araştırmaya dâhil edilmiştir. Amaçlı örneklem, "belirli bir bölgeyi ya da mekânı araştırma sorusuna uygun olarak kasıtlı seçilmesi" şeklinde ifade edilmektedir (Erdoğan & Uyan Semerci, 2021, p. 86). Haber kategorisine ait web sitelerinin tercih edilme nedeni, öncelikle, kitlelere doğrudan bilgi akışı sağlamaları, dolayısıyla toplumsal

hayatta önemli bir işleve sahip olmalarıdır. Ayrıca, haber sitelerin neredeyse hepsinin ücretsiz olması ve gelir modelinin reklama bağlı olması, onların birden çok reklam şirketiyle işbirliği içinde olmalarını beraberinde getirmektedir. Bu yakın ilişki, haber sitelerini çerezlerin incelenmesi bakımından kıymetli bir sahaya dönüştürmektedir. Son olarak, haber sitelerinin içerik yelpazesi oldukça zengindir. Siyaset, spor, gündem, magazin ve teknoloji gibi farklı kategorilerde içerik tüketen kullanıcılardan sağlanan veriler haber sitelerinin ve onların iş ortaklarının kullanıcıları tanıma ve onlar hakkında öngörüler üretme kabiliyetine katkı sağlamaktadır.

Çalışmada örneklem olarak belirlenen haber kategorisine ait Türkiye’nin en çok ziyaret edilen 50 web sitesi incelenmiştir. Türkiye’nin en çok ziyaret edilen ilk 50 haber sitesi similarweb.com’un Mayıs 2022 verilerine göre sıralanmıştır. Araştırmada geleneksel medya platformlarının yanı sıra yalnızca çevrimiçi faaliyet gösteren ve düzenli olarak içerik üreten siteler de haber sitesi kapsamında değerlendirilmiştir.

Örneklem seçilen haber sitelerindeki çerezlerin durumunu ölçmek çalışmanın iskeletini oluşturmaktadır. Web sitelerinde çerez olup olmadığı, varsa hangi çerezlerin zorunlu ve zorunlu olmayan çerez olduğu, bir sitedeki çerezlerin toplam sayısı ve açık rıza vermeden çerez yerleştirilip yerleştirilmediğine ilişkin veriler üç farklı ölçme aracı ile çapraz doğrulama yapılarak toplanmıştır. Bu teknolojiler CookieBot, Brave ve Get cookies.txt adlı tarayıcı eklentisidir;

- CookieBot: İnternet sitelerine çerez yönetim platformu sunan özel bir şirkettir. cookiebot.com/en/cookie-checker hizmeti aracılığıyla web sitelerine ait çerez verilerini detaylı şekilde paylaşmaktadır.
- Brave: Gizlilik odaklı ve açık kaynak kodlu bir internet tarayıcısı olan Brave, web gezinmeleri sırasında engellediği çerezleri toplamakta ve listelemektedir.
- Get cookies.txt: Ziyaret edilen bir sitedeki çerezleri toplayarak dışarı aktarımını sağlayan tarayıcı eklentisidir.

Yukarıdaki araçların yanı sıra araştırmacı haber sitesi ziyaretleri sırasında manuel olarak sayfa içerisinde sağ tıklayarak açılan menüde incele > uygulama > depolama > çerezler sekmesi üzerinden mevcut sayfaların çerezlerini görüntülemiş ve teyit etmiştir.

Veri toplama sürecinde kullanılan yukarıdaki araçlar, araştırmanın amacına uygun olacak şekilde tercih edilmiştir. Bu noktada araştırmanın güvenilirliğini test etmek için yukarıda bahsi geçen farklı teknolojilerden yararlanılmıştır. Aynı zaman diliminde aynı siteden farklı araçlarla toplanan verilerde bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Araştırmaya dâhil olan 50 haber sitesinde çerezlerin tespiti için en az beş sayfa görüntülenmiş ve her bir sayfada yer alma potansiyeli olan farklı çerezlere ait veriler toplanmıştır. Başka bir deyişle, ilgili sitelerin yalnızca ana sayfaları ziyaret edilip oradaki çerezler toplanmamış; iç sayfalar da ziyaret edilerek detaylı bir tarama gerçekleştirilmiştir. İç sayfalar görüntülenirken çerez kullanım bildirimlerindeki seçeneklerde hiçbir değişiklik yapılmamış, çerezlerin yerleştirilmesi için onay verilmemiştir.

Verilerin analizinde nicel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, Bernard Berelson'un (1952) tanımıyla, "İletişimin açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel olarak tanımlanması için bir araştırma tekniğidir." "Araştırmacının bir iletişim kaynağındaki içeriği açığa çıkarmasına olanak sağlayan" bir tekniktir (Neuman, 2014, p. 466). Buna göre içerik sıradan bir okuma, göz gezdirme veya izlemesinden ziyade detaylı bir incelemeye tabi tutulur ve farklı bir biçimde keşfedilir. Nicel içerik analizi, "metinsel, görsel ve işitsel materyalin özelliklerinin analiz edilebilmesi için sistematik olarak kategorize edildiği ve kaydedildiği bir araştırma yöntemidir." (Coe & Scacco, 2017). İçerik analizinin amacı bahsi geçen materyallere ait tipik özelliklerin sıklığı, nasıl ve hangi amaçla sunulduğunu ve biçimsel özelliklerini saptamak şeklinde değerlendirilmektedir (Çomu & Halaiqa, 2015, p. 38). Çerezlerin web sitelerinin kaynak kodlarında yer aldığı düşünüldüğünde; bu kodların ilgili araçlarla (CookieBot, Brave ve Get cookies.txt) taranması, çerezlerin ortaya çıkarılması ve türlerine göre ayrılması içerik analizi yöntemiyle gerçekleşmiştir. Araçlar aracılığıyla toplanan veriler GDPR'ın tanımladığı zorunlu olan ve zorunlu olmayan (Tercih, analitik, pazarlama) çerezler başlıkları altında toplanmıştır.

Çerez bildirimlerin kullanıcılara nasıl sunulduğunu, biçimsel özelliklerinin ne olduğunu ve bildirimde yer alan metinlerin kalıplarını ortaya çıkarmak amacıyla içerik analizi yapılmıştır. Çerez bildirimlerinin nasıl sunulduğunu tespit etmek için her bir haber sitesi çerezlerden arındırılmış bir tarayıcı ile ziyaret edilmiş ve ekran görüntüsü alınarak kaydedilmiştir. Çerez bildirimlerinin biçimleri, Utz ve arkadaşlarının (2019) hazırladığı çerez bildirim türleri şablonuna yerleştirilerek sınıflandırılmıştır. Çerez bildirimlerinde yer alan metinlerin birbirleriyle benzerliklerinin tespiti ve eşleştirmeler Microsoft Excel kullanılarak yapılmıştır. Güvenirliğin, bir araştırmanın bulgularının tekrarlanabilirliği ile

ilgili olduğunu göz önünde bulundurursak farklı araştırmacılar aynı yöntem ve araçları kullanarak aynı sonuçlara ulaşabileceklerdir.

İster üçüncü taraf ister birinci taraf olsun, araştırmada tespit edilen her bir çerez tek bir şirket tarafından işaretlenmemektedir. Diğer bir ifadeyle, bir sitedeki tüm çerezler tek bir şirkete ait olabileceği gibi birden çok şirkete de ait olabilmektedir.

Araştırma, 11 Mayıs 2022 ile 19 Mayıs 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

## Bulgular

Bu bölümde araştırma sonuçlarına ait bulgulara başlıklar hâlinde yer verilmiştir.

### Haber siteleri ve çerezler

Araştırmanın yürütüldüğü tarih aralığında similarweb.com aracılığıyla elde edilen veriler göre en çok ziyaret edilen 50 haber sitesi aşağıda sıralanmaktadır (Table 1).

**Table 1:** Türkiye'nin en çok ziyaret edilen 50 haber sitesi (Mayıs 2022).

|                       |                            |                        |
|-----------------------|----------------------------|------------------------|
| 1) hurriyet.com.tr    | 19) fotomac.com.tr         | 37) trthaber.com       |
| 2) sozcu.com.tr       | 20) fanatik.com.tr         | 38) ntvspor.net        |
| 3) milliyet.com.tr    | 21) memurlar.net           | 39) gazeteduvar.com.tr |
| 4) sabah.com.tr       | 22) cnnturk.com            | 40) aa.com.tr          |
| 5) mynet.com          | 23) ahaber.com.tr          | 41) karar.com          |
| 6) haberturk.com      | 24) yenicaggazetesi.com.tr | 42) bolgegundem.com    |
| 7) cumhuriyet.com.tr  | 25) sporx.com              | 43) shiftdelete.net    |
| 8) haber7.com         | 26) yeniakit.com.tr        | 44) tele1.com.tr       |
| 9) sondakika.com      | 27) gazetevatan.com        | 45) gercekgundem.com   |
| 10) haberler.com      | 28) yenisafak.com          | 46) haberglobal.com.tr |
| 11) onedio.com        | 29) posta.com.tr           | 47) milligazete.com.tr |
| 12) internethaber.com | 30) aspor.com.tr           | 48) star.com.tr        |
| 13) takvim.com.tr     | 31) aksam.com.tr           | 49) superhaber.tv      |
| 14) ensonhaber.com    | 32) beinsports.com.tr      | 50) www.dunya.com      |
| 15) ntv.com.tr        | 33) t24.com.tr             |                        |
| 16) donanimhaber.com  | 34) tv100.com              |                        |
| 17) odatv4.com        | 35) birgun.net             |                        |
| 18) bloomberght.com   | 36) webtekno.com           |                        |

Geleneksel medyanın çevrimiçi uzantılarından yalnızca çevrimiçi var olan sitelere, çeşitli kategorilerde düzenli olarak içerik üreten ve okurlarıyla paylaşan yukarıdaki haber siteleri bu araştırmanın sorularına muhatap tutulmuştur.

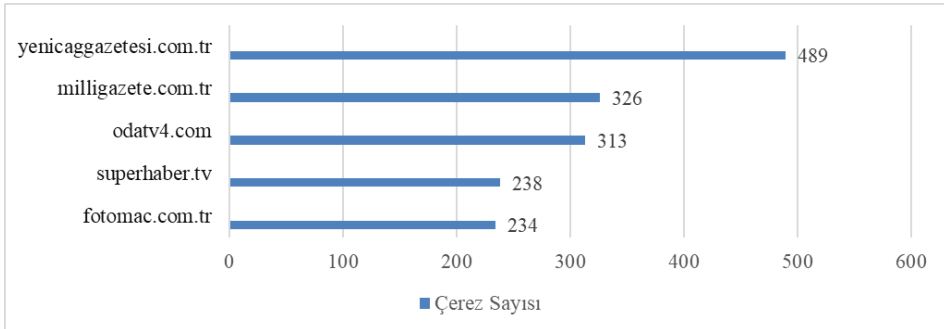
Araştırma kapsamındaki 50 haber sitesinde en az beş sayfa ziyaret edildiğinde kullanıcıların cihazına toplam 6271 adet çerez yerleştirildiği tespit edilmiştir. Bunların 5599'u zorunlu olmayan, 672'si zorunlu olan çerezlerden oluşmuştur.

**Table 2:** 50 haber sitesinin yerleştiği toplam çerez sayısı.



Haber siteleri, yerleştirdikleri çerez sayısı bakımından farklılık göstermektedir. Yerleştirilen toplam çerezin neredeyse %25'i (n=1600), aşağıda verilen beş haber sitesi kaynaklıdır (Table 3).

**Table 3:** En fazla çerez yerleştiren beş haber sitesi.



Çerezlerin zorunlu olup olmadığı dikkate alındığında yenicaggazetesi.com.tr'nin yerleştirdiği çerezlerin %92'si (n=442), milligazete.com.tr'nin %90'ı (295), odatv4.com'un %90'ı (n=282), superhaber.tv'nin %88'i (n=211) ve fotomac.com.tr'nin %86'sı (n=202) zorunlu olmayan çerezlerden oluşmaktadır.

### Çerez kullanım bildirimleri

50 haber sitesinin çerez kullanım bildirimlerine bakıldığında;

- 14 sitede hiçbir bildirim yer almadığı,
- 15 sitede bildirim olsa da herhangi bir seçeneğin olmadığı (Seçeneksiz),

- c) 11 sitedeki bildirimde yalnızca onaylama seçeneğinin olduğu (Onaylama),
- d) 9 sitedeki bildirimde onaylama bağlantısı ve çerez ayarlarının olduğu,
- e) 1 sitenin bildiriminde ise kabul et ve reddet seçeneklerinin olduğu tespit edilmiştir.

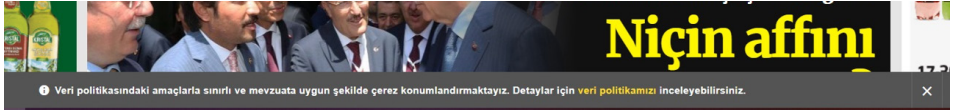
Kategoriler altında toplanan çerez kullanım bildirimlerine ilişkin bulgular aşağıda detaylı olarak incelenmektedir.

Haber sitelerinin neredeyse üçte biri sitelerini ziyaret eden kullanıcıların cihazlarına çerez yerleştirirken onlara duruma ilişkin aydınlatıcı bir bildirimde bulunmamaktadır. Bildirimde bulunmayan siteler arasında en fazla sayıda çerez yerleştiren yenicaggazetesi.com.tr ve odatv4.com da yer almaktadır. 14 sitenin tamamı aşağıda yer almaktadır (Table 4).

**Table 4:** Çerez kullanım bildiriminde bulunmayan haber siteleri.

|               |                        |            |
|---------------|------------------------|------------|
| Mynet.com     | Cumhuriyet.com.tr      | Odatv4.com |
| Memurlar.net  | Yenicaggazetesi.com.tr | Sporx.com  |
| Yenisafak.com | T24.com.tr             | Tv100.com  |
| Birgun.net    | Ntvspor.net            | Karar.com  |
| Tele1.com.tr  | Gercekgundem.com       |            |

15 haber sitesi, kullanıcılara çerez kullanımına yönelik bir bildirimde bulunurken onların kabul edeceği veya reddedeceği bir seçenek sunmamaktadır (Figure 4, Figure 5).



**Figure 4:** milligazete.com.tr'nin çerez kullanım bildirim (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).



**Figure 5:** ensonhaber.com'un çerez kullanım bildirim (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).

Bu tür bildirimler genel olarak sitenin çerez yerleştirdiği, siteyi ziyaret ederek kullanıcıların çerezleri kabul ettiği gibi ifadelerin ve çerez politikasına verilen bağlantıların yer aldığı bir banttan oluşmaktadır.

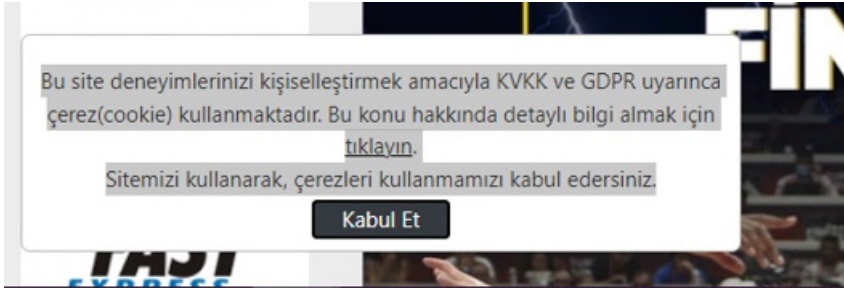


Yalnızca çerez kullanım bildirimde bulunan ve kullanıcıların onayına herhangi bir ihtiyaç duymayan 15 site aşağıda yer almaktadır (Table 5).

**Table 5:** Yalnızca çerez kullanımıyla ilgili bilgilendirmede bulunan haber siteleri.

|                 |                    |                    |
|-----------------|--------------------|--------------------|
| sabah.com.tr    | haber7.com         | sondakika.com      |
| haberler.com    | onedio.com         | takvim.com.tr      |
| ensonhaber.com  | fotomac.com.tr     | ahaber.com.tr      |
| aspor.com.tr    | aksam.com.tr       | gazeteduvar.com.tr |
| bolgegundem.com | milligazete.com.tr | star.com.tr        |

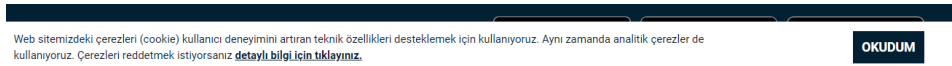
11 haber sitesinde çerez kullanım bildirimini yanında kullanıcıların çerezleri kabul etmeleri için onları yönlendiren 'kabul et', 'onayla' ve 'anladım' gibi butonların yer aldığı gözlemlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, onaylama türü bir çerez kullanım bildiriyle karşılaşılmıştır (Figure 6, Figure 7, Figure 8).



**Figure 6:** internethaber.com'un çerez kullanım bildiri (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).



**Figure 7:** webtekno.com'un çerez kullanım bildiri (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).



**Figure 8:** ntv.com.tr'nin çerez kullanım bildiri (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).

Onaylama türünde çerez bildiri sunan 11 haber sitesi aşağıda verilmektedir (Table 6).

**Table 6:** Onaylama kategorisinde çerez bildiri sunan haber siteleri.

|                  |                   |                    |
|------------------|-------------------|--------------------|
| haberturk.com    | internethaber.com | ntv.com.tr         |
| donanimhaber.com | bloomberght.com   | aa.com.tr          |
| webtekno.com     | trthaber.com      | haberglobal.com.tr |
| superhaber.tv    | dunya.com         |                    |

9 haber sitesi, çerez bildirim bandında onaylama bağlantısının yanı sıra çerez kategorilerinin yer aldığı ‘seçenekler’, ‘çerez ayarları’ gibi ek bağlantılara da yer vermektedir. Bu ek bağlantılardan beklenti, kullanıcıların açık rızalarıyla istedikleri çerez kategorisini pasif veya aktif hâle getirebilme hizmetinin sunulmasıdır (Figure 9, Figure 10, Figure 11, Figure 12).



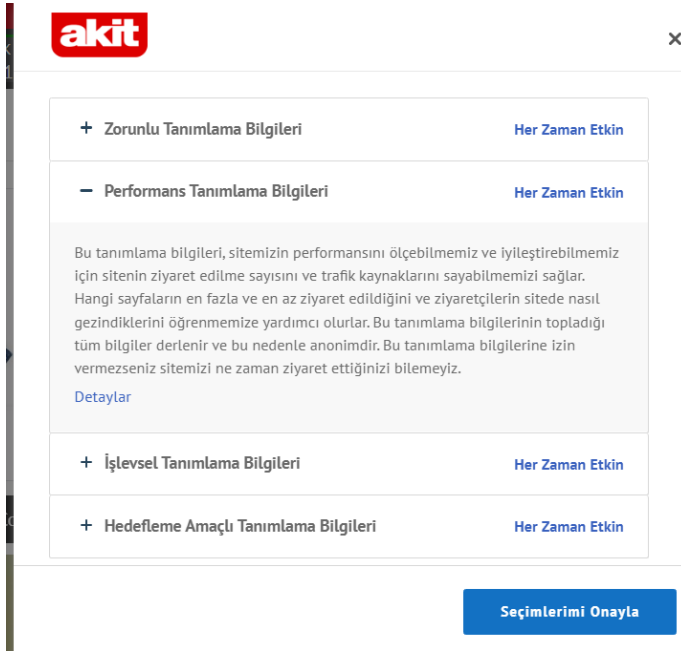
Figure 9: milliyet.com.tr'nin çerez kullanım bildirimi (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).



Figure 10: cnnturk.com'un çerez kullanım bildirimi (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).



Figure 11: yeniakit.com.tr'nin çerez kullanım bildirimi (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).



**Figure 12:** yeniakit.com.tr'de seçenekler bağlantısına tıklandığında karşımıza çıkan çerez kategorileri (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).

Onaylama ve seçenekler sunan çerez bildirimine sahip 9 haber sitesi aşağıda verilmektedir (Table 7).

**Table 7:** Onaylama kategorisinde çerez bildirimini sunan haber siteleri

|                 |                 |                |
|-----------------|-----------------|----------------|
| Sozcu.com.tr    | Milliyet.com.tr | Fanatik.com.tr |
| Yeniakit.com.tr | Gazetevatan.com | Posta.com.tr   |
| Shiftdelete.net | Hürriyet.com.tr | Cnnturk.com    |

Araştırma kapsamında taranan 50 haber sitesinin yalnızca birinin çerez bildiriminde onaylama ve reddetme seçenekleriyle karşılaşmıştır. Beinsports.com.tr adresinde yer alan çerez bildirimini 'reklam çerezlerini reddet' ve 'reklam çerezlerini kabul et' seçeneklerinden oluşmaktadır (Figure 13).

Sitemizde, site içeriğinin tarafınıza sağlanması, sitenin performansının optimize edilmesi ve ziyaretçi profilinin anlaşılması için gerekli olan çerezler kullanılmaktadır. Site üzerinde kullanılan çerezler hakkında detaylı bilgi almak için Çerez Politikası'nı incelemenizi rica ederiz. Ayrıca sitemizde kişiselleştirilmiş reklam gösterimleri için üçüncü parti çerezler kullanılmaktadır. Bu üçüncü parti çerezlere dair servisler Google LLC, Gemius Ltd., Inomera A.Ş. ve Pollio Inc. tarafından sağlanmaktadır.Üçüncü parti kişiselleştirilmiş reklam çerezlerinin kullanımına izin veriyorsanız, lütfen "Reklam Çerezlerini Kabul Et" seçeneğini tıklayınız.

Reklam Çerezlerini Reddet

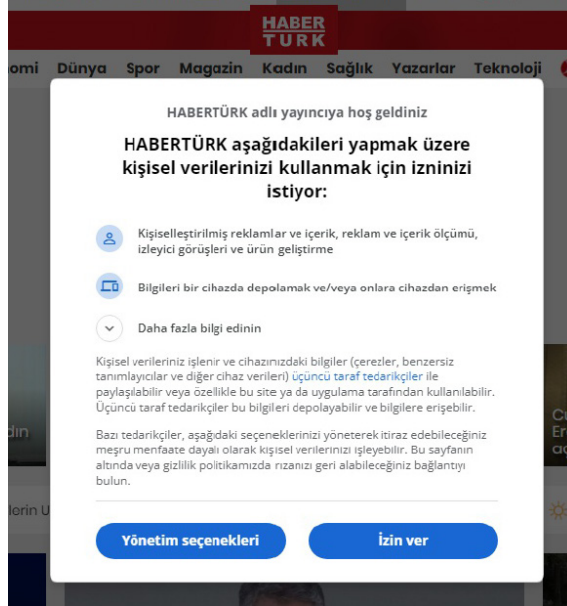
Reklam Çerezlerini Kabul Et

**Figure 13:** beinsports.com.tr'nin çerez kullanım bildirimini (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).

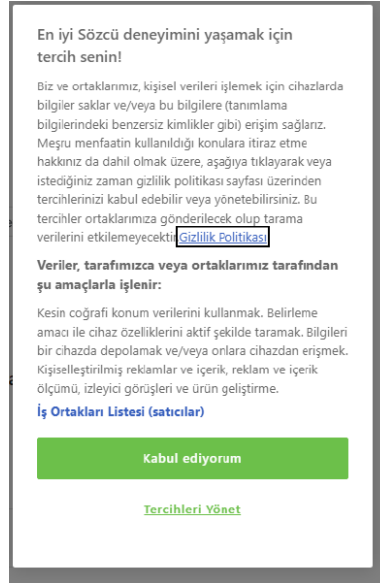
Çerez kullanım bildiriminde kullanıcılara çerezleri doğrudan reddetme olanağı sunulması yalnızca beinsports.com.tr adresinde yer almaktadır.

Çerez kullanım bildirimlerine ilişkin yapılan araştırma bir yanıyla haber sitelerinden toplanan çerezlerle doğrudan ilgilidir. Çünkü araştırma sırasında veri toplama araçları ile belirlenen toplam 6271 çerezin kullanıcıların açık rızasına başvurulmadan onların cihazlarına konumlandırıldığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, kullanıcılar ziyaret ettikleri bir haber sitesindeki sayfaları gezerken kendilerinden onay alınmadan cihazlarına çerez yerleştirilmektedir. Çerez bildirimlerindeki seçeneklere veya onaylama bağlantısına tıklanmasa bile bu durum gerçekleşmektedir.

Araştırmada, 21 haber sitesinin çerez kullanım bildirimlerinin siteye bağlanılan konuma göre farklılaştırdığı görülmüştür. Türkiye'den gelen ziyaretçilere daha kısıtlı bilgilendirme ve onaylamaya zorlayıcı seçenekler sunulurken GDPR'a bağlı Avrupa ülkelerinden gelen ziyaretçiler daha şeffaf bir aydınlatma metni ve zengin çerez yönetim seçeneğiyle karşılaşmaktadır (Figure 14, Figure 15).



**Figure 14:** Avrupa ülkelerinden ziyaret edildiğinde haberturk.com'da açılan çerez kullanım bildirimi (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).



**Figure 15:** Avrupa ülkelerinden ziyaret edildiğinde sozcu.com.tr’de açılan çerez kullanım bildirimini (Ekran görüntüsü: 19 Mayıs 2022).

Figure 14 ve Figure 15’te yer alan pop-up bildirimler ve benzer aydınlatıcı metinler, Avrupa’dan ziyaret edildiğinde 21 farklı haber sitesinde karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu siteler aşağıda listelenmektedir (Table 8).

**Table 8:** Ziyaret edilen konuma göre çerez kullanım bildirimini farklılaştıran haber siteleri.

|                   |                 |                    |
|-------------------|-----------------|--------------------|
| hürriyet.com.tr   | sozcu.com.tr    | milliyet.com.tr    |
| sabah.com.tr      | mynet.com       | haberturk.com      |
| haber7.com        | haberler.com    | onedio.com         |
| internethaber.com | bloomberght.com | fanatik.com.tr     |
| cnnturk.com       | sporx.com       | yeniakit.com.tr    |
| gazetevatan.om    | posta.com.tr    | t24.com.tr         |
| tv100.com         | ntvspor.net     | haberglobal.com.tr |

## Çerez kullanım bildirimlerinde yer alan metinlerin analizi

Çerez bildirimlerinde yer alan metinlerin açıklayıcı ve aydınlatıcı olması; hem hukuken hem de etik bağlamda doğru bir bilgilendirme yapması beklenmektedir. 50 haber sitesinin 14’ünde çerez kullanım bildirimini olmadığı için metinlerin analizi 36 haber sitesinde gerçekleştirilmiştir. Metinlerin içerik analizi ile incelenmesi sonucunda sıklıkla kullanılan ifadelerin listesi aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

### **a) “siteyi ziyaret ederek çerez kullanımını kabul etmiş sayılırsınız”**

18 haber sitesinin çerez bildiriminde kullanıcıların siteyi ziyaretleri sonucunda çerez yerleştirmeyi meşru kılan bu ifade yer almaktadır. Çerez kullanımı bağlamında ele alındığında hizmetin açık rızaya bağlanması kurumun ifadesiyle açık rızayı sakatlayan bir unsurdur.

### **b) “mevzuata uygun”**

12 haber sitesinin çerez bildiriminde çerezleri yasalara uygun biçimde yerleştirdiklerini beyan ettikleri “mevzuata uygun” ifadesinin yer aldığı görülmektedir.

### **c) “deneyimlerinizi kişiselleştirmek için ...”**

10 sitede kullanıcıların web sitesini kullanma deneyimlerini kişiselleştirmek için çerez yerleştirildiğine dair doğrudan yukarıdaki ifade tercih edilmiştir.

### **d) “KVKK ve GDPR uyarınca”, “6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu”**

8 site, çerezlerin yasalara uygun olarak yerleştirildiği belirtmek için “KVKK ve GDPR uyarınca” ifadesini kullanmaktadır. 7 site yalnızca KVKK’ya vurgu yaparak aydınlatma metninin hazırlandığını ve ona göre çerez konumlandıklarını açıklamaktadır.

### **e) “size daha iyi hizmet sunmak”, “siteden en iyi şekilde faydalanmanızı sağlamak”**

6 sitenin bildiriminde deneyimleri kişiselleştirmek söylemine benzer olarak kullanıcıların çıkarına, onlar için çerez yerleştirildiğine vurgu yapan yukarıdaki ifadelere rastlanmıştır.

## **Tartışma ve Sonuç**

Web sitelerinin doğru biçimde çalışması için gerekli olmayan çerezlerin kullanıcıların cihazlarına yerleştirilmeden önce izin alınıp alınmadığından yola çıkan bu çalışma birden çok problemi gün yüzüne çıkarmaktadır. Araştırma dâhilinde incelenen 50 haber sitesinden 49’unun hem yasal hem de etik olarak olması gereken bir çerez kullanım

bildirimi sunmadığı görülmektedir. İstisna olarak kabul edilebilecek olan beinsports.com.tr da dâhil olmak üzere tüm siteler ziyaret edildiği anda kullanıcılardan açık rıza almadan hem kendilerinin hem de üçüncü tarafların zorunlu olmayan çerezlerini cihazlara yerleştirdiği tespit edilmiştir.

Çerezler üzerine yapılan güncel çalışmalara baktığımızda Utz ve arkadaşlarının (2019) kendi örneklemi kapsamındaki sitelerin neredeyse üçte birinde çerez kullanım bildirimde hiçbir seçenek sunmadığı ve üçte ikisinde ise onaylama mekanizmasının bulunduğu görülmektedir. Kampanos ve Shahandashti'nin (2021) benzer çalışmasında bildirimlerdeki onaylayıcı seçeneklerin her on siteden dokuzunda yer aldığı tespit edilmiştir. Nouwens ve arkadaşları (2020), sitelerin yalnızca %12,6'sında 'tümünü kabul et' seçeneğinin yanında 'tümünü reddet' seçeneğine rastlamışlardır. Matte ve arkadaşları (2020), çerez ihlallerine yönelik yürüttükleri çalışmada web sitelerinin yarısından fazlasında en az bir hukuka aykırılık saptamışlardır. Mehrnezhad (2020), mobil uygulamalar ve web sitelerinin sunduğu çerez kullanım bildirimlerinin çoğunun GDPR'a uygun olmadığını belirlemiştir. Soe ve arkadaşları (2020), 300 haber sitesinin çerez bildirim tasarımlarını incelemiş ve 297'sinin kullanıcının bilinçaltını etkileyerek çerezleri kabul etmesini yönlendiren manipülatif tekniklere sahip olduğunu ortaya koymuştur. GDPR yürürlüğe girdikten sonra Reuters Institute'un Ağustos 2018'de yaptığı araştırmada haber sitelerinin üçüncü taraf çerezlerinde %22'lik bir azalma olduğu görüldüğü de tam uyumluluk ve açık rıza alma bakımından eksikliklerin devam ettiği görülmüştür (Libert et al., 2018). Avrupa ülkelerindeki web sitelerini kapsayan bu çalışmalar web sitelerinin çerez kullanımlarındaki sorunları tespit ederken, bu çalışma da aynı bağlamda Türkiye'deki sorunları buraya özgü çerçevede ele almıştır. Genel bir değerlendirme yapıldığında Avrupa'daki yasal ve etik ihlallerin Türkiye'de de gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

50 sitenin 14'ü zorunlu olmayan çerezleri yerleştirirken hiçbir aydınlatıcı bildirimde bulunmamaktadır. Çerez bildirim sunan sitelerin %42'sinde herhangi bir seçeneğin olmadığı, %30'unda yalnızca onaylama mekanizmasının yer aldığı, diğer %28'inde ise çerezi düzenleme ve ayarlarının olduğu söylenebilmektedir. Fakat bunların hiçbirinin kullanıcıların tercihlerine saygı duyan ve onların seçimlerine göre 'doğru bir şekilde' çalışan çerez yönetim sistemine sahip olmadıkları tespit edilmiştir.

Çerez bildirim sunan sitelerin yarısı "siteyi ziyaret ederek çerez kullanımını kabul etmiş sayılırsınız" şeklinde açık rızayı sakatlayan bir ifadeye yer vermektedir. Buradaki paradoks bir siteyi ziyaret etmeden hangi çerezlerin yerleştirileceğinin bilinip

bilinmemesini içermektedir. Buna göre kullanıcılar ancak siteyi ziyaret ettiğinde çerez yerleştirileceğini bilebilir; bu durumla yüzleştğinde ise çerezleri ‘kabul etmiş sayılır’. Hâlbuki hukuken web sitesinin doğru çalışmasıyla bizzat ilgili olmayan çerezler ancak ve ancak kullanıcının açık rızasına bağlı olarak yerleştirilebilmektedir. Bu hakikat dikkate alındığında “mevzuata uygun” ve “KVKK ve GDPR uyarınca” gibi yasalara atıfta bulunan ifadeler de geçerliliğini kaybetmektedir. Zira en temelde yasalara uygun bir çerez bildiriminde kullanıcılara çerezleri reddetme imkânı tanınmalı ve doğru şekilde çalışan, çerez türlerinin yer aldığı bir kontrol paneli sunulmalıdır. Kullanıcının özgür iradesiyle ve tercihiyle gerçekleştirdiği seçimler doğrultusunda çerezler yerleştirilmelidir. Kullanıcılara diledikleri zaman seçimlerini değiştirebilme olanağı sunulmalıdır. Oluşturulan sistemler doğru biçimde çalışmalıdır.

Araştırmada tespit edilen önemli bir olgu da haber sitelerinin sunduğu çerez bildirimleri ve çerez yönetim sistemlerinin siteyi ziyaret edenin konumuna göre şeffaflaşması ve detaylanmasıdır. Örneğin mynet.com Türkiye’den gelen ziyaretçilerine hiçbir çerez bildiriminde bulunmazken Avrupa ülkelerinden gelen ziyaretçilere tamamen şeffaf bir bildirim sunmaktadır. Sitelerin %42’sinin aynı Mynet gibi çifte standarda sahip olduğu görülmektedir. Sitelerin Avrupa ülkeleri kullanıcılarına sundukları şeffaf bildirimlerin GDPR’in güçlü bir yaptırım gücüne sahip olmasıyla doğrudan ilintili olduğu düşünülmektedir. Türkiye’de ise KVKK’nın gerek yaptırım gücünün zayıflığı gerekse yasa uygulayıcıların görece ihmalkârlığı kullanıcıların mahremiyetinin korunmasına dolaylı olarak olumsuz etki etmektedir.

Son yıllarda çerezler ve çerez bildirimleri üzerine yapılan güncel çalışmalarla (Kampanos & Shahandashti, 2021; Matte et al., 2020; Mehrnezhad, 2020; Nouwens et al., 2020; Soe et al., 2020; Utz et al., 2019; Libert et al., 2018) bu çalışmanın sonuçları paralellik göstermektedir. Bu çalışma da dâhil olmak üzere söz konusu araştırmalarda kullanıcılara sunulan çerez bildirimlerinin, açık rıza alma biçimi ve çalışma fonksiyonunun kayda değer derecede sorunlu olduğu; gerek etik gerekse hukukî ihlallerin gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda değerlendirecek; sitelerin hangi ülkede barındığı ve kime hitap ettiği gibi filtreler kaldırdığında ve web, tek bir dünya olarak kabul edildiğinde yaratılan sistemin kullanıcıları edilgen, etkisiz ve aldatılmaya açık olarak gördüğü söylenebilmektedir.

Mahremiyet, evrensel bir insan hakkıdır. Kullanıcıların çevrimiçi mahremiyetleri onları bilgilendirmemek, verilerini habersiz şekilde toplamak, hizmet karşılığı belirli koşulları dayatmak ve seçimlerini hiçe saymak suretiyle zedelenmektedir. Kullanıcı



mahremiyetine ve tercihlerine saygı duyan sistemlerin geliştirilmesi için tüm paydaşların ortak çabası ve iyi niyeti gerekmektedir. Kişisel verilerin izinsiz toplanması ve kullanımı üzerine farklı perspektiflerde yapılacak gelecek araştırmaların usulsüz kişisel veri toplanmasının önüne geçmeye yardımcı olabileceği, denetimlerin sıklaşmasına katkıda bulunabileceği ve kişisel verilerin korunmasının normalleşmesini sağlayabileceği düşünülmektedir.

## Endnotes

- <sup>1</sup> GDPR, Madde 4(1), <https://gdpr-info.eu/art-4-gdpr/> adresinden 18 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- <sup>2</sup> 5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu, 25611 Sayılı Resmi Gazete, Kabul Tarihi: 26/9/2004
- <sup>3</sup> 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, Kabul Tarihi: 24/3/2016. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6698.pdf>
- <sup>4</sup> <https://www.kvkk.gov.tr/Icerik/7353/Cerez-Uygulamalari-Hakkinda-Rehber> adresinden 26 Ekim 2022 tarihinde alınmıştır.
- <sup>5</sup> Örn: "Bu web sitesini ziyaret ederek gizlilik sözleşmesini ve çerez politikasını kabul etmiş sayılırsınız."
- <sup>6</sup> [https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2011/wp187\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2011/wp187_en.pdf) adresinden 28 Ekim 2022 tarihinde alınmıştır.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author declared that this study has received no financial support.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

## References

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research* (1st ed.). The Free Press.

CNIL. (2020, Aralık 6). *Cookies: Financial penalty of 35 million euros imposed on the company AMAZON EUROPE CORE* | CNIL. <https://www.cnil.fr/en/cookies-financial-penalty-35-million-euros-imposed-company-amazon-europe-core> adresinden 10 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.

CNIL. (2022, Ocak 6). *Cookies: The CNIL fines GOOGLE a total of 150 million euros and FACEBOOK 60 million euros for non-compliance with French legislation* | CNIL. <https://www.cnil.fr/en/cookies-cnil-fines-google-total-150-million-euros-and-facebook-60-million-euros-non-compliance> adresinden 11 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.

- Coe, K., & Scacco, J. (2017). Quantitative Content Analysis. *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*, 346-356. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0045>
- Council of Europe. (2018). *Handbook on European data protection law*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2811/343461> adresinden 18 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- Çomu, T., & Halaiqa, İ. (2015). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. İçinde M. Binark (Ed.), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (2nd ed.). Ayrıntı Yayınları.
- Datatilsynet. (2021). *Quick-guide til at sætte cookies*. Danimarka Veri Koruma Kurumu. <https://www.datatilsynet.dk/Media/E/7/Quickguide.pdf> adresinden 10 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- Erdoğan, E., & Uyan Semerci, P. (2021). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri için Bir Rehber: Gereklilikler, Sınırlılıklar ve İncelikler* (1st ed.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- European Court of Human Rights. (1950). *European Convention on Human Rights*. Council of Europe. [https://www.echr.coe.int/Documents/Convention\\_ENG.pdf](https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf) adresinden 17 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- FOIA. (2014). *The Freedom of Information Act—Department of Justice*. <https://www.justice.gov/sites/default/files/oipl/legacy/2014/07/23/foia-final.pdf> adresinden 18 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- GDPR. (2019). *Cookies, the GDPR, and the ePrivacy Directive*. GDPR. <https://gdpr.eu/cookies/> adresinden 17 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- Kampanos, G., & Shahandashti, S. F. (2021). *Accept All: The Landscape of Cookie Banners in Greece and the UK*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2104.05750>
- KVKK. (2020). *Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Limited Şirketi hakkındaki başvuru ile ilgili Kişisel Verileri Koruma Kurulunun 27/02/2020 Tarihli ve 2020/173 Sayılı Karar Özeti*. <https://www.kvkk.gov.tr/icerik/6739/2020-173> adresinden 18 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- KVKK. (2022). *"E-ticaret sektöründe faaliyet gösteren veri sorumlusu şirket tarafından internet sitesinde/mobil uygulamalarında kullanılan çerezler aracılığıyla hukuka aykırı olarak kişisel veri işlenmesi" hakkında Kişisel Verileri Koruma Kurulunun 10/03/2022 tarih ve 2022/229 sayılı Karar Özeti*. <https://www.kvkk.gov.tr/icerik/7275/2022-229> adresinden 18 Eylül 2022 tarihinde alınmıştır.
- Libert, T., Graves, L., & Nielsen, R. (2018). Changes in third-party content on European news websites after GDPR. *Reuters Institute for the Study of Journalism Reports: Factsheet*. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:5a5d4eea-6e74-49b4-8c77-71ec6760f127>
- Machuletz, D., & Böhme, R. (2020). Multiple Purposes, Multiple Problems: A User Study of Consent Dialogs after GDPR. *Proceedings on Privacy Enhancing Technologies, 2020*, 481-498. <https://doi.org/10.2478/popets-2020-0037>
- Matte, C., Bielova, N., & Santos, C. (2020). Do Cookie Banners Respect my Choice? Measuring Legal Compliance of Banners from IAB Europe's Transparency and Consent Framework. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1911.09964>
- Mehrnezhad, M. (2020). A Cross-Platform Evaluation of Privacy Notices and Tracking Practices. *2020 IEEE European Symposium on Security and Privacy Workshops (EuroS&PW)*, 97-106. <https://doi.org/10.1109/EuroSPW51379.2020.00023>

- Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar 2* (S. Özge, Trans.). Yayınodası Yayıncılık.
- Nouwens, M., Liccardi, I., Veale, M., Karger, D., & Kagal, L. (2020). Dark Patterns after the GDPR: Scraping Consent Pop-ups and Demonstrating their Influence. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-13. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376321>
- Peacock, S. E. (2014). How web tracking changes user agency in the age of Big Data: The used user. *Big Data & Society*, 1(2), <https://doi.org/10.1177/2053951714564228>
- Soe, T. H., Nordberg, O. E., Guribye, F., & Slavkovik, M. (2020). *Circumvention by design—Dark patterns in cookie consents for online news outlets*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2006.13985>
- Turow, J. (2016). *İzleniyoruz: Yeni Reklam Sektörünün Elindeki Kimliğimiz ve Değerimiz* (M. Benveniste, Trans). Hil Yayınları.
- UN General Assembly. (1990). *Guidelines for the Regulation of Computerized Personal Data Files*. <https://www.refworld.org/docid/3ddcafaac.html> adresinden 24 Ekim 2022 tarihinde alınmıştır.
- Utz, C., Degeling, M., Fahl, S., Schaub, F., & Holz, T. (2019). (Un)informed Consent: Studying GDPR Consent Notices in the Field. *Proceedings of the 2019 ACM SIGSAC Conference on Computer and Communications Security*, 973-990. <https://doi.org/10.1145/3319535.3354212>
- Wheeler, S. R. (2015). *Architecting Experience: A Marketing Science And Digital Analytics Handbook*. (1st ed.). WSPC.

