

KİŞİLİK HAKKININ SOSYAL MEDYA KULLANICILARI TARAFINDAN İHLÂLİ HÂLİNDE ORTAYA ÇIKACAK CEZÂİ SORUMLULUĞA MEDENÎ HUKUK BAĞLAMINDA BİR BAKIŞ*

Yrd. Doç. Dr. Sinan Sami AKKURT**

SOCIAL MEDIA & VIOLATION OF PERSONAL RIGHTS COMMITTED BY USERS: A BRIEF OVERVIEW

ÖZ

Sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen kişilik hakkı ihlalleri, sosyal medya hizmetini sağlayan hizmet sağlayıcı, bu hizmetten yararlanan kullanıcılar yahut sosyal medya hizmetiyle organik herhangi bir bağı bulunmamakla birlikte sisteme bir şekilde müdahil olan üçüncü kişiler tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Bu çalışmada sosyal medya olgusu ve sosyal medya kullanıcıları tarafından, gerek diğer kullanıcılara gerekse üçüncü kişilere karşı gerçekleştirilen kişilik hakkı ihlalleri incelenecektir.

ANAHTAR KELİMELER: *Sosyal Medya, Kişilik Hakkı, Kişisel Değerler, İnternet, Kişilik Hakkı İhlalleri.*

* Kabul Edildiği Tarih: 01.12.2017

DOI Numarası: [10.15337/suhfd.327503](https://doi.org/10.15337/suhfd.327503)

** Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Medenî Hukuk Anabilim Dalı Öğretim Üyesi

E-mail Adresi: samiakkurt@gmail.com

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-9421-2412

ABSTRACT

Violation of personal rights through the medium of social media would be committed by service providers, users or third persons who have no connection with any social media platform. In this study, social media concept and violation of personal rights committed by the social media users have been explained.

KEYWORDS: *Social Media, Personal Rights, Personality, Internet, Violation of Personal Rights.*

I- GİRİŞ

Kişilerin, kullanıcı (*user*) sıfatıyla ortak ilgilerini, düşüncelerini, duygularını, kişisel hâl ve durumlarını, siyasî eğilimlerini, fotoğraflarını, videolarını, yazı ve yazışmalarını, fikir ve sanat eserlerini, kimi zaman ticarî ve meslekî faaliyetlerini, mal ve hizmetlerini ve benzeri değerlerini, gerek diğer münferit kişiler gerekse belirli bir topluluk yahut kamuoyuyla paylaşma olanağı buldukları dijital platformların genel olarak tümünü ifade eden “sosyal medya (*social media*)” aracılığıyla ihlâli olası menfaatlerin en başında “kişilik hakkı (*personal rights*)” gelmektedir. Nitekim kullanıcıların sosyal medyada “içerik (*content*)” adı altında paylaşma imkânı buldukları, anılan tüm bu durumlar, veriler, ürünler ve eğilimler, daha ziyade kişilik hakkı kapsamındaki kişisel değerlerine ilişkin bulunmaktadır. Kullanıcıların, sosyal medyada (niteliği gereği) daha ziyade birbirlerinin huzurunda bulunmaksızın (gıyaben – *in absentia*) iletişim ve paylaşımında bulunuyor olmaları da maddî bütünlüğe ilişkin ihlâllerden kaynaklanan kimi ayrık durumlar bir kenara bırakıldığında, çoğunlukla manevî bütünlüğe ilişkin kişisel değerlerinin ihlâli şeklinde zuhur etmektedir.

Sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen kişilik hakkı ihlâlleri, sosyal medya hizmetini sağlayan “hizmet sağlayıcı (*service provider*)”, bu hizmetten yararlanan “kullanıcılar” yahut sosyal medya hizmetiyle organik herhangi bir bağı bulunmamakla birlikte sisteme bir şekilde müdahil olan “üçüncü kişiler” tarafından gerçekleştirilebilmektedir.

Bu çalışmada, sosyal medya olgusu ve sosyal medya kullanıcıları tarafından sosyal medya bileşenleri/ mecraları kullanılarak gerçekleştirilen kişilik hakkı ihlâlleri, genel hatlarıyla incelenecektir.

II- SOSYAL MEDYA

A) KAVRAM

Öğretide sosyal medyayı kavramsal olarak betimleyen tek merkezli bir tanım bulunmamakla birlikte, anılan mecrayı “iletişim”, “teknoloji”, “medya”, “pazarlama”, “politik katılım” ve “eğitim – öğretim” gibi alanlarda ele alan muhtelif yaklaşımlara rastlanmaktadır.

“iletişim” temelli yaklaşımların sosyal medya kavramını “sosyal paylaşım (social network)” eksenini etrafında tanımladığı görülmektedir. Örneğin bir yaklaşım anılan kavramı, “kullanıcılarına karşılıklı paylaşım imkânı sağlayan, kullanıcılarının kişisel veya gruplar içinde medya içeriği oluşturmasına imkân veren dijital medya ve teknolojileridir.” şeklinde tanımlamakta¹, diğer bir yaklaşım ise bu kavramı, “en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, çevrimiçi medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir.” şeklinde ifade etmektedir². Sosyal medya, “Bilginin, farklı düşünce ve deneyimlerin, kamu oluşumlu web sitelerince paylaşımına olanak tanıyan ve internet dünyasını hızla hayatımıza yerleştiren bir uygulama alanıdır.”³ ve “kişilere sınırlandırılmış bir sistemde herkese açık veya yarı açık profiller üretme, bağlantıları paylaştıkları diğer kullanıcıların listesini ekleme, sistemdekilerin başkalarıyla bağlantılarını görüntüleyip dolaşma izni veren web tabanlı hizmetler”⁴ gibi yaklaşımların da yine sosyal medyanın, kullanıcılar arasında paylaşım imkân vermesi özelliğini merkeze aldıkları görülmektedir.

“Teknoloji” temelli yaklaşımlar ise sosyal medya kavramını, daha ziyade sadece okuma ve araştırma mecrası olarak çalışan “web 1.0”ın aksine, kişilerin kendi içeriklerini yazarak/ ekleyerek ve bunları diğer insanlarla paylaşarak

¹ Bkz., **Yegen**, Ceren, Demokratik ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya, MAÜSBD., C. 1, S. 2, 2013, s. 121.

² **Mayfield**, Antony, What Is Social Media, United Kingdom 2010, p. 6.

³ Bkz., (**Weinberg** ve **Sarr**'dan alıntılan) **Yegen**, s. 121.

⁴ **Body**, Danah M. / **Ellison**, Nicole, Social Network Sites: Definition, History and Scholarship, Journal of Computer – Mediated Communication, Vol. 13, 2008, p. 211.

sisteme dâhil olabildikleri “web 2.0” teknolojisi⁵ üzerine inşa edilmiş olması yönüyle tanımlamaktadır⁶. Buna göre sosyal medya, genel olarak, “web 2.0 teknolojisinin ideolojik ve teknolojik yapıları üzerine inşa edilmiş, kullanıcı kaynaklı üretim ve değişimlere izin veren internet tabanlı uygulamalar grubu” olarak tanımlanmaktadır⁷.

Sosyal medya kavramına “medya” ekseninde yaklaşan eğilim, anılan kavramı “yeni medya” adıyla ve/ veya kapsamında değerlendirmektedir. Buna göre, yeni medya, kişinin üretici değil sadece tüketici olduğu ve yayınlar üzerinde etkileşiminin bulunmadığı, genel olarak gazete, dergi, televizyon, radyo gibi belirli ve sınırlı yayın organları vasıtasıyla tek yönlü bir iletişim sürdüren “geleneksel medya”nın aksine, “gelişen bilgisayar, internet ve mobil teknolojisi ile ortaya çıkan, kullanıcıların zamandan ve mekândan bağımsız bir şekilde interaktif olarak etkileşimde buldukları sanal bir medya ortamı”dır⁸.

“Pazarlama”ya yönelik yaklaşımlar ise genel olarak, sosyal medyanın işletmeleri doğrudan müşterileriyle buluşturan ve bunu doğrudan nihai tüketicile iletişim halinde olmasını geleneksel iletişim araçlarına göre daha düşük maliyet ve daha büyük etkinlikte sağlayan interaktif ve mobil bir

⁵ “Web 2.0, O’Reilly Media tarafından 2004’te kullanılmaya başlayan bir sözcüktür ve ikinci nesil internet hizmetlerini – toplumsal iletişim sitelerini, vikileri, iletişim araçlarını ve folksonomileri – yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi tanımlar.”, (Wikipedia Online Encyclopedia, naklen, E.T. 03.07.2017). **Tim O’Reilly** de web 2.0’ı, “bilgisayar endüstrisinde internetin bir düzlem olarak ilerlemesiyle bir işletme devrimi ve bu düzlemin kurallarını başarı için anlamaya çalışmaktır. Bu kurallar arasında başlıcası şudur: Ağ etkilerini daha çok insanın kullanabilmesi için programlar kurmak.”. Bkz., **O’Reilly**, Tim, What Is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models for The Next Generation, CA, 2005, p. 9 vd..

⁶ Web 1.0 ile web 2.0 teknolojileri arasındaki farklar hakkında ayrıntılı bilgi için bkz., **Vural**, Z. B. Akıncı / **Bat**, Mikail, Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yasar University, Vol. 20, Issue 5, 2010, p. 3354 vd.; **Kara**, Tolga, Sosyal Medya Endüstrisi, Bası 1, İstanbul 2013, s. 30 vd. Ayrıca bkz., *a.g.e.*, s. 32, Tablo: 1.1.

⁷ **Kaplan**, Andreas M., / **Haenlein**, Michael, Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, Business Horizons, Vol. 53, Issue 1, 2010, p. 61.

⁸ **Sanlav**, Ümit, Sosyal Medya Savaşları, Bası 1, İstanbul 2014, s. 28 vd.; **Kara**, s. 11 vd..

pazarlama aracı olarak tanımlamaktadır⁹. Nitekim hemen her sosyal medya mecrasında, bireysel kullanıcıların kendi oluşturdukları hesaplar yahut ticarî ve kurumsal ölçekte servis sağlayıcı ile işbirliği içerisinde bulunan şirketlerin reklamlar marifetiyle mal ve hizmet satışına ilişkin faaliyette buldukları görülmektedir. Bu yönüyle sosyal medya, satış ve pazarlama alanında da aktif şekilde kullanılmaktadır.

Eğitimcilerinin teşviki ve onlarla interaktif olarak ders hakkında danışmanlık alabilmeleri, ders konularıyla alakalı olarak bağlı oldukları sosyal medya grubundan yardım alabilmeleri ve karşılıklı bilgi paylaşabilmeleri, eğitim içeriklerinin sosyal medya bileşenlerinde gitgide yaygınlaşması, masrafsız ve zamandan bağımsız oluşu gibi etkenler dolayısıyla sosyal medyanın, *eğitim – öğretim* faaliyetlerinde de – özellikle öğrenciler tarafından – giderek yaygın şekilde kullanıldığı görülmektedir¹⁰.

⁹ Bu yönde genel olarak bkz., **Kaplan / Haenlein**, p. 61 vd.; **Akar**, Erkan, Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web’te Pazarlama Stratejileri, Ankara 2011; **Constantinides**, E. / **Fountain** S. J., Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Vol. 9, 2008, p. 231 vd.; **Drury**, G., Opinion Piece: Social Media: Should Marketers Engage and How Can It be Done Effectively?. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Vol. 9, 2008, p. 274 vd.; **Gladwin**, T. N. / **Kennelly**, J. J. / **Krause**, T. S., Shifting Paradigms for Sustainable Development Implications for Management Theory and Research, Academy of Management Review, Vol. 20, Issue 4, 1995, p. 874 vd.; **Heinonen**, K., Customer Activity in Social Media: Managerial Approaches to Consumers’ Social Media Behavior, Journal of Consumer Behavior, Vol. 10, 2011, p. 356 vd.; **Hoffman**, D. L. / **Fodor**, M., Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing, MIT Sloan Management, Vol. 52, Issue 1, 2010, p. 41 vd.; **Miller**, R. / **Lammas**, N., Social Media and It’s Implications for Viral Marketing, Asia Pasific Relations Journal, Vol. 11, 2011, p. 1 vd.; **Neti**, S., Social Media and its Role in Marketing, International Journal of Enterprise Computing and Business Systems, Vol. 1, Issue 2, 2011, p. 1 vd.; **Patino**, A. / **Pitta**, D. A. / **Quinones**, R., Social Media’s emerging importance in market research, Journal of Consumer Marketing, Vol. 29, Issue 3, 2012, p. 233 vd.; **Weinberg**, T. / **Ladwig**, W. / **Pahrmann**, C., Social Media Marketing, O’Reilly 2012, p. 6 vd..

¹⁰ Bu yönde bir araştırma için bkz., **Toğay**, A. / **Akdur**, T. E. / **Yetişken**, İ. C. / **Bilici**, A., Eğitim Süreçlerinde Sosyal Ağların Kullanımı: Bir MYO Deneyimi, <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/302.pdf>, (E.T. 01.07.2017).

Sosyal medya, kullanıcıların önceden geleneksel iletişim araçlarıyla gerçekleşen pek çok faaliyeti buraya taşımaları ve anılan mecranın geniş kitleler üzerindeki etkisi dolayısıyla, bir siyasî propaganda aracı olarak “**politik katılım**” üzerinde de etkili olmaktadır. *Arap Baharı, Taksim Gezi Parkı, Amerika Birleşik Devletleri Wall Street’i İşgal Et, İspanya Indignados, 2009 Moldova Twitter, 2009 İran Yeşil Devrimi, 2011 Londra Mark Duggan* gibi hareketlerdeki aktif kullanımı ve etkisi, sosyal medyanın bu kapsamda ortaya çıkan etkilerine dair en dikkat çekici örnekler arasında yer almaktadır. Aynı şekilde, sosyal medyanın seçimlerde de aktif olarak kullanıldığı gözlemlenmektedir. Siyasî aktörlerin sosyal medyayı son derece faal şekilde kullanıyor olmalarının yanı sıra, şöhretli kişilerin hatta sıradan vatandaşların dâhi siyasî eğilimlerini bu mecraya taşıyor olmaları, seçimler üzerinde son derece etkili olabilmektedir. İtalyan komedyen *Beppe Grillo*’nun sosyal medya üzerinden başlatmış olduğu *Beş Yıldız Hareketi* vasıtasıyla partisinin, hiç beklenmedik şekilde “parti bazında” en yüksek oyu alması, sosyal medyanın bu yöndeki etkisini gözler önüne seren örneklerdendir¹¹.

¹¹ Konu ve örnekler hakkında ayrıntılı açıklama için bkz., **Szajkowski**, Bogdan, Social Media Tools and The Arab Revolts, *Alternative Politics*, Vol. 3, Nmb. 3, 201, p. 420 vd.; **Babacan**, M. E. / **Haşlak**, İ / **Hira**, İ, Sosyal Medya ve Arap Baharı, *Akademik İncelemeler Dergisi*, C. 6, S. 2, 2011, s. 63 vd.; **Korkmaz**, Ali, Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü, *International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges*, 2012, s. 2147 vd.; **Kırık**, Ali M., Arap Baharında Sosyal Medya – Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm, *21.Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, C. 1, S. 2, 2012, s. 87 vd.; **Akbiyik** N. / **Öztürk** M., Sivil Toplum ve Sosyal Medya Perspektifinde “Arap Baharı” ve “Wall Street’i İşgal Et” Eylemleri, <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/1424373479.PDF>, (E.T. 04.07.2017); **Shirky**, Clay, The Political Power of Social Media, *Foreign Affairs*, Vol. 9, Issue 1, p. 28 vd.; **Banko** M. / **Babaoğlan**, A. R., Gezi Parkı Sürecine Dijital Vatandaşın Etkisi – Gezi Parkı Kitabı, İstanbul 2013, s. 4 vd.; **DeLuca**, K. M. / **Lawson**, S. / **Sun**, Y., Occupy Wall Street on the Public Screens of Social Media: The Many Framings of the Birth of a Protest Movement, *Communication, Culture & Critique*, Vol. 5, Issue 4, p. 483 vd.; **Köseoğlu**, Y. / **Al**, H., Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya, *Akademik İncelemeler Dergisi*, C. 8, S. 3, 2013, s. 112 vd.; **Çıldan**, C. / **Ertemiz**, M. / **Küçük**, E. / **Tumuçin**, H. K. / **Albayrak**, D., Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü, <http://ab.org.tr/ab12/bildiri/205.pdf>, (E.T.01.07.2017); **Sütçü**, C. S. / **Düvenci**, A. / **Aytekin**, Ç., Türkiye’deki Siyasal Yaşamda Sosyal Medya: Siyasi Partilerin Kullanım Düzeylerine İlişkin Bir Araştırma, *Yeni Medyada Demokrasi – Sosyal Medyaya Dair Araştırmalar* (Ed. **Algül**, And / **Üçer**, Neda), Konya 2013, s. 165

Anılan muhtelif yaklaşımlar ışığında “sosyal medya”, internet alt yapısı ve web 2.0 teknolojisine dayanan, kişilerin, kullanıcı sıfatıyla ortak ilgilerini, düşüncelerini, duygularını, bilgilerini, kişisel hâl ve durumlarını, siyasî eğilimlerini, fotoğraflarını, videolarını, yazı ve yazışmalarını, fikir ve sanat eserlerini, kimi zaman ticarî ve meslekî faaliyetlerini, mal ve hizmetlerini ve benzeri değerleri ile kimi kişisel verilerini, gerek diğer münferit kişiler gerekse belirli bir topluluk yahut kamuyla paylaşma olanağı buldukları, karşılıklı etkileşim, iletişim, paylaşım, işbirliği, topluluk ve öz içerik oluşturulmasına interaktif olarak izin veren dijital platformların genel olarak tümü” şeklinde – “*karma*” bir yaklaşımla – tanımlanabilir¹².

B) UNSURLARI / ÖZELLİKLERİ

İnternet (*web 2.0*) tabanlı bir dijital mecranın (platformun) sosyal medya kavramı içerisinde nitelendirilebilmesi, anılan mecranın genel olarak erişilebilir olmasına, kullanıcılar arasında interaktif paylaşımı/ etkileşimi desteklemesine ve özel yahut genel iletişime imkân sağlamasına bağlıdır. Bu açıdan bir sosyal medya platformunun temel unsurlarının (ve özelliklerinin) “*erişim/ erişilebilirlik*”, “*kullanıcı/ katılımcı*”, “*interaktif paylaşım/ etkileşim*” ve “*iletişim*” desteği olduğu söylenebilir.

1- Erişim/ Erişilebilirlik

Bir dijital mecranın sosyal medya platformu olduğundan bahsedilebilmesi için öncelikle bunun genel bir kitleye, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın internet üzerinden erişim imkânı tanınması gereklidir. Başka bir ifadeyle sosyal medyaya dâhil bir dijital mecra, kural olarak tüm katılımcıların, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın içeriğe erişebilmesine imkân sağlar. Aynı şekilde, sosyal medya üretimi, geleneksel medya üretiminden farklı olarak özel teknik bilgi yahut tahsil gerektirmediğinden daha geniş kitlelerce üretime (içerik oluşturulmasına) erişim ve katkı sağlanır.

vd.; **Türk**, Gül D., Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri, Inet-Tr’13, XVIII Türkite’de İnternet Konferansı, 9 – 11 Aralık 2013, s. 55 vd..

¹² Benzer karma tanımlar için bkz., **Kaplan / Haenlein**, p. 61; **Kaya**, Mine, Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali, Türkiye Barolar Birliği Dergisi, Cilt 119, 2015 (Medya), s. 279; **Akar**, s. 17.

2- Kullanıcı/ Katılımcı

Sosyal medya içerikleri (platformları) daha ziyade kullanıcılar tarafından oluşturulmakta ve şekillendirilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya mecraları patronajı kullanıcılara vermektedir.

Kullanıcılar, sosyal medya içeriğinin oluşumuna çoğu zaman kendi oluşturdukları **dijital/ sanal kimlik**leri ile katılım sağlarlar. Nitekim bir sosyal medya mecrasında kullanıcıya, “*kullanıcı adı*”, “*avatar*”, “*profil*” gibi isimlerle tabir edilen – çoğu zaman kendi inisiyatifi ile oluşturduğu – bir sanal kimlik verilir. Kimi zaman isim, resim, yaş, cinsiyet, meslek, konum (yer) gibi özel hayata dair kişisel bilgileri/ verileri de içeren bu kimlik, ilgili sosyal medya mecrasında kullanıcının kendisini temsil etmesini ve diğer kullanıcılar yahut zaman zaman üçüncü kişi katılımcılar tarafından **tanınmasını** – ayırt edilmesini sağlar¹³.

Sanal kimlik, aynı zamanda kullanıcıların farkında olunmalarını sağlar. Bu açıdan kimlik, sosyal medyada **mevcudiyet** sağlanabilmesine ve **sosyal ilişkiler** kurulabilmesine hizmet eder¹⁴.

3- İnteraktif Paylaşım/ Etkileşim

Geleneksel medya kitlelere, daha ziyade tek yönlü (etkileşimsiz) bir iletişim sunar. Buna karşılık sosyal medya, kişi ve kitlelere, katılımlı, etkileşimli ve çift yönlü iletişim imkânı sunarak toplulukların, ilgili kişi yahut içerik etrafında daha hızlı ve etkin bir biçimde yoğunlaşmasını mümkün kılar.

Kullanıcıların sosyal medya mecralarında paylaştıkları ve diğer kullanıcılar yahut katılımcılarla bu yolla etkileşim sağladıkları ortak ilgileri, düşünceleri, duyguları, bilgileri, kişisel hâl ve durumları, siyasî eğilimleri, fotoğrafları, videoları, yazı ve yazışmaları, fikir ve sanat eserleri, ticarî ve

¹³ Brunty, J. / Helenek, K., Social Media Investigations of Law Enforcement, Massachusetts 2013, s. 2; Kietzmann, J. H. / Hermkens, K. / McCarthy, I. P. / Silvestre, B. S., Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks of Social Media, Business Horizons, Vol. 54, Issue 3, 2011, p. 243 vd.; Kaya, (Medya), s. 280. Ayrıca bkz., Goffman, Erving, Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu (Çev. Cezar, Barış), İstanbul 2009.

¹⁴ Thurlow, C. / Lengel, L. / Tomic A., Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet, London 2004, p. 48; Kaya, (Medya), s. 281; Kara, s. 66.

meslekî faaliyetleri, mal ve hizmetleri ve benzeri değerleri ile kimi kişisel verileri “**içerik**” olarak adlandırılır ki içeriğin paylaşılması, sosyal medyanın başlıca amaçlarından¹⁵. Ancak ileride ayrıntılı olarak değinileceği üzere kimi içerikler ve bunların paylaşılması, kişilik hakkı ihlâllerine, fikrî ve sınaî haklar gibi malvarlıksal değerlerin zedelenmesine yahut cezaî anlamda suç ikâ edilmesine yol açabilmektedir.

4- İletişim

Tek yönlü içerik aktarımı ve yayına olanak sağlayan geleneksel medya ve web 1.0 tabanlı internet sitelerinin aksine sosyal medya, kullanıcılara anlık iletişim ve içeriğe katılabilme olanağı sağlamaktadır. Bu iletişim ve katılım paylaşılan içeriğe **yorum** yapabilme, içeriği başkalarıyla paylaşabilme şeklinde olabileceği gibi, **yazışmalar/ konuşmalar** şeklinde de kendini gösterebilir.

Konuşmalar, kullanılan sosyal medya mecrasına bağlı olarak *chat*, *özel mesaj*, *direkt mesaj*, *görüntülü konuşma*, *sesli konuşma* gibi yollarla anlık özel (ikili) diyaloglar yahut elektronik posta gönderilmesi suretiyle cereyan edebilir. Kullanıcılar, özel diyalogların yanı sıra, birbirleriyle gruplar oluşturarak toplu iletişim de kurabilirler¹⁶.

C) BİLEŞENLERİ VE BAŞLICA UYGULAMALARI (MECRALARI)

Sosyal medya denilince akla ilk etapta (ve genellikle sadece) *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp* gibi popüler “sosyal ağlar” gelse de, anılan ağlar dışında kalan ancak önceden izah edilen unsurları bünyesinde barındıran diğer pek çok dijital mecra (site – uygulama) da sosyal medya kavramına dâhil kabul edilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya, sosyal ağları da (birer bileşen olarak) içine alan bir üst kavramdır.

Sosyal medya “üst” kavramına hangi bileşenlerin dâhil olduğu noktasında çeşitli sınıflandırmalar yapılmakla birlikte, bu bileşenlerin genel olarak “*sosyal ağlar*”, “*fotoğraf ve video paylaşım siteleri*”, “*bloglar*”, “*mikrobloglar*”, “*wikiler*”, “*podcasting*” ve “*sanal oyun – yaşam simülasyonları*”

¹⁵ Kaya, (Medya), s. 280; Sanlav, s. 38.

¹⁶ Ayrıntılı bilgi hakkında bkz., Gürsakal, Necmi, Sosyal Ağ Analizi, Bursa 2009, s. 21 vd; Kaya, (Medya), s. 282; Sanlav, s. 39.

alt başlıklarında incelendikleri görülmektedir¹⁷. Aşağıda bu bileşenlere genel hatlarıyla değinilecektir.

1- Sosyal Ağlar

Kullanıcıların, herkese açık yahut yarı açık kişisel “profil”ler yaratarak diğer kullanıcıları bu profillere davet ettikleri, onlarla gruplar oluşturdukları, çeşitli paylaşımlarda buldukları ve aralarında özel yahut diğer kullanıcılarla/ katılımcılarla genel, anlık yazışmalarda buldukları dijital (web tabanlı) mecralara “sosyal ağ (social network)” adı verilmektedir¹⁸.

Sosyal ağlara kullanıcı sıfatıyla katılım kural olarak herkese açık olup üyelik genelde ücretsizdir. Bu gibi mecralarda temel amaç sosyal paylaşım ve iletişim olsa da paylaşımın derecesi, her sosyal ağ sitesinde farklılık gösterebilmekte ve kendine özgü gizlilik, güvenlik ve görünürlük/ erişilebilirlik kurallarına tabi tutulabilmektedir.

¹⁷ Çeşitli sınıflandırmalar için bkz., **Mayfield**, p. 14 vd.; **Kaplan / Haenlein**, p. 60 vd.; **Kaya**, (Medya), s. 282; **Kara**, s.74 – 75.

¹⁸ **Kaplan / Haenlein**, p. 63; **Body / Ellison**, p. 221; **Kaya**, (Medya), s.284 – 285; **Kara**, s.74.

Küresel ölçekte en popüler sosyal ağlara örnek olarak, *Facebook*¹⁹, *MySpace*²⁰, *Google Plus*²¹ ve *LinkedIn*²² gösterilebilir²³.

2- Fotoğraf, Ses ve Video Paylaşım Siteleri

Bu mecralar, kullanıcıların, kendi oluşturdukları yahut başkalarına ait fotoğrafları, videoları ve sair çoklu ortam (*multimedia*) içeriğini paylaşmalarına ve bunlar hakkında yorum yapmalarına imkân tanıyan sosyal paylaşım

¹⁹ **Facebook**, insanların başka insanlarla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan bir sosyal ağıdır. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi 2006 devresi öğrencisi *Mark Zuckerberg* tarafından kurulan Facebook, aslında sadece Harvard öğrencilerinin kendi aralarında iletişim kurmaları amacıyla kurulmuş olup sonrasında tüm dünyada yaygınlaşmıştır (Wikipedia Online Encyclopedia).

²⁰ **Myspace** sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceği bir sosyal iletişim Web Sayfası'dır. Bu mecrada kullanıcılar genellikle, kendi ürettikleri yahut beğendikleri müzikleri paylaşmaktadırlar (Wikipedia Online Encyclopedia).

²¹ **Google Plus**, Google tarafından yönetilen, temel olarak *Gmail*, *Blogspot*, *Google Contact*, *Picasa*, *Gtalk* ve *Google Connect* gibi geniş bir yelpazedeki sosyal ağların kullanılmasına imkan veren bir kimlik doğrulama hizmetidir. *Google Plus* uygulaması kimi zaman *Google+* ya da *G+* şeklinde gösterilmektedir. *Google Plus*'ta da fotoğraf ve video paylaşılabilir. Benzer özelliklerinin yanında *Google Plus*'ın diğer sosyal ağlardan farklı yönleri de bulunmaktadır. Bunlardan birisi çoklu video görüşmelerine olanak sağlayan *Hangouts* özelliğidir. Bu özellik sayesinde video görüşmesi yapılmak istenen diğer kullanıcılarla konferans şeklinde toplu görüşmeler yapılabilmektedir (<http://bilgihanem.com/google-plus-nedir-nasil-kullanilir/>, E.T. 06.07.2017).

²² **LinkedIn**, iş arayan ve işveren kişilerin kullandığı ve iş hayatı ile ilgili bilgilerin paylaşıldığı sosyal bir ağıdır. *LinkedIn* kullanımının temel amacı iş başvurusu yapmak isteyen kişilerin iş başvurularını gerçekleştirmesi, sunum, dosya ve kitapların paylaşılabilmesi, blogların kolay yoldan reklamını gerçekleştirmek, iş hayatı ile ilgili konularda bilgi alışverişi yapmak gibi meslekî faaliyetlerde ve paylaşımlarda bulunmaktadır (<http://blog.isimtescil.net/linkedin-nedir-ne-ise-yarar/>, (E.T., 06.07.2017).

²³ Sosyal ağlar kapsamında olmak üzere yukarıda anılanlar dışında *Orkut*, *Vkontakte*, *Friendster*, *Odnoklassniki*, *MyHeritage*, *MeetUp*, *MyYahoo*, *FriendFeed*, *Chime.in*, *Path* vb. pek çok site bulunmaktadır. Örnekler için bkz., <https://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/>, (E.T. 06.07.2017).

siteleridir²⁴. En yaygın örnekleri arasında *YouTube*²⁵, *Flickr*²⁶ ve *Instagram*²⁷ bulunmaktadır.

3- Bloglar

Blog, genellikle güncelden eskiye doğru sıralanmış yazı ve yorumların yayınlandığı, web tabanlı, çoğunlukla her gönderinin sonunda yazarın adının ve gönderi zamanının belirtildiği, gönderinin fotoğraf, video ve ses dosyalarıyla desteklenebildiği ve kullanıcının/ yayıncının seçimine göre katılımcıların/ okuyucuların gönderilere yorum yapabildiği yayınları belirtir. Anılan sosyal medya kavramı, “*web*” ve “*log*” kelimelerinin birleşiminden

²⁴ **Lietsala, K. / Sirkkunen, E.**, *Social Media*, Tampere 2008, p. 42; **Brunty / Helenek**, p. 5; **Kaya**, (Medya), s. 286; **Kara**, s. 74; **Akar**, s. 93.

²⁵ **YouTube**, bir video barındırma web sitesidir. Anılan platform üzerinde kullanıcılar, var olan video klipleri izleyebildiği gibi bununla birlikte istenildiğinde kendi video kliplerini *YouTube*'a ekleyebilme imkânına sahiplerdir. Platform üzerinde yer alan kategorilerde kullanıcının geliştirmiş olduğu içerikler, kişisel amatör video klipler, film ve televizyon programları, kesitleri ve müzik videoları yer almaktadır. *YouTube*'a üye olan kullanıcıların izledikleri video klipleri değerlendirerek not verme ve aynı zamanda izlenen video klipler hakkında yorum yazabilme imkânları bulunmaktadır (Wikipedia Online Encyclopedia).

²⁶ **Flickr**, *Yahoo'nun* fotoğraf paylaşma ve arşivleme servisidir. Flickr'daki kullanıcıların ücretsiz 1 TB fotoğraf saklama alanı, fotoğraf paylaşma ve bunları yorumlayabilme imkânları bulunmaktadır (Wikipedia Online Encyclopedia).

²⁷ **Instagram**, fotoğraflar üzerinde filtre ve efekt uygulamalarına izin veren bir fotoğraf paylaşma ve düzenleme uygulamasıdır. Uygulama üzerinden fotoğrafların *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr*, *Foursquare*, *Flickr*, *Posterous* ya da elektronik posta aracılığıyla paylaşılması mümkün olmaktadır. Bununla birlikte uygulamada fotoğraf beğenme ve yorum yapma özelliği de yer almaktadır. Ücretsiz bir fotoğraf paylaşma programı olan Instagram, kullanıcılarına çekilen fotoğraflar üzerinde dijital filtre kullanma, efekt ekleme ve *Instagram* da dahil olmak üzere çeşitli sosyal medya platformlarda paylaşma imkânı sunmaktadır. *Instagram* üzerinden aynı zamanda hangi kullanıcının (arkadaşın) bu uygulamayı kullandığı görülebilmektedir. Böylelikle kullanıcılar, sosyal medya arkadaşları ile bu uygulama üzerinden bağlantı kurabilme imkânı bulmaktadır, (<http://bilgihanem.com/instagram-nedir-nasil-kullanilir/>, E.T. 06.07.2017). Bu yönde bkz., **Kara**, s. 74. Instagram'ın “microblog” kategorisinde değerlendirilmesi gerektiği yönünde bkz., **Kaya**, (Medya), s. 283 – 284.

meydana geldiği için “internet günlüğü (*weblog*)” olarak da adlandırılmaktadır²⁸.

Yaygın *blog* uygulamalarına, *Blogspot/ Blogger*²⁹, *WordPress*³⁰ ve *Tumblr*³¹ örnek gösterilebilir.

4- Mikro Bloglar

Bloglar gibi bir web güncesi/ günlüğü türü olan *mikro bloglar*ın ayırt edilmesini sağlayan en önemli unsur dosya büyüklükleri olup, mikro bloglar aracılığıyla kullanıcılar, diğer kullanıcılar yahut katılımcılarla anlık ve kısa içerikler (küçük veriler) paylaşabilmekte, bilgi güncelleme ve değişiklik yapabilmekte, anlık metin, ses, video, konum ve/ veya bağlantı (link) paylaşabilmektedirler³². Örneğin mikro blogların en bilinen türü olan *Twitter*³³’da kullanıcılar – blogların aksine – en fazla 140 karakterlik

²⁸ (Wikipedia Online Encyclopedia). Ayrıca bkz., **Mayfield**, p. 16; **Kaya**, (Medya), s. 283; **Kara**, s. 74; **Akar**, s.45; **Özata**, Fatma Z., Sosyal Medya Platformları, Dijital İletişim ve Yeni Medya (Ed. Öztürk, Mesude C.), Eskişehir 2013, s. 83; **Koçak**, Gizem N., Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de Bir Uygulama, Eskişehir 2012 (Yayınlanmamış Doktora Tezi), s. 42.

²⁹ **Blogspot** veya **Blogger**, *Google*’ın 2003 Yılında satın almış olduğu internet kullanıcılarına kendi bloglarını açmalarına yardımcı olan servistir. *Pyra Labs* tarafından geliştirilen **Blogger** sistemi 1999 yılında kullanıma sunulmuştur (Wikipedia Online Encyclopedia).

³⁰ **WordPress**, dünyada en popüler blog sistemlerinden biri olup açık kaynaklı ve ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. *WordPress* kullanarak kullanıcılar, kendi sitelerini yayınlatabilir ve sitelerine içerik ekleyebilirler. Bu mecrada okuyucuların da gönderilere yorum yapma imkânları bulunmaktadır (Wikipedia Online Encyclopedia).

³¹ **Tumblr**, kullanıcıların ilgi alanları ile ilgili resim, video, yazı ve/ veya bağlantı paylaşabildikleri, ses videoları yükleyebildikleri ve sistemlerindeki diğer kullanıcılar ile sohbet edebildikleri bir blog uygulamasıdır (Wikipedia Online Encyclopedia).

³² **Mayfield**, p. 27.

³³ *Jack Dorsey* tarafından 2006 yılında geliştirilmiş olan **Twitter** oldukça popüler olan bir sosyal ağ ve mikro blog sitesidir. Kullanıcıların 140 karakterden oluşan ve “*tweet*” adı verilen metinleri/ içerikleri paylaşmalarına imkân sağlayan *Twitter*, paylaşılan bu içeriklerin herkes tarafından görülebilmesine imkân tanımaktadır. Bununla birlikte kullanıcılar gönderilerini, yalnızca kendi arkadaşlarının görebilecekleri şekilde de sınırlandırabilmektedirler. *Twitter*’ın, diğer kullanıcıları listeye alma/ takip etme

paylaşımlarda bulunabilmektedirler. *Twitter'*ın yanı sıra *FourSquare*³⁴, *Plurk*, *Jaiku* ve *Yammer*³⁵ gibi uygulamalar da mikro blogların bilinen örnekleri arasında yer almaktadırlar.

5- Wikiler

Hawaii dilinde “hızlı” kelimesinden türetilen *wiki*³⁶ler, kullanıcıların herhangi bir konu hakkındaki bilgilerini ilgili başlık altında paylaşmalarını sağlayan ve bu yolla, çeşitli konular hakkında tek merkezde toplanan bir bilgi havuzu oluşturan internet siteleridir³⁷. Tek bir yazara ait olmayan site içeriklerinden müteşekkil *wikiler* kullanıcılara, yeni bilgiler ekleme, bunları düzenleme, yorum yapma, bilgileri kategorize etme ve genellikle (katılımcıya) üye olmadan bilgiye erişebilme imkânı sunmaktadırlar³⁸.

Wikilerin en bilinen örneği *Wikipedia*³⁹dir.

özelliği de bulunmaktadır. Kullanıcı, açık veya gizli şekilde oluşturabileceği listelere dilediği kadar kişi/ diğer kullanıcı ekleyebilmekte, bu sayede onların paylaşımlarından, kimleri takip ettiklerinden haberdar olabilmektedir. Ayrıca birbirlerini takip eden kullanıcıların “direkt mesaj” özelliği ile anlık ve özel yazışabilmeleri de mümkündür, <http://bilgihanem.com/twitter-nedir-nasil-kullanilir/>, (E.T. 06.07.2017).

³⁴ **Foursquare**, kullanıcının bulunduğu lokasyonu belirleyerek, çevresinde hangi mekânların bulunduğunu gösteren bir sosyal ağ ve durum paylaşım mikro blogudur (Wikipedia Online Encyclopedia).

³⁵ **Yammer**, şirketler, gruplar ve kuruluşlar için tasarlanmış gerçek zamanlı bir iletişim platformudur. *Yammer*'in geliştiricileri, amaçlarını, '*tutkumuz işyerinde çalışan insanların iletişim yolunu değiştirmek ve daha bağlı, verimli takımlar haline getirmek*' şeklinde ifade etmektedirler. *Yammer* diğer mikro blog servislerinden, kurum içi iletişimi hedeflemesi açısından ayrılmaktadır, <http://sosyaliletisim.blogspot.com.tr/2013/05/mikroblog-nedir.html>, (E.T. 06.07.2017).

³⁶ Bkz., <http://handbook.wikidot.com/tr:what-is-a-wiki-site>, (E.T. 06.07.2017).

³⁷ **Kara**, s. 75.

³⁸ **Kaya**, (Medya), s. 286 – 287; **Akar**, s. 69; **Koçak**, s. 61.

³⁹ **Wikipedia**, kullanıcıları tarafından ortaklaşa olarak birçok dilde hazırlanan, özgür, bağımsız, ücretsiz, reklamsız, kâr amacı gütmeyen bir internet ansiklopedisi olup *MediaWiki* yazılımı kullanılarak hazırlanmaktadır. Sürekli eklemeler ve değişiklikler yapıldığı için hiçbir zaman tamamlanmayacağı varsayılmaktadır (Wikipedia Online Encyclopedia). Ayrıca bkz., **Mayfield**, p. 19.

6- Sanal Oyun – Sanal Gerçeklik (Yaşam Simülasyonu) Platformları

Sanal oyun platformları kullanıcıların kendi arkadaşlarıyla yahut diğer kullanıcılarla karşılıklı oyun oynadıkları, anlık iletişime, yazışmaya ve gruplar kurmalarına imkân sağlayan web tabanlı mecralardır. *World of Warcraft*⁴⁰, *Steam*⁴¹ gibi örnekleri bulunmaktadır.

Sanal yaşam simülasyonlarında ise kullanıcı, “*avatar*” olarak tabir edilen kendi kişiselleştirilmiş karakterini yaratarak, web ortamında, gerçek yaşama benzeten bir simülasyonu yaşamakta ve bu – kendi para birimleri dâhi olan – sanal dünyada kendini *avatarı* marifetiyle temsil ederek, diğer kullanıcıların *avatarları* ile iletişime geçmektedir⁴². Buna imkân veren mecraların en yaygın örnekleri *SecondLife*⁴³ ve *Sanalika*’dır.

III- KİŞİLİK HAKKININ SOSYAL MEDYA ARACILIĞIYLA KULLANICILAR TARAFINDAN İHLÂLİ

A) GENEL OLARAK KİŞİLİK HAKKI

Dilimize “*kişi*” olarak geçmiş bulunan “*person*” tabirinin’nin kökeni Latince “*persona*” olup, bu kelimenin anlamı Roma aktörlerinin sahnede kullandıkları “*maske*”den gelmektedir⁴⁴. “Kişilik hakkı” ve “insan hakları” kavramları ise, insanların (gerçek kişilerin), sırf insan olmakla doğuştan sahip

⁴⁰ *World of Warcraft* (çoğunlukla *WoW* şeklinde kısaltılmaktadır), Blizzard Entertainment firması tarafından geliştirilen birçok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunudur (Wikipedia Online Encyclopedia).

⁴¹ *Steam*, bilgisayar oyunlarının satın alınabildiği, çok oyunculu şekilde oynanabildiği ve kullanıcıların forumlar ve yazışmalar marifetiyle birbirleriyle iletişim kurabildikleri bir oyuncu platformudur (Wikipedia Online Encyclopedia).

⁴² Genel olarak bkz., **Kara**, s. 75; **Kaya**, (Medya), s. 288 – 289; **Özata**, s. 88; **Akar**, s. 144 – 145.

⁴³ *SecondLife*, *Linden Research* firması tarafından 2003 yılında hizmete sokulmuş, internet tabanlı sanal dünyadır. Second Life kurulurken kurucuları, *Neal Stephenson*’ın sınırsız ve özgür bir dünyayı anlatan ‘*Snow Crahs*’ adlı bilim kurgu romanından esinlenmişlerdir (Wikipedia Online Encyclopedia). Ayrıca bkz., **Mayfield**, p. 28.

⁴⁴ **Gürkan**, Ülker, Kişilik Kavramının Evrimi, Prof. Dr. Hâlide Topçuoğlu’na Armağan, Ankara 1995, s. 39 – 54; **Kaya**, Mine, Elektronik Ortamda Kişilik Hakkının Korunması, Ankara 2015 (Elektronik), s. 29; **Karadeniz – Çelebican**, Özcan, Roma Hukuku, Bası 16, Ankara 2013, s. 127.

oldukları bir takım haklara ve hürriyetlere sahip oldukları fikrinin özellikle *Magna Carta*, 1776 tarihli *Virginia Haklar Bildirgesi*, 1789 tarihli *Fransız İnsan ve Vatandaş Hakları Bildirgesi* gibi hukukî metinlerde yer almasıyla, modern hukuk sistemlerinde anlamlarını bulmuştur⁴⁵.

Türk Hukukunda kişi ve buna bağlı olarak “*kişilik hakkı*”, bu hakkı düzenleyen – koruyan münferit özel hükümler bir tarafa bırakılırsa, genel olarak TMK.m.23 – 25 ve TBK.m.58’de düzenlenmiş ancak gerek anılan genel gerekse özel hükümlerde kişilik hakkı kavramına ilişkin herhangi bir tanımlama yapılmamıştır. Doktrinde bu konuda yapılmış çeşitli tanımlara rastlanmakla birlikte⁴⁶, genel bir ifadeyle kişilik hakkı “*kişinin, kişisel değerleri üzerinde sahip olduğu mutlak ve tekelci hak*” şeklinde ifade edilmektedir⁴⁷.

Tanımda adı geçen ve kişilik hakkı kapsamında bulunan “*kişisel değerler*”in sırf insan olmaktan kaynaklanması mümkün olduğu gibi, bunlar, toplum içinde yaşıyor olmaktan da kaynaklanabilirler. *Hayat, beden tamlığı, sağlık* gibi kişisel değerler ilk kategoride, *ad, şeref ve haysiyet, meslekî ve ekonomik değerler* ise ikinci kategoride yer alırlar⁴⁸. Bunların yanı sıra *resim, vicdan, hürriyet, özel hayat, aile bütünlüğü, kişisel veriler ve sair duygusal değerlerin tümü* kişilik hakkı kapsamındaki kişisel değerler kaleminde yer

⁴⁵ **Kaya**, (Elektronik), s. 29; **Gürkan**, s. 50 – 51.

⁴⁶ Çeşitli tanımlar için bkz., **Velidedeoğlu**, Hıfzı V., Türk Medenî Hukuku – Şahsın Hukuku, C. 1, Bası 5, İstanbul 1956, s. 88; **İmre**, Zahit, Medenî Hukuka Giriş, Bası 3, İstanbul 1980, s. 455; **Köprülü**, Bülent, Medenî Hukuk, Bası 2, İstanbul 1984, s. 263; **Akipek**, Jale G., Türk Medenî Hukuku – Başlangıç Hükümleri – Şahsın Hukuku, C. 1, Ankara 1961, s. 108; **Tekinay**, Selâhattin S., Medenî Hukuka Giriş Dersleri, Bası 5, İstanbul 1987, s. 251; **Özsunay**, Ergun, Gerçek Kişilerin Hukuki Durumu, Bası 5, İstanbul 1982, s. 97; **Dural**, M. / **Öğüz**, T., Türk Özel Hukuku – Kişiler Hukuku, C. 2, Bası 8, İstanbul 2006, s. 94; **Helvacı**, Serap, Türk ve İsviçre Hukuklarında Kişilik Hakkını Koruyucu Davalar, İstanbul 2001, s. 41; **Kılıçoğlu**, Ahmet, Şeref Haysiyet ve Özel Yaşama Basın Yoluyla Saldırlardan Hukuksal Sorumluluk, Bası 4, Ankara 2013, s. 3; **Oğuzman**, M. K. / **Seliçi**, Ö. / **Oktay – Özdemir**, S., Kişiler Hukuku – Gerçek ve Tüzel Kişiler, Bası 12, İstanbul 2000, s. 155.

⁴⁷ Bkz., **Zevkliler**, A. / **Acabey**, M. B. / **Gökyayla**, E., Zevkliler Medenî Hukuk, Bası 6, Ankara 1999, s. 445; **Ayan M.** / **Ayan**, N., Kişiler Hukuku, Bası 8, Ankara 2016, s. 85 (*naklen*). İçtihatlar hakkında ayrıca bkz., HGK. 30.11.2011, E.2011/13-606 K.2011/717, (**Ayan / Ayan**, s. 85, dn 2, 3).

⁴⁸ **Ayan / Ayan**, s. 85.

almaktadırlar⁴⁹. Görüldüğü üzere kişisel değerler sınırlı sayıda olmayıp kanun koyucu tarafından tek tek belirtilmemişlerdir. Nitekim bunlar, zamana, yere ve toplumsal dinamiklere (somut vakıalara) göre değişkenlik arz edecek nitelikte olduklarından, önceden saptanıp belirlenmeleri mümkün bulunmamaktadır⁵⁰.

Sınırlı sayıda olmayan pek çok kişisel değerlerden oluşan kişilik hakkı, “*özellikleri*” itibariyle öncelikle *mutlak hak*lardandır. Bu yönüyle herkes tarafından ihlâl edilebilmesi mümkün olduğu gibi, herkese karşı ileri sürülebilir. Hak sahibi, kişilik hakkının ihlâl edilmemesini herkesten talep edebilir⁵¹. Kişilik hakkı ihlâli neticesinde sadece manevî değil, maddî zarar da meydana gelebilir. Ancak bu durum, anılan hakkın *şahısvarlığı haklarından olduğu* sonucunu değiştirmez. Nitekim kişilik hakkı, özü itibariyle parayla ölçülmesi mümkün olmayan, ekonomik değer taşımayan manevî varlık ve değerlerden müteşekkildir. Bu nedenle kişilik hakkı, *sahibine sıkı şekilde bağlı* olup, kişiliğin ortadan kalkmasıyla sona erer; zamanaşımına uğramaz, kural olarak devre ve intikale elverişli değildir. Bu haktan tümüyle vazgeçilmesi, hukuka ve genel ahlâka aykırı olarak sınırlandırılması da mümkün bulunmamaktadır. Aksi takdirde sınırlandırmayı konu edinen hukukî işlem kesin hükümsüz olur⁵² (TMK.m.23, TBK.m.26 – 27).

Kişilik hakkının “*konusu*” kişisel değerlerdir. Önceden de ifade edildiği gibi kişisel değerler *tadadî* oldukları için bunların belirlenmesi, her somut olay karşısında hâkim tarafından takdir yetkisi çerçevesinde

⁴⁹ Özsunay, s. 97; Tandoğan, N. Haluk, Şahsiyetin Akit Dışı İhlâllere Karşı Korunmasının İşleyiş Tarzı ve Basın Yoluyla Olan İhlâllere Karşı Özel Hayatın Korunması, AÜHFD., C. 20, S. 14, s. 1 vd.; İşgüzar, Hasan, Kişilik Hakkının İhlâli Nedeniyle Manevî Tazminat Davasının Şartları, ABD., Yıl 47, S. 1990/6, s. 855 vd.. Ayrıca bkz., 4. HD. 25.06.2007, E.2006/10084 K.2007/8592, (Kaya, Elektronik, s. 31, dn. 19).

⁵⁰ Akipek, J. G. / Akıntürk, T. / Ateş – Karaman, D., Türk Medenî Hukuku – Başlangıç Hükümleri – Kişiler Hukuku, C. 1, Bası 10, İstanbul 2013, s. 343; Dural / Öğüz, s. 100 – 101.

⁵¹ Ayan / Ayan, s. 87; Dural / Öğüz, s. 103; Özsunay, s. 154; Oğuzman / Seliçi / Oktay – Özdemir, s. 155; Zevkliler / Acabey / Gökyayla, s. 442; Kaya, (Elektronik), s. 32.

⁵² Dural / Öğüz, s. 101; Ayan / Ayan, s. 87 – 89; Zevkliler / Acabey / Gökyayla, s. 442 vd.; Kaya, (Elektronik), s. 32 – 33; Oğuzman / Seliçi / Oktay – Özdemir, s. 155 vd.; Akipek / Akıntürk / Ateş – Karaman, s. 347; Helvacı, s. 47 vd..

gerçekleştirilmektedir⁵³. Hâl böyle olmakla birlikte doktrinde, bugüne kadar kabul edilmiş kişisel değerlere ilişkin olmak üzere genel sınıflandırmalar yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda kişisel değerler genel olarak, *maddî bütünlüğe ilişkin değerler*, *manevî bütünlüğe ilişkin değerler* ve *iktisadî bütünlüğe ilişkin değerler* kategorilerinde incelenebilir.

* *Kişinin maddî (fizikî) bütünlüğü*, *hayat*, *beden tamlığı* ve *sağlık* gibi kişisel değerlerden oluşmaktadır.

“*Hayat*”, kişilik hakkı kapsamındaki en temel ve önemli kişisel değer olarak gerek İnsan Hakları Evrensel Beyanname (m.3), Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (m.2) gibi uluslararası düzenlemeler ile gerekse Anayasa’da güvence altına alınmıştır (m.17).

“*Beden tamlığı*” da temel kişisel değerler arasında yer almaktadır. Tıbbî zorunluluklar ve kanunda yazılı hâller dışında, kişinin vücut bütünlüğüne dokunulamaz; rızası olmadan bilimsel ve tıbbî deneylere tabi tutulamaz (AY.m.17/ f.2).

Maddî bütünlüğe ilişkin diğer bir kişisel değer ise “*sağlık*”tır. Bu açıdan fiziksel ve ruhsal sağlık arasında fark bulunmamakta, her ikisine yönelik haksız müdahale ve saldırılar da, tıpkı hayata ve beden tamlığına yönelik olanlar gibi kişilik hakkının ihlâli sonucunu doğurmaktadır⁵⁴.

* *Kişinin manevî bütünlüğü*, *hürriyet*, *şeref* ve *haysiyet*, *ad*, *resim* – *ses* ve *özel hayata ilişkin sır çevresi* gibi kişisel değerlerden oluşmaktadır.

Kişisel değerler arasında yer alan “*hürriyet (özgürlük)*” kavramı, her kişinin, kendi geleceğine ilişkin kararları serbestçe alabilmesini ve bu doğrultuda (yasal çerçevede) serbestçe hareket edebilmesini ifade eder⁵⁵. Nitekim Türk Dil Kurumu da hürriyeti “*Herhangi bir kısıtlamaya, zorlamaya bağlı olmaksızın düşünme veya davranma, herhangi bir şarta bağlı olmama durumu, serbest*” şeklinde tanımlamaktadır⁵⁶. Bu bağlamda herkes, kişi

⁵³ Ayan / Ayan, s. 91; Oğuzman / Seliçi / Oktay – Özdemir, s. 157; Kaya, (Elektronik), s. 33.

⁵⁴ Kaya, (Elektronik), s. 35; Dural, Mustafa, Türk Medenî Hukukunda Gerçek Kişiler, Bası 4, İstanbul 1995, s. 117; Ayan / Ayan, s. 92.

⁵⁵ Ayan / Ayan, s. 93.

⁵⁶ Bkz., TDK. Büyük Türkçe Sözlük, <http://www.tdk.gov.tr/>, (E:T: 07.07.2017).

hürriyeti ve güvenliğine sahiptir (AY.m.19/ f.1). Kimse özgürlüklerden vazgeçemez veya onları hukuka ya da ahlâka aykırı olarak sınırlandıramaz (TMK.m.23/ f.2). Aynı şekilde herkes, *vicdan, dinî inanç ve kanaat* (AY.m.24); *yerleşme ve seyahat* (AY.m.23/ f.1); *haberleşme* (AY.m.22/ f.1); *düşünce ve kanaat* (AY.m.26/ f.1); *bilim ve sanatı serbestçe öğrenme ve öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma yapma* (AY.m.27/ f.1); *dilediği alanda çalışma ve sözleşme yapma* (AY.m.48/ f.1) hürriyetine sahiptir. Haklı bir sebep olmaksızın (özgürlüklerin çatışması, hukuka uygunluk sebeplerinin varlığı gibi müdahaleyi meşru kılan durumlardan kaynaklanan istisnalar bir tarafa bırakılırsa) kişilik hakkı kapsamındaki bu hürriyetlere her müdahale, kural olarak ve şartları dâhilinde kişilik hakkı ihlâli teşkil eder.

Hürriyetin yanı sıra, **“şeref ve haysiyet”** de kişilik hakkı kapsamındaki kişisel değerlerdendir. Şeref ve haysiyet kişiye, doğuştan yahut (toplum içindeki davranışı, yeteneği, sosyal pozisyonu, meslek, ticaret, bilim ve sanat vb. alanlardaki saygınlığı ve/ veya aile hayatındaki itibarı gibi) taşıdığı bir kısım özellikler nedeniyle sonradan toplum tarafından verilen değeri ifade eder⁵⁷.

Sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen kişilik hakkı ihlâllerinin büyük kısmının şeref ve haysiyete yönelik olduğu görülmektedir. Bu tür saldırılar, kişiyi küçük düşürmek, yanlış tanıtmak, gülünç ya da zor duruma sokmak yahut kişiye düşmanca bir ortam hazırlamak gibi amaçlarla gerçekleştirilebilmektedir. Nitekim Yargıtay da, kişiye hakaret edilmesi⁵⁸,

⁵⁷ **Sırabaşı**, Volkan, İnternet ve Radyo Televizyon Aracılığı ile Kişilik Haklarına Tecavüz, Ankara 2007, s. 29; Dural, s. 123; **Kaya**, (Elektronik), s. 36; **Ayan / Ayan**, s. 93; **Oğuzman / Selici / Oktay – Özdemir**, s. 75; **Helvacı**, s. 75. Yargıtay şeref ve haysiyeti, kişinin “...dâhil olduğu toplumun gerekli saydığı ahlâkî niteliklere sahip olduğu ya da böyle kabul edildiği için, kişiye verilen değeri ifade eder. Kişinin onuru, şerefi ve saygınlığı onun toplum içindeki tüm manevî değerlerinden oluşur. Bunlar kişinin ahlâkî değerleridir. Herkesin, içinde yaşadığı toplumda ve ilişkiler kurduğu çevrelerde kişisel bir onuru, şerefi ve saygınlığı mevcuttur. Kişiyi küçük düşürmek, yanlış tanıtmak, zor duruma sokmak, kişiye düşmanca bir ortam hazırlamak amacıyla vâki davranışla manevî değerleri nasıl zedelenirse, bir olayın aktarılması da çok kez şerefe, saygınlığa ve onura müdahale niteliğinde olabilir. Ancak bu müdahalenin haksız olması, diğer bir deyimle hukuka aykırı bulunması gerekir.” şeklinde ifade etmiştir., Karar için bkz., **Kaya**, (Elektronik), s. 37, dn. 62 (*naklen*).

⁵⁸ 4. HD. 08.11.2012, E.2011/13161 K.2012/16461, (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

küçük düşürme, başkalarının husumetine maruz bırakma, aşağılama⁵⁹, kişi hakkında gerçek dışı dedikodu yayılması, meslekî ve ticarî itibarının zedelenmesi, iftira⁶⁰ atılması gibi fiilleri şeref ve haysiyete yönelik kişilik hakkı ihlalleri olarak nitelendirmektedir⁶¹. Ancak şeref ve haysiyet, kimi durumlarda zamana ve yere (mecraya) göre değişkenlik arz edebileceğinden, buna yönelik fiillerin ihlâl teşkil edip etmediğinin belirlenmesinde, ifade ve eleştiri özgürlüğü kıstası⁶², kişilik hakkı ihlâl edilen kişinin şahsî itibarı (şeref ve

⁵⁹ 4. HD. 20.11.2012, E.2011/13640 K.2012/17385, (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

⁶⁰ 4. HD. 23.09.2008, E.2008/7567 K.2008/10893, (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

⁶¹ Genel olarak bkz., **Kaya**, (Elektronik), s. 37 – 38. Ayrıca kararlar hakkında bkz., *a.g.e.*, s. 37 – 38, dn.67 – 74.

⁶² 4 HD. 22.06.2015, E.2014/11995 K.2015/8294, "...Anayasamızın 25. maddesi uyarınca "Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir. Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz." Anayasamızın 90. maddesine göre usulüne uygun şekilde yürürlüğe konulmuş Milletlerarası anlaşmalar kanun hükmündedir. Bu kapsamda Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi de kanun hükmünde sayılmaktadır. AİHS nin 10. maddesinde "Herkes görüşlerini açıklama ve anlatım özgürlüğüne sahiptir. Bu hak, kanaat özgürlüğü ile kamu otoritelerinin müdahalesi ve ülke sınırları söz konusu olmaksızın haber veya fikir alma ve verme özgürlüğünü de içerir..." hükmü bulunmaktadır. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinin 22 Nisan 2013 tarihli 48876/08 başvuru nolu kararında "İfade özgürlüğünün, demokratik bir toplumun vazgeçilmez esasını ve bu toplumun gelişiminin ve her bireyin kendini gerçekleştirmesinin temel koşulunu oluşturduğunu, 10. maddenin 2. fıkrası hükümleri saklı kalmak kaydıyla ifade özgürlüğünün sadece kabul edilen, zararsız ya da farklı olan «bilgi» ya da «düşünceler» için değil ama ayrıca hoşla gitmeyen, sarsıcı ya da rahatsız edici olanlar için de geçerli olduğunu, bunların, «demokratik toplumun» onlarsız olamayacağı çoğulculuğun, hoşgörünün ve açık fikirliğin gereği olduğunu, 10. madde de açıklandığı gibi bu özgürlüğe yapılan sınırlamaların her halde dar yorumlanması gerektiğini ve herhangi bir sınırlama gereksiniminin ikna edici bir biçimde ortaya koyulması gerektiğini,..." ifade etmektedir. Mahkeme aynı ifadeleri 69698/01 ve 16354/06 başvuru numaralı kararlarında da tekrar etmiştir. Davalının davacıya yönelik sosyal medya (twitter.com) üzerinden paylaştığı ifadeler yukarıdaki ilkelerle birlikte değerlendirildiğinde; tarafların gazeteci olduğu, kullanılan sözlerin mesleki eleştiri niteliğinde olup yavşak sözünün değer yargısı olduğu gibi, kullanılan mesaj içerisinde doğrudan davacıya söylendiğinin de anlaşılamadığı görülmüştür. Bu nedenle davanın tümünden reddine karar verilmesi gerekirken yazılı gerekçe ile kısmen kabulüne karar verilmiş olması yerinde görülmemiş, kararın bozulmasını gerektirmiştir.", (UYAP. Hâkim Savcı İçtihat Portalı).

haysiyeti) ve sübjektif algısı kadar, toplumun, o saldırının yapıldığı mecra (sosyal medya platformu) hakkındaki objektif değer yargısının da gözetilmesi isabetli görülmektedir⁶³.

“*Ad (isim)*”, kişinin, kendisini dış dünyaya yansıtmasında ve tanıtmasında kullandığı bir araç olduğu gibi, onun, ailesindeki diğer kişilerden ayırt edilmesini sağlayan, manevî bütünlüğe ilişkin bir kişisel değerdir. Aynı şekilde *soyad* da kişilik hakkı kapsamındaki kişisel değerlerden olup, kişiyi başkalarından ayırt etmeye ve onun bir aileye ferdiyetini göstermeye yarayan unsurlardandır. *Müstear ad, lakap, kısaltılmış ve temsili adlar* ile *elektronik posta adresleri* de kural olarak adın korunmasına ilişkin hükümlerden yararlanırlar. Aynı şekilde *sahte sosyal medya hesapları* açılarak kişinin ismiyle ve onun adına hareket edilmesi de adın korunmasına ilişkin hükümlere aykırılık teşkil eder⁶⁴. Medenî Kanunda ada yönelik saldırılar ve hukukî korunma 26 ncı maddede özel olarak düzenlendiğinden, ada ve yukarıda adı geçen diğer unsurlara yönelik saldırılar karşısında öncelikle bu hüküm uygulama alanı bulmaktadır⁶⁵.

Manevî bütünlüğe ilişkin kişisel değerler arasında “*kişinin resmi ve sesi*” de yer almaktadır. Bu anlamda *resim*, kişinin bir fotoğrafta, filmde yahut televizyonda tespit edilen; fırça yahut kalemle veya dijital ortamda çizilen yahut karikatürize edilen görüntüsüdür⁶⁶. Bir kişinin resminin, onun rızası dışında üçüncü kişiler tarafından, kural olarak ne amaçla olursa olsun

⁶³ Aynı yönde bkz., **Helvacı**, s. 69; **Kaya**, (Elektronik), s. 37; **Sırabaşı**, s.30.

⁶⁴ 4 HD. 17.03.2016, E.2015/4457 K.2016/3497, “...olay tarihi, olayın oluş şekli, davalı tarafından davacının ismi ve profil resmi kullanılarak açılan sosyal medya hesabı içeriğinde; davacıya ait olmamakla birlikte müstehcen fotoğraf, videolar ve davacının telefon numarasının yer almış olması, tarafların ekonomik ve sosyal durumları ile yukarıda anılan ilkeler gözetildiğinde davacı yararına takdir edilen manevi tazminat tutarı azdır. Daha üst düzeyde manevi tazminata karar verilmesi gerekirken yazılı biçimde karar verilmiş olması doğru değildir. Bu nedenle kararın bozulması gerekmiştir.”, (UYAP. Hâkim Savcı İçtihat Portalı).

⁶⁵ **Ayan / Ayan**, s. 94; **Kaya**, (Elektronik), s. 36; **Dural / Öğüz**, s. 166; **Akipek / Akıntürk / Ateş – Karaman**, s. 339; **Oğuzman / Seliçi / Oktay – Özdemir**, s. 153.

⁶⁶ **Ayan / Ayan**, s. 94; **Oğuzman / Seliçi / Oktay – Özdemir**, s. 135; **Öngören**, Gürsel, TV ve Radyoda Kişilik Haklarına Saldırlara Karşı Hukukî Başvuru Yolları, İstanbul 1995, s. 68; **Kaya**, (Elektronik), s. 38.

çekilmesi, çizilmesi, yapılması, basılması, dağıtılması, kullanılması, yayınlanması, iletilmesi, bozulması kişilik hakkı ihlâli teşkil eder⁶⁷. Bu gibi durumlarda resim sahibi, kişilik hakkının korunmasına yönelik hükümlere müracaat edebilir⁶⁸. Lâkin ülkenin ekonomik ve siyasî hayatında rol oynayan ve/ veya kamuya mal olmuş kişilerin özel alanlarına dâhil olmayan ve yararlanmasında kamu yararı bulunan resimleri, haber amacıyla kullanılabilir, yayınlanabilir. Bunun için ayrıca rıza aranmaz⁶⁹. Aynı şekilde kullanılmasında kamu yararı bulunmak, gerçek haber değeri taşımak ve basın özgürlüğünün çizdiği sınırlar içerisinde kalınmak kaydıyla kamuya mal olmamış kişilerin resimlerinin kullanılması bakımından da aynı esas (somut olayın özelliklerine

⁶⁷ **Parlak – Börü**, Şafak, Fotoğraf Üzerindeki Haklar, Ankara 2013, s. 400; **Kaya**, (Elektronik), s. 39; **Ayan / Ayan**, s. 95. 4 HD. 06.03.20014, E.2013/7425 K.2014/3799, “...Dava konusu fotoğraf karesi davalılara ait internet sitelerinde “Türk erkeğinin utanç günü” başlığı ile yayınlanmaktadır. Esasen fotoğraf karesinde yer alan erkek şahıslar, habere konu edilmiş ise de davacı tanınır biçimde fotoğrafta yer almakta, hatta fotoğrafa fotoğrafa bakıldığında daha ön planda algılandığı görülmektedir...Fotoğrafların çekildiği alan yalıtılmış bir alan olmamakla birlikte günlük yaşantı içerisinde rastgele bir kare de değildir. Davacı, tatilde, deniz kenarında fotoğraflanmıştır. Davacı fotoğraflandığı anda, normal yaşantısında, mesleki faaliyetinde değildir. Bir başka anlatımla davacı, aile ve iş yaşantısını geçirdiği ortamdan ayrılmış, gündelik yaşantısı içinde karşı karşıya gelebileceği insanların gözü önünde olmadığına inandığı bir ortamda bulunmakta ve davranışlarına da bu şekilde yön vermektedir. Davacı topluma mal olmuş bir insan olmadığına göre bikişli fotoğraflarının yayınlanmasında toplumsal bir yarar ya da ilğiden de söz edilemeyeceğinden fotoğrafların davacının özel hayatı ile ilgili olduğu sonucuna varılmalıdır.” (Kazancı Bilişim İçtihat Bankası).

⁶⁸ 2 HD. 29.01.1976, E.1975/9403 K.1976/625, “...kişinin fotoğrafı üzerinde (resmi) üzerindeki hakkı şahsiyet haklarından olup (M.K.24) ona karşı yapılan her çeşit saldırıyı önleyebilir. Onun için 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanununun 86.maddesinde yazılı durumlar ayrık olmak üzere hiç kimsenin resmi, rızası dışında sinema, televizyon gibi cihazlar veya gazete, afiş, kitap ve benzeri araçlarla teşhir edilip yayınlanamaz. Yani, kişi şahsiyet hakkında fedakârlığa zorlanamaz.” (Ayan / Ayan, s. 94, dn. 44).

⁶⁹ **İmre**, Zahit, Şahsiyet Haklarının Şahsın Özel Hayatının ve Gizliliklerinin Korunmasına İlişkin Meseleler, İÜHF.M., C. 39, S. 1 – 4, s. 147 vd. (Meseleler); **Kaya**, (Elektronik), s. 39; **Parlak – Börü**, s. 405 – 406; **Ayan / Ayan**, s. 95. Bkz., 12. CD. 12.01.2015, E.2014/13554 K.2015/6, (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

göre) geçerli olabilir⁷⁰. **Ses** de kişinin belirlenebilirliğine hizmet eden kişisel verilerden olup, kişilik hakkı kapsamında değerlendirilmektedir. Bu açıdan sesin izinsiz ve hukuka aykırı şekilde⁷¹ dinlenmesi, kaydedilmesi, yayınlanması, kişinin gizli kalması gereken ve açıklanmasında kamu yararı bulunmayan özel yaşamı ile ilgili konuşmaların dinlenmesi ve/ veya dışarıya yansıtılması, kural olarak küçük düşürücü, aşağılayıcı, tahrif edilmiş ses kayıtları alınması, kullanılması, yayınlanması, genel anlamda kişilik hakkı ihlâli teşkil edebilmektedir⁷².

Manevî bütünlüğe ilişkin kişisel değerlerden biri de **“özel hayata ilişkin sır çevresi”**dir. AİHS.m.8’de temel insan hakları arasında düzenlenen ve Anayasanın 20 nci ve devamı maddelerinde güvence altına alınmış bulunan özel hayat kavramı, mevzuatta somut olarak tanımlanmamış olup, hakkında doktrinde de yeknesak bir tanım birliği bulunmamaktadır. Yargıtay özel hayatın, *“...kişinin sadece gözlerden uzakta, başkalarıyla paylaşmadığı, kapalı kapılar ardında, dört duvar arasındaki yaşantısı ve mahremiyetlerinden ibaret değil, herkesin bilmediği veya bilmemesi gereken, istenildiğinde başka kişilere açıklanabilen, tamamen kişiye özel hayat olayları ve bilgilerin tamamını içerdiğini...”* ifade etmektedir⁷³. Bu çerçevede özel hayat, “kişinin, başkaları tarafından bilinmesi yahut bilinmemesi/ öğrenilmemesi noktasında şahsî tasarruf hakkını haiz olduğu ve hukuk düzeni tarafından gizliliği ile korunması

⁷⁰ Konu hakkında ayrıntılı bilgi için bkz., **Baykan**, Metin, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarında Basın Özgürlüğü, Ankara 2011.

⁷¹ İzinsiz ses kaydının hukuka uygun kabul edilmesi gerektiği yönünde bkz., CGK. 21.06.2011, E.2010/5-187 K.2011/131, *“...kişinin kendisine karşı işlenmekte olan bir suçla ilgili olarak bir daha kanıt elde etme olanağının bulunmadığı ve yetkili makamlara başvurma imkânının olmadığı ani gelişen durumlarda karşı tarafla yaptığı konuşmaları kayda alması hâlinin hukuka uygun olduğunun kabulü zorunludur.”*, (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

⁷² 4. HD. 23.06.2010, E.2009/8119 K.2010/7573, (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

⁷³ Bkz., 12. CD. 24.02.2014, E.2013/14391 K.2014/4498, (**Kaya**, Elektronik, s. 42 – 43, dn. 101).

temel bir kişilik hakkı olarak kabul edilmiş faaliyetlerin oluşturduğu alan” şeklinde tanımlanabilir⁷⁴.

Yargıtay’ca özel hayatın gizliliğinin korunmasında hangi faaliyetlerin (nelerin) korunacağı ve koruma alanının sınırının belirlenmesinde “alan teorisi”nin nazara alındığı görülmektedir. Buna göre özel hayat, *açık (ortak) özel hayat alanı, gizli özel hayat alanı* şeklinde alanlar altında değerlendirilir⁷⁵. Yargıtay bu teoriyi “...Kişinin özel hayatı çeşitli alanlardan oluşur. Bunlar gizli, özel ve ortak alanlardır. Bir kimsenin kendisine özel olarak anlattığı olayların, sırdaşı olan kişiler dışında kalan şahıslar tarafından bilinmesini istemediği olay ve davranışlardan oluşan alan, gizli yaşam alanıdır. Kişinin yalnızca dostları, yakınları ve tanıdıkları gibi kendileriyle oldukça samimi ilişki içinde bulunduğu, sayıları sınırlı bir kişi grubu ile paylaşmak istediği olaylardan oluşan yaşamına ise özel alan denir. Başkalarının bilgisine ulaşmasına olanak bulunan bölüm ise ortak alandır. Özel yaşamı oluşturan alanlardan kişilik hakkı ile koruma altına alınan alanlar, kural olarak gizli alan ile özel alanı ilgilendiren olaylardır...” şeklinde ifade etmektedir⁷⁶. Bu bağlamda kişinin gizliliklerinin korunması gereken faaliyetlerinin, gizli özel hayat alanına ilişkin olanlardan müteşekkil bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla kişinin sadece dostları, aile üyeleri, yakın arkadaşları gibi (sınırlı sayıdaki) belirli kişiler tarafından bilinmesini istediği bilgiler ile sadece sırdaşları tarafından bilinmesini yahut kimse tarafından bilinmemesini istediği bilgilerin, ilgili kişiler (yakınlar, sırdaşlar vs.) dışındaki diğer kişilerce öğrenilmesi, bu amaçla gizli dinleme yapılması, seslerin yahut görüntülerin kaydedilmesi, kullanılması, yayınlanması, ifşa edilmesi kişisel değerlere saldırı niteliğinde olup kişilik hakkının ihlâli sonucunu doğurur. Pek doğaldır ki yakın kavramına dâhil olan kişilerin, bu bilgilerin başkaları tarafından öğrenilmemesi hususunda sır saklama yükümlülükleri bulunmaktadır. Yakın kavramına girmemekle birlikte meslekleri gereği bu tür bilgileri öğrenen avukat, hekim, banka müesseseleri gibi gerçek yahut tüzel kişiler açısından da aynı esas geçerlidir. Aksi takdirde

⁷⁴ Benzer bir tanım için bkz., **Şen**, Ersan, Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması, İstanbul 1996, s. 8.

⁷⁵ Bkz., **Kaya**, (Elektronik), s.43 vd.; **Ayan / Ayan**, s.96 vd.

⁷⁶ **Kaya**, (Elektronik), s. 44, dn. 107 (*naklen*). Ayrıca bkz., **Çetin**, Erol, Açıklamalı ve İçtihatlı Basın Kanunu, Ankara 1999, s. 123 – 124.

onlar da, tıpkı sır saklama yükümlülüklerine aykırı hareket eden yakınlar gibi, kişilik hakkını ihlâl etmiş olurlar⁷⁷.

Gizli özel alana yönelik müdahalelerin hukuka uygun sayılabilmesi, ancak alan üzerinde şahsi tasarruf yetkisi bulunan kişinin rızası ile mümkün olur. Ancak yetkili kişi tarafından verilen rızanın sınırlarının aşılması durumunda da kişilik hakkının ihlâli söz konusu olmaktadır. Özel hayata müdahaleyi hukuka uygun kılan bir diğer durum ise, müdahalede bulunulan kişinin kamuya mal olmuş bir kişi olması ve gizli özel alanına ilişkin olsalar da anılan kişinin mevki ve makamına ilişkin bulunan bilgilerin basın özgürlüğü kapsamında ifşa edilmesinde üstün kamu yararının bulunmasıdır⁷⁸. Ancak unutulmamalıdır ki müdahalenin hukuka uygun kabul edilebilmesi için basın özgürlüğünün sınırları aşılmamalıdır⁷⁹.

⁷⁷ Ayan / Ayan, s. 98; Zevkililer / Acabey / Gökyayla, s. 418; İşgüzar, s. 860 – 861; İmre, s. 149.

⁷⁸ 4 HD. 01.10.2014, E.2013/18481 K.2014/12713, "...Avrupa insan Hakları Mahkemesi'nin kararlarında da belirtildiği üzere siyasi hüviyete sahip şahısların kendilerine yönelik sert, ağır ve hatta incitici eleştirilere de katlanmaları gerekir. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ile güvence altına alınan ifade özgürlüğünün sadece "zararsız ve ilgilenmeye değmez olarak görülen bilgi ve fikirler değil aynı zamanda rahatsız eden, şaşırtan ve gücendiren ifadelerin de bu kapsamda değerlendirilmesi gerektiği" belirtilmiş ve bu ifadeler var olmadan "demokratik bir toplum"dan söz edilemeyeceği vurgulanmıştır. Dava konusu olayda, Kadıköy Belediye Başkanı olan davacının Facebook sayfasına görüşlerini yazan davalının beyanları, davacının şahsına ait değer yargıları, siyasi ve sert eleştiri mahiyetindedir. Açıklanan nedenlerle davanın tümünden reddi gerekirken kısmen kabulü doğru görülmemiş; kararın bu nedenle bozulması gerekmiştir.", (UYAP. Hâkim – Savcı İçtihat Portalı).

⁷⁹ 4. HD. 20.09.2007, E.2006/11142 K.2007/10601, (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası). Konu hakkında ayrıntılı açıklama için ayrıca bkz., Arslan – Öncü, Gülay, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinde Özel Yaşamın Korunması Hakkı, İstanbul 2011. 4. HD. 05.05.2016, E.2015/6272 K.2016/6229, "...Avrupa İnsan Hakları Mahkemesine göre; siyasetçilere yönelik eleştirinin sınırı, özel kişiler için olandan daha geniştir ve siyasetle uğraşan kişilerin kendilerine yönelik sert, ağır ve hatta incitici eleştirilere de katlanması gerekir. Çünkü siyasetçi zorunlu ve bilinçli olarak eylem ve davranışlarını gazetecilerin ve vatandaşların kontrolüne açık bırakmakta, kamuoyuna mal olmuş kişiler haline gelmeyi bilerek tercih etmektedir...Şu durumda, taraflar siyasi kimlikleri olan şahıslar olup, davalı basın toplantısında davacının Belediye Başkanı olduğu döneme ait işlemlerle ilgili eleştirilerini dile getirmiştir. Davacının siyasi kimliği nedeniyle normal koşullardan daha ağır eleştiriye açık olması gerektiği gibi bu şartlar

* **Kişinin iktisadî bütünlüğü**, iktisadî hürriyet ve varlık, meslekî şeref ve haysiyet, meslekî sır çevresi gibi kişisel değerlerden oluşmaktadır.

İktisadî hürriyet ve varlık Anayasal düzlemde güvence altına alınmış temel hak ve hürriyetlerden, dolayısıyla kişisel değerlerdendir. Zira Anayasaya göre herkes, yaşama, maddî ve manevî varlığını koruma ve geliştirme hakkına (m.17/ f.1), dilediği alanda çalışma ve sözleşme hürriyetlerine ve özel teşebbüsler kurma hakkına sahiptir (m.48/ f.1). Hiç kimse zorla çalıştırılmaz; angarya yasaktır (m.18/ f.1). Kamu yararından ve dürüstlük ilkesinden (TMK.m.2) kaynaklanan istisnalar dışında kişiyi çalışma hürriyetinden mahrum bırakan yahut iktisadî hürriyet ve varlığını zedeleyen her türlü girişim kişilik hakkının ihlâli sonucunu doğurur.

Meslekî şeref ve haysiyet kişinin iktisadî alanda ve iş çevresinde muhatapları ve müşterileri nezdinde gördüğü saygınlık olup kişinin iktisadî varlığını sürdürebilmesi açısından da son derece önemli bir kişisel değerdir. Dolayısıyla haksız ve yalan yere kişinin mesleğini kötüye kullandığı, mesleğini yaparken basiretsiz davrandığı, yalan beyanda bulunduğu, mesleğini genel ahlâk ve sağlığa uygun şekilde icra etmediği gibi söylentilerin çıkartılması yahut yayınlar yapılması, kişilik hakkına saldırı niteliğinde değerlendirilebilir⁸⁰.

Meslekî sır çevresi ve gizli meslekî alan, özel hayatın meslekî hayattaki yansımasıdır. Ancak meslekî hayatı özel hayattan ayıran husus, bunun, daha ziyade yürütülmekte olan işi gerçekleştirmek amacına yönelik faaliyet ve sıklardan müteşekkil olmasıdır. Korunması amaçlanan mesleki hayat alanı da, tıpkı özel hayatta olduğu gibi *açık meslekî alan* ve *gizli meslekî alan* ayrımlarına tabi tutularak belirlenir. Açık meslekî hayata ilişkin faaliyetler, işin yürütülmesiyle herhangi bir ilgisi bulunmayan kişilerce öğrenilmesinde sakınca görülmemeyen, kamuya açık meslekî faaliyetlerden oluşur. Korunması amaçlanan asıl alan ise, yetkili olmayan kişilerce öğrenilmesi hâlinde işin yürütülmesinin tehlikeye girebileceği, meslekî faaliyet bakımından hayatî

altında ifade özgürlüğüne sınırlama getirilmesini gerektirecek demokratik bir toplum için gereklilik bulunmadığı, davacının kişilik değerlerinin ihlal edilmediği sonucuna varılarak, istemin tümünden reddine karar verilmesi gerekirken kısmen kabulüne karar verilmiş olması doğru olmamış, kararın bozulması gerekmiştir...”, (Kazancı Bilişim İçtihat Bankası).

⁸⁰ **Ayan / Ayan**, s. 101; **Oğuzman / Selici / Oktay – Özdemir**, s. 177.

önem taşıyan faaliyet ve sırlardan oluşan gizli meslekî alandır. Bu alanda yer alan işletme sırları, hesap defterleri, faturalar, malî kayıtlar, müşteri çevresi, ar – ge faaliyetleri gibi bilgilerin ve sırların yetkili olmayan kişilerce öğrenilmesi, kullanılması, yayılması, ifşa edilmesi, aktarılması kişilik hakkının ihlâli sonucunu doğurur⁸¹.

B) HAKKIN SOSYAL MEDYA ARACILIĞIYLA KULLANICILAR TARAFINDAN İHLÂLİ

Kişilik hakkının sosyal medya aracılığıyla ihlâli, geleneksel medya araçlarıyla gerçekleşen ihlâllere nazaran daha yaygındır. Nitekim kişilik hakkını, kitap, gazete, dergi, televizyon, radyo gibi geleneksel medya araçlarıyla yalnızca belirli kişiler ihlâl edebilirken, herkese açık olması, ulaşılabilir olması, kullanım için özel teknik bilgi gerektirmemesi ve masrafsız olması gibi özellikleri dolayısıyla, sosyal medya aracılığıyla bunu gerçekleştirebilecek kişi (kullanıcı) sayısının, kıyasen oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu tür ihlâllere karşı kişilik hakkının hızlı ve etkili şekilde korunması gerekmektedir⁸².

Sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen kişilik hakkı ihlâlleri, sosyal medya hizmetini sağlayan *hizmet sağlayıcı*, bu hizmetten yararlanan *kullanıcılar* yahut sosyal medya hizmetiyle organik herhangi bir bağı bulunmamakla birlikte sisteme bir şekilde müdahil olan *üçüncü kişiler* tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Aşağıda sosyal medya kullanıcıları tarafından, gerek diğer kullanıcılara gerekse üçüncü kişilere yönelik olarak gerçekleştirilen belli başlı kişilik hakkı ihlâlleri incelenecektir.

Kullanıcıların, sosyal medyada diğer kullanıcılarla, belirli bir grupla yahut kamuoyuyla (üçüncü kişilerle) paylaştıkları ve bu yolla erişilebilir hâle getirilmiş olan ilgileri, düşünceleri, duyguları, kişisel hâl ve durumları, siyasî

⁸¹ **Ayan / Ayan**, s. 103. Ayrıntılı bilgi için ayrıca bkz., **Tekşen**, Mustafa, Ticarî Sır, Bankacılık Sırrı veya Müşteri Sırrı Niteliğindeki Bilgi veya Belgelerin Açıklanması Suçu, Ankara 2012.

⁸² **Gözler**, Kemal, Kişilik Haklarını İhlâl Eden Yayınların Kaldırılması Usulü ve İfade Hürriyeti – 5651 Sayılı Kanunun 9’uncu Maddesinin İfade Hürriyeti Açısından Değerlendirilmesi, Rona Aybay’a Armağan, C. 1, 2014, s. 1060; **Firat**, Muhammed S., Hukuk Devleti Açısından İnternette İnsan Hakkı ve Kişilik Haklarına Saldırı Sorunu, HHFD., C. 5, S. 2, 2015, s. 106.

eğilimleri, fotoğrafları, videoları, yazı ve yazışmaları, yorumları, fikir ve sanat eserleri, kimi zaman ticarî ve meslekî faaliyetleri, mal ve hizmetleri ve benzeri değerleri, genel olarak *içerik (content)* adını alır. Kullanıcıların, oluşturdukları bu sosyal medya içerikleriyle kimi zaman diğer kişilerin, başta *şeref ve haysiyet* ile *özel hayatın gizliliği* olmak üzere, *hürriyet, ad (isim), resim, ses ve iktisadî bütünlüğe ilişkin değerler* gibi kişisel değerlerini ve dolayısıyla kişilik haklarını ihlâl ettikleri bilinmektedir.

Bu bağlamda karşılaşılan en yaygın ihlâl şeklinin, içeriğin veya özel mesajın – *doğuracağı cezaî sorumluluk*⁸³ *bir yana – hakaret, tehdit yahut iftira*

⁸³ TCK.m.125 - (Değişik: 29.06.2005 – 5377/15 m.) **Hakaret** “Bir kimseye onur, şeref ve saygınlığını rencide edebilecek nitelikte somut bir fiil veya olgu isnat eden veya sövmek suretiyle bir kimsenin onur, şeref ve saygınlığına saldıran kişi, üç aydan iki yıla kadar hapis veya adlî para cezası ile cezalandırılır. Mağdurun gıyabında hakaretin cezalandırılabilmesi için fiilin en az üç kişiyle ihtilat ederek işlenmesi gerekir (f.1). Fiilin, mağduru muhatap alan sesli, yazılı veya görüntülü bir iletiyle işlenmesi halinde, yukarıdaki fıkrada belirtilen cezaya hükmolunur (f.2). Hakaret suçunun; a) Kamu görevlisine karşı görevinden dolayı, b) Dini, siyasi, sosyal, felsefi inanç, düşünce ve kanaatlerini açıklamasından, değiştirmesinden, yaymaya çalışmasından, mensup olduğu dinin emir ve yasaklarına uygun davranmasından dolayı, c) Kişinin mensup bulunduğu dine göre kutsal sayılan değerlerden bahisle, işlenmesi halinde, cezanın alt sınırı bir yıldan az olamaz (f.3). Hakaretin alenen işlenmesi halinde ceza altıda biri oranında artırılır (f.4). Kurul hâlinde çalışan kamu görevlilerine görevlerinden dolayı hakaret edilmesi hâlinde suç, kurulu oluşturan üyelere karşı işlenmiş sayılır. Ancak, bu durumda zincirleme suça ilişkin madde hükümleri uygulanır (f.5).”. TCK.m.106 – **Tehdit** “Bir başkasını, kendisinin veya yakınının hayatına, vücut veya cinsel dokunulmazlığına yönelik bir saldırı gerçekleştireceğinden bahisle tehdit eden kişi, altı aydan iki yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. Malvarlığı itibarıyla büyük bir zarara uğratacağından veya sair bir kötülük edeceğinden bahisle tehditte ise, mağdurun şikâyeti üzerine, altı aya kadar hapis veya adlî para cezasına hükmolunur (f.1). Tehdidin; a) Silahla, b) Kişinin kendisini tanınmayacak bir hale koyması suretiyle, imzasız mektupla veya özel işaretlerle, c) Birden fazla kişi tarafından birlikte, d) Var olan veya var sayılan suç örgütlerinin oluşturdukları korkutucu güçten yararlanılarak, işlenmesi halinde, fail hakkında iki yıldan beş yıla kadar hapis cezasına hükmolunur (f.2). Tehdit amacıyla kasten öldürme, kasten yaralama veya malvarlığına zarar verme suçunun işlenmesi halinde, ayrıca bu suçlardan dolayı ceza verilir (f.3).”. TCK.m.267 – **İftira** “İftira Yetkili makamlara ihbar veya şikayette bulunarak ya da basın ve yayın yoluyla, işlemediğini bildiği halde, hakkında soruşturma ve kovuşturma başlatılmasını ya da idari bir yaptırım uygulanmasını sağlamak için bir kimseye hukuka aykırı bir fiil isnat eden kişi, bir yıldan dört yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır (f.1). Fiilin maddî eser ve delillerini uydurarak

niteliği taşıyan unsurlar içermesi dolayısıyla, diğer kullanıcıların yahut diğer üçüncü kişilerin **şeref ve haysiyetinin zedelenmesi** olduğu ifade edilmektedir⁸⁴.

Hakaretten bahsedebilmek için öncelikle, onu aşağılamak, şeref ve haysiyetini zedelemek yahut ona sövmek amacıyla somut bir fiil veya olgu isnat edilmelidir. Örneğin, kamu görevlisinin bir kişiden bir iş karşılığında belli bir miktar rüşvet aldığı yönünde isnatta bulunulması durumunda hakaret söz konusu olur. Kişiyeye isnat olunan somut fiilin gerçek olup olmamasının, hakaret suçunun oluşması bakımından bir önemi yoktur. Ancak, iddia olunan hususun gerçek olduğunun ispat edildiği durumlarda, hukukî değil ve fakat cezaî sorumluluk ortadan kalkar. Kişi hakkında, onu herhangi bir olayla ilişkilendirmeksizin, soyut yakıştırmalarda bulunulması hâlinde de, hakaret söz konusu olabilir. Kötü bir niteliği veya huyu ifade eden aşağılayıcı, küçük düşürücü sözler, somut bir fiil veya olguyla ilişkilendirilmedikleri hâlde, yine de hakaret suçunu oluşturabilirler. Örneğin, bir kimseye “serseri”, “alçak”, “hayvan” denmesi hâlinde, somut fiil isnadı söz konusu değildir. Aynı şekilde kişiyeye soyut olarak “hırsız”, “rüşvetçi”, “sahtekâr”, “fahişe” gibi yakıştırmalarda bulunulması hâlinde de hakaret suçu oluşur. Kişinin bedenî

iftirada bulunulması halinde, ceza yarı oranında artırılır (f.2). Yüklenen fiili işlemediğinden dolayı hakkında beraat kararı veya kovuşturmayaya yer olmadığına dair karar verilmiş mağdurun aleyhine olarak bu fiil nedeniyle gözüaltına alma ve tutuklama dışında başka bir koruma tedbiri uygulanmışsa, yukarıdaki fıkralara göre verilecek ceza yarı oranında artırılır (f.3). Yüklenen fiili işlemediğinden dolayı hakkında beraat kararı veya kovuşturmayaya yer olmadığına dair karar verilmiş olan mağdurun bu fiil nedeniyle gözüaltına alınması veya tutuklanması halinde; iftira eden, ayrıca kişiyi hürriyetinden yoksun kılma suçuna ilişkin hükümlere göre dolaylı fail olarak sorumlu tutulur (f.4). Mağdurun ağırlaştırılmış müebbet hapis veya müebbet hapis cezasına mahkûmiyeti halinde, yirmi yıldan otuz yıla kadar hapis cezasına; süreli hapis cezasına mahkûmiyeti halinde, mahkûm olunan cezanın üçte ikisi kadar hapis cezasına hükümlenir (f.5). Mağdurun mahkûm olduğu hapis cezasının infazına başlanmış ise, beşinci fıkraya göre verilecek ceza yarısı kadar artırılır (f.6). İftira sonucunda mağdur hakkında hapis cezası dışında adlî veya idari bir yaptırım uygulanmışsa; iftira eden kişi, üç yıldan yedi yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır (f.7). İftira suçundan dolayı dava zamanaşımı, mağdurun fiili işlemediğinin sabit olduğu tarihten başlar (f.8). Basın ve yayın yoluyla işlenen iftira suçundan dolayı verilen mahkûmiyet kararı, aynı veya eşdeğerde basın ve yayın organıyla ilan olunur. İlan masrafı, hükümlüden tahsil edilir (f.9).

⁸⁴ **Kaya**, (Elektronik), s. 187; **Kaya**, (Medya), s. 292.

arızasını ifade etmekle veya kişiye bir hastalık izafe etmekle de hakaret suçu işlenmiş olur. Örneğin, kişiye “kör”, “şaşı”, “topal”, “kambur”, “kel” vs. demekle; kişiye “psikopat”, “frençili” veya “AIDS’li” demekle, hakaret suçu işlenmiş olur.

Dikkat edilmelidir ki; davranışın kişiyi küçük düşürmeye matuf olarak gerçekleştirilmesi gerekir. Kişiyi onu toplum nazarında küçük düşürmek amacına yönelik olarak belli bir siyasî kanaatin isnat edilmesi hâlinde de hakaret suçu oluşur. Örneğin, bir kişiye “faşist”, “komünist” veya “mürteci” demekle, hakaret suçu işlenmiş olur. Bir kişiye izafeten söylenen sözün veya bulunulan davranışın o kişiyi küçük düşürücü nitelikte olup olmadığını tayin ederken, toplumda hâkim olan telâkkileri, örf ve âdetleri göz önünde bulundurmak gerekir⁸⁵. Kişileri aşağılayıcı, bu tür küçük düşürücü, husumete maruz bırakıcı yazılı, görsel, işitsel *Facebook* paylaşımları, *tweet*’ler, *blog* yazıları, sözlük girileri (*entry*), *forum*lara ve sair sosyal medya mecraları aracılığıyla yapılan yorumlar ve hatta somut olaya göre bunların yayılması, paylaşılması gibi fiiller de, kişilik hakkı ihlali dolayısıyla hem hukukî hem de şartları dâhilinde cezaî sorumluluğa yol açabilmektedir. Ancak son durumda sorumluluğun doğabilmesi için, başkasına ait hakaretimiz içeriğin paylaşımının/ yayılmasının, içeriği paylaşan/ yayan kullanıcı tarafından benimsenircesine gerçekleştirilmiş olması gerekir. Lâkin başkasına ilişkin içerik dolayısıyla sorumsuzluk esastır⁸⁶.

Tehdit hâlinde, gerçekleşmesi failin/ ihlâlcinin isteğinin yerine getirilmemesi kaydına bağlı bir tecavüz, kötülük sosyal medya aracılığıyla mağdura bildirilmektedir. Başka bir deyişle paylaşılan içerik, bünyesinde tehdit unsurları barındırmaktadır.

Tehdidin konusunu, kişinin hayatının veya vücut bütünlüğünün tehlikeye maruz bırakılacağına, suç teşkil eden belli bir fiilin işleneceğinin, genel olarak kuvvet kullanılacağına, şeref ve haysiyetinin, itibarının zedeleneceğinin, özel hayatının ifşa edileceğinin veya herhangi bir haksızlığın

⁸⁵ Bkz. TCK.m.125, Madde Gereğesi.

⁸⁶ Yıldız, Rıdvan, Sosyal Medyada Konusu Suç Teşkil Eden İçeriğin Paylaşılması, <http://www.bartın.info/sosyal-medyada-konusu-suc-teskil-eden-icerigin-paylasilmasi-makale,1772.html>, (E.T. 08.07.2017); Kaya, (Elektronik), s. 187.

gerçekleştirileceğinin bildirilmesi oluşturmaktadır. Tehdit hâlinde kişi, tehdit konusu tecavüzün ileride vuku bulacağı beyanıyla korkutularak, belli bir davranışta bulunmaya zorlanmaktadır, mecbur edilmektedir.

Tehdidin özelliği, kötülüğün gerçekleşip gerçekleşmeyeceğinin, tehdit edenin iradesine bağlı olmasıdır. Tehdit konusu kötülüğün gerçekleşip gerçekleşmemesi, gerçekten veya en azından görünüş itibarıyla failin takdirine bağlıdır. Fakat bu, kötülüğün mutlaka tehdit eden tarafından gerçekleştirileceği anlamına gelmez; bir üçüncü kişi vasıtasıyla bu kötülüğün gerçekleştirileceğinin bildirilmesi ile de, tehditte bulunulabilir.

Suçun oluşması bakımından tehdit konusunun (haksızlığın, kötülüğün) gerçekleşip gerçekleşmemesi, önemli değildir. Tehdidin objektif olarak ciddî bir mahiyet arz etmesi yeterlidir. Yani, istenilenin yerine getirilmemesi hâlinde tehdit konusu kötülüğün gerçekleşeceği ihtimali objektif olarak mevcut olmalıdır. Sarf edilen sözler, gerçekleştirilen davranış muhatap alınan kişi üzerinde ciddî bir korku yaratma açısından sonuç almaya elverişli, yeterli ve uygun değilse, tehdidin oluştuğu ileri sürülemez. Failin söz ve davranışlarının muhatabı üzerinde ciddî şekilde korku ve endişe yaratacak uygunluk ve yeterlilik içerip içermediğinin her somut olayda araştırılması gerekir. Objektif olarak ciddî bir mahiyet arz eden tehdidin, somut olayda muhatabı üzerinde etkili olması şart değildir. Kişi, fail objektif olarak ciddî mahiyet arz eden söz ve davranışlarla mağduru tehdit etmek istemiş olmasına rağmen; mağdur, bu söz ve davranışları ciddiye almamış olabilir. Buna rağmen tehdit yine gerçekleşmiştir. Tehdidin gerçekleşip gerçekleşmemesi, muhatabı üzerinde etkili olup olmamasına bağlı tutulmamalıdır. Failin tehdit konusu tecavüzü gerçekleştirebilecek imkân ve iktidara gerçekte sahip olmamasının da bir önemi yoktur. Mağdur tehdit konusu tecavüzün ciddî olduğuna hile kullanılmak suretiyle inandırılmış olabilir. Fakat batıl inançlara dayanılarak bir kötülüğe maruz bırakılabileceği beyanıyla, bir kimse tehdit edilmiş olmaz. Tehdit konusu kötülük, mağdura değil de, bir üçüncü şahsa yönelik olabilir. Ancak, bu durumda mağdur ile üçüncü kişi arasında belli bir akrabalık, yakınlık ilişkisi mevcut olmalıdır⁸⁷.

⁸⁷ Bkz., TCK.m.106, Madde Gereğesi.

Son olarak belirtmek gerekir ki kişi, tehdit (korkutma) etkisi altında istemediği bir hukukî ilişkinin kurulması yönünde irade beyanı açıklamışsa, yaygın kanaate göre bu ilişki “*iptâl edilebilirlik – askıda geçersizlik*” yaptırımıyla sakat olacaktır⁸⁸.

İftira, hakkında soruşturma ve kovuşturma başlatılmasını ya da idari bir yaptırım uygulanmasını sağlamak için, bir kimseye (konumuz özelinde sosyal medya aracılığıyla) hukuka aykırı bir fiil isnat edilmesiyle oluşur⁸⁹. Zira bu isnadın yetkili makamlara ihbar veya şikâyette bulunmak suretiyle ya da basın ve *yayın* (sosyal medya dâhil sair kitle iletişim araçları) yoluyla yapılması gerekir. İftira suçunun konusunu hukuka aykırı fiil oluşturabilir. Bu fiilin suç oluşturması şart değildir. Disiplin yaptırımını veya başka bir idari yaptırımı gerekli kılan fiiller de bu suçun konusunu oluşturabilir. Kişiye isnat edilen fiil hiç işlenmemiş olabileceği gibi, kendisine isnatta bulunulan kişi tarafından işlenmemiş olabilir. Ayrıca kişi suç teşkil eden bir fiili işlemiş fakat bu suça ilişkin ihbar veya şikâyette bulunan, fiile, suç olarak niteliğini değiştirecek bazı eklemelerde bulunmuş da olabilir. Örneğin fiil, sahibinin bilgisi ve rızası dışında malını almaktan ibarettir. Ancak, bildirimde bulunan, bunun cebir veya tehditle işlendiği iddiasında bulunmuştur. Bu ilâve unsurlar açısından iftira suçu oluştuğunu kabul etmek gerekir. Son olarak isnadın belli bir kişiye yönelik

⁸⁸ Bkz., **Ayan**, Mehmet, Borçlar Hukuku – Genel Hükümler, Bası 11, Ankara 2016, s. 129 vd.; **Ataay**, Aytekin, Medenî Hukukun Genel Teorisi, Bası 3, İstanbul 1980, 333, 336 – 337; **Edis**, Seyfullah, Medenî Hukuka Giriş ve Başlangıç Hükümleri, Bası 2, Ankara 1983, s. 136; **Tekinay / Akman / Burcuoğlu / Altop**, Tekinay Borçlar Hukuku – Genel Hükümler, Bası 7, İstanbul 1993, s. 382.

⁸⁹ 4 HD. 07.06.2016, E.2016/6877 K.2016/7495, “...Dosya Kapsamından, dava dışı ..tarafından davacılaran ..hakkında uyuşturucu ticareti vb suçların şikayeti üzerine yapılan soruşturma sonunda 09.11.2009 gününde ..karar no’lu kovuşturmaya yer olmadığına karar verilmiştir. Yive davacı ..’un katılan sıfatıyla yer aldığı ..Esas ..Karar sayılı dosyası içeriğinden de, ..katılan ..’a internet ortamından katılanın işlemediğini bildiği hâlde uyuşturucu sattığından bahisle zincirleme şekilde suç isnadında bulunarak iftira suçunu işlediğinden bahisle verilen mahkumiyet kararının Yargıtay 9. Ceza Dairesi tarafından onanarak kesinleştiği anlaşılmaktadır. Dava konusu yayınlar ise Kovuşturmaya Yer Olmadığına dair karardan yaklaşık üç yıl sonra yapılmış olup, yeni bir olay ortaya çıkmadan iddialar gerçekmiş gibi internet yayını yapılması davacıların kişilik haklarını ihlâl etmiştir.”, (Kazancı Bilişim İçtihat Bankası).

olması gerekir. Bu kişinin ismi açıkça belirtilmese bile, yapılacak bir araştırma sonucunda kimliğinin belirlenebilir olması yeterlidir⁹⁰.

Sosyal medyada karşılaşılan diğer bir yaygın kişilik hakkı ihlâli türü, paylaşılan içeriklerle belirli bir kişinin yahut kişilerin **özel hayatlarının gizliliğine saldırı** şeklinde kendisini gösterir. Öyle ki sosyal medyada kişilerin, özel hayatlarına ilişkin eğlence mekânı, plaj, ev, parti gibi ortamlarda çekilmiş fotoğraflarını, videolarını ve sair görsel – işitsel kişisel verilerini paylaşmaları, bunların rıza dışında yahut verilen zımnî rızanın sınırlarının aşılması suretiyle istenmeyen kişilerce, reklâm amaçlı yahut muzır neşriyat niteliğindeki sitelerce yahut sair mecralarca ele geçirilmesi, kullanılması, yayınlanması yahut paylaşılması ve dolayısıyla kişilik haklarının ihlâli sonucunu doğurabilmektedir⁹¹.

Başkalarına ait yazılı, görsel ve işitsel verilerin, fotoğrafların, seslerin, film ve videoların, ev adresinin⁹² onun *rızası hilâfına* yahut verdiği *rızanın sınırları aşılarak* kaydedilmesi, kullanılması, çoğaltılması, yayınlanması, sosyal mecralarda paylaşılması kişilik hakkı ihlâli teşkil ettiği gibi, unsurlarının oluşması kaydıyla cezaî sorumluluk da doğurabilmektedir.

Kişinin, sosyal medyada yalnızca arkadaşları tarafından görülebilecek şekilde paylaştığı bir fotoğrafın ele geçirilerek, alenen kamuoyunun görebileceği tarzda yayınlanması yahut sair amaçlarla kullanılması örneğinde olduğu gibi, mağdurun verdiği rızanın sınırlarının aşılması durumunda özel hayatın gizliliğinin zedelenmesi ve dolayısıyla kişilik hakkının ihlâli söz konusu olmaktadır. Aynı şekilde kişinin özel hayatına ilişkin yazılı, görsel, işitsel ve sair verilerin onun tümüyle rızası hilâfına kaydedilmesi, kullanılması, yayınlanması da kişilik hakkına yönelik saldırı niteliğindedir⁹³. Hukuka aykırı yollarla elde

⁹⁰ Bkz., TCK.m.267, Madde Gerekeşi.

⁹¹ **Kaya**, (Elektronik), s. 189.

⁹² 4 HD. 26.11.2015, E.2014/16369 K.2015/13675, "...Bireyin ev adresi, özel hayat kapsamına giren kişisel bir veri veya bilgi olup bundan dolayı kendine tanınan korumadan yararlanacaktır. Davacının açık adresinin yayınlanmış olması, özel hayatın gizliliğini ihlal niteliğindedir.", (Kazancı Bilişim İçtihat Bankası).

⁹³ 4 HD. 10.05.2016, E.2015/5513 K.2016/6441, "...Dosya kapsamından davalı – karşı davacı ..'un karşı dava dilekçesinde, davacı – karşı davalının yasa dışı yollarla kendisine ait el yazması mektubu elde ettiğini, internet üzerinden casus programı

edilmiş, özellikle gizli çekim/ kayıt metoduyla ele geçirilen bu verilerin çoğunlukla “*tape*” adı altında sosyal medyada yayılması, paylaşılması, kullanılması ise hem hukukî hem de cezaî sorumluluğa yol açmaktadır⁹⁴. Bu gibi durumlar karşısında *özel hayatın gizliliğini ihlâl* yanı sıra, anılan fiil genellikle *haberleşmenin gizliliğini ihlâl* suçunu niteliği de taşımakta olduğundan, hem kişilik hakkının korunmasına ilişkin hükümlere hem de Türk Ceza Kanunu

“..” kullanarak elde ettiği cep telefonu mesajlarını kayda aldığını, bu kayıtların tarih ve içeriklerini değiştirerek mahkemeye delil olarak sunduğunu, kocası ile evlendikten sonra çekilen fotoğrafı mahkemeye sunduğunu, hakkında gazetelerde aldatan kadın olarak haber yapılmasını sağladığını, özel hayatın gizliliğinin ihlal edildiğini ve kişilik hakkının saldırıya uğradığını iddia ettiği, ancak mahkemece davalı – karşı davacının internet üzerinden casus programı “..” kullanarak cep telefonu mesajlarının kayda alınması, özel hayatın gizliliğinin ihlal edilmesi iddiaları ile ilgili herhangi bir inceleme yapılmadığı... anlaşılmaktadır. Mahkemece davacı tarafın bu iddiaları ile ilgili de inceleme ve değerlendirme yapılarak, oluşacak olan sonuca göre bir karar vermek gerekirken, yazılı biçimde karar verilmiş olması usul ve yasaya uygun olmadığından kararın bozulması gerekmektedir...”, (Kazancı Bilişim İçtihat Bankası).

- ⁹⁴ TCK.m.134 – **Özel Hayatın Gizliliğini İhlâl** “Kişilerin özel hayatının gizliliğini ihlal eden kimse, bir yıldan üç yıla kadar hapis veya adlî para cezası ile cezalandırılır. Gizliliğin görüntü veya seslerin kayda alınması suretiyle ihlal edilmesi halinde, verilecek ceza bir kat arttırılır (f.1). Kişilerin özel hayatına ilişkin görüntü veya sesleri hukuka aykırı olarak ifşa eden kimse iki yıldan beş yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. İfşa edilen bu verilerin basın ve yayın yoluyla yayımlanması halinde de aynı cezaya hükmolunur (f.2).” “Maddenin birinci fıkrası metninde, özel hayatın gizliliğinin ihlâlî suç olarak tanımlanmaktadır. Böylece, gizli yaşam alanına girerek veya başka suretle başkaları tarafından görülmesi mümkün olmayan bir özel yaşam olayının saptanması ve kaydedilmesi cezalandırılmaktadır. İkinci fıkrada, böylece elde edilen saptama ve kayıtlardan herhangi bir suretle yarar sağlanması veya bunların başkalarına verilmesi veya diğer kimselerin bilgi edinmelerinin temini veya basın ve yayın yoluyla açıklanması suçun ağırlaştırılmış şeklini oluşturmaktadır. Maddenin ikinci fıkrasında, kişinin özel hayatına ilişkin görüntü veya seslerin hukuka aykırı olarak ifşa edilmesi, ayrı bir suç olarak tanımlanmıştır. Bu görüntü veya sesler örneğin soruşturma kapsamında hukuka uygun bir şekilde kayda alınmış olabileceği gibi, birinci fıkrada tanımlanan suçun işlenmesi suretiyle elde edilmiş olabilir. İkinci fıkrada tanımlanan suç, elde edilmiş olan bu ses veya görüntü kayıtlarının ifşasıyla, yayılmasıyla, yani yetkisiz kişilerce öğrenilmesinin sağlanmasıyla oluşur. Bu ifşanın hukuka aykırı olması gerekir. Bu bakımdan özel hayata ilişkin kayıtların, savcılık veya mahkemeye verilmesi, duruşmada gösterilmesi ve dinlenmesi hâlinde, söz konusu suç oluşmayacaktır. İfşanın, basın ve yayın yoluyla yapılması, söz konusu suçun nitelikli unsuru olarak kabul edilmiştir.”, bkz., Madde Gereği, (*naklen*).

anlamında cezaî hükümlere müracaat edilebilmesine imkân bulunmaktadır⁹⁵. Kişinin gizli yazışmalarının, mesajlaşmalarının, elektronik postalarının bu yolla

⁹⁵ TCK.m.132 – **Haberleşmenin Gizliliğini İhlâl** “Kişiler arasındaki haberleşmenin gizliliğini ihlal eden kimse, bir yıldan üç yıla kadar hapis veya adlî para cezası ile cezalandırılır. Bu gizlilik ihlali haberleşme içeriklerinin kaydı suretiyle gerçekleşirse, verilecek ceza bir kat arttırılır (f.1). Kişiler arasındaki haberleşme içeriklerini hukuka aykırı olarak ifşa eden kimse, iki yıldan beş yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır (f.2). Kendisiyle yapılan haberleşmelerin içeriğini diğer tarafın rızası olmaksızın hukuka aykırı olarak alenen ifşa eden kişi, bir yıldan üç yıla kadar hapis veya adlî para cezası ile cezalandırılır. İfşa edilen bu verilerin basın ve yayın yoluyla yayımlanması halinde de aynı cezaya hükmolunur (f.3).”. “Madde metninde, kişiler arasındaki haberleşmenin gizliliğinin ihlâlî suç olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu suç, belirli kişiler arasındaki haberleşmenin içeriğinin öğrenilmesiyle işlenmektedir. Kişiler arasındaki haberleşmenin ne suretle yapıldığının suçun oluşumu açısından önemi yoktur. Bu haberleşme, örneğin mektupla, telefonla, telgrafla, elektronik posta yoluyla yapılabilir. Bu suç açısından önemli olan, haberleşmenin belirli kişiler arasında yapılmasıdır. Söz konusu suç, bu haberleşmenin tarafı olmayan kişi işleyebilir. Haberleşmenin gizliliğinin sadece dinlemek veya okumak suretiyle ihlâl edilmesi, bu suçun temel şeklini oluşturmaktadır. Ancak, bu gizlilik ihlâlinin, haberleşme içeriklerinin yani konuşulanların veya yazılanların kayda alınması suretiyle yapılması, bu suçun nitelikli şekli olarak tanımlanmıştır. Örneğin telefon konuşmalarının ses kayıt cihazıyla kayda alınması hâlinde, suçun bu nitelikli hâli gerçekleşmektedir. Kişiler arasındaki haberleşme içeriklerinin belli bir suça ilişkin soruşturma kapsamında Anayasa ve kanunların belirlediği koşullar çerçevesinde öğrenilmesinin veya kayda alınmasının hukuka uygun olduğu muhakkaktır. Maddenin ikinci fıkrasında, kişiler arasındaki haberleşme içeriklerinin hukuka aykırı olarak ifşa edilmesi, ayrı bir suç olarak tanımlanmıştır. Haberleşme içerikleri hukuka uygun bir şekilde veya birinci fıkrada tanımlanan suçun işlenmesi suretiyle öğrenilmiş olabilir. İkinci fıkrada tanımlanan suç, haberleşme içeriklerinin ifşasıyla, yayılmasıyla, yani yetkisiz kişilerce öğrenilmesinin sağlanmasıyla oluşur. Fıkra metninde bu ifşanın hukuka aykırı olması açıkça vurgulanmıştır. Bu bakımdan örneğin kişiler arasındaki telefon konuşmalarına ilişkin kayıtların, savcılık veya mahkemeye verilmesi, duruşmada açık bir şekilde dinlenmesi veya okunması hâlinde, söz konusu suç oluşmayacaktır. Buna karşılık, henüz soruşturma aşamasında iken, kişiler arasındaki konuşma içeriklerinin, hukuka uygun bir şekilde kayda alınmış olsalar bile, örneğin televizyonlarda veya gazetelerde yayınlanması hâlinde, bu suç oluşacaktır. Maddenin üçüncü fıkrasında, kişinin kendisiyle yapılan haberleşmelerin içeriğini diğer tarafın rızası olmaksızın alenen ifşa etmek suretiyle haberleşmenin gizliliğini ihlâl etmesi ayrı bir suç olarak tanımlanmıştır. Bu suçun oluşabilmesi için, ifşanın alenen yapılması gerekir. Bu bakımdan, örneğin kişi kendisine gönderilen mektubu gönderenin bilgisi ve rızası dışında bir başkasına

ele geçirilmesinde ve yayınlanmasında da aynı esaslar uygulanır. Belirtmek gerekir ki, kişinin özel olarak yazdığı diğer kişinin de haberleşmenin gizliliğini muhafaza etmek yönünde sır saklama yükümlülüğü bulunmaktadır. Bu nedenle, kişinin rızası olmaksızın yahut verdiği rızanın sınırları aşarak özel haberleşmenin, mesajlaşmanın, konuşmanın vs. depolanması ve özellikle yayılması, yayınlanması, kullanılması kişilik hakkının ihlâli sonucunu doğurur.

Kişilerin meslekî ve ticarî faaliyetlerini, ürettikleri mal ve hizmetleri ve iktisadî sair faaliyetlerini sosyal medya aracılığıyla sunmak, bunların reklamını ve pazarlamasını anılan mecralarda da yapmak gibi bir eğilim içerisinde oldukları aşikârdır. Bu gibi meslekî ve ticarî faaliyetlerin, *blog*larda, benzer şeyler satan sitelerde, ürüne yahut hizmete ilişkin sayfalarda ve sair sosyal medya mecralarında, meslekî faaliyetin zedelenmesi amacıyla haksız yere ve gerçek dışı bir şekilde kötülenmesi yahut meslek sırlarının bu yolla ifşası da **iktisadî bütünlüğe ve varlığa ilişkin saldırı** teşkil edeceğinden, bu gibi ihlâllere karşı kişilik hakkını koruyan hükümlere müracaat edilebilmesi mümkündür.

okutması hâlinde, bu suç oluşmayacaktır. Buna karşılık, mektubun gönderenin bilgisi ve rızası dışında alenen okunması, başkaları tarafından okunmasını temin için bir yere asılması veya basın ve yayın yolu ile yayınlanması hâlinde, söz konusu suç oluşacaktır. Dördüncü fıkrada, kişiler arasındaki haberleşmelerin içeriğinin basın ve yayın yolu ile yayınlanması hâlinde, ikinci veya üçüncü fıkralara göre verilecek cezanın belli oranda artırılması öngörülmüştür.”, bkz., Madde Gerekeçesi, (*naklen*). 4 HD. 10.03.2016 E.2015/4250 K.2016/3130, “...Dosya kapsamından; davacının yapmış olduğu özel bir konuşmanın yasadışı olarak kaydedildiği ve internette yayımlandığı anlaşılmaktadır. Davaya konu gazete haberinde de bu konuşmanın metni yayınlanmıştır. Davacının bilgisi dışında kaydedilen bu konuşmanın daha önce internette yayınlanmış olması, tek başına davalıların sorumluluğunu ortadan kaldırıci nitelikte değildir... Özel hayata ilişkin bu konuşmanın yayınlanmasında kamu yararı bulunduğundan da söz edilemez. Ayrıca olaya ilişkin ceza yargılamasında ..Asliye Ceza Mahkemesi tarafından verilen beraat kararı, Yargıtay 12. Ceza Dairesinin 2013/24729 Esas, 2014/11412 karar sayılı ilamı ile TCK.’nın 133/3 maddesindeki suçun olduğu gerekçesiyle bozulmuştur. Mahkemece açıklanan olgular gözetilerek, davaya konu yayın nedeniyle davacının özel hayatının gizliliğinin ihlal edildiği ve kişilik haklarının zarar gördüğü kabul edilmelidir...”, (Kazancı Bilişim İçtihat Bankası).

SONUÇ

Sosyal medyanın masrafsız oluşu, herkese açık ve herkes tarafından erişilebilir/ kullanılabilir oluşu ve kullanılması için özel bir teknik bilgi gerektirmemesi gibi özellikleri, beraberinde etik sorunları da getirmektedir. Amiyane tabiri ile “*ağzı olanın konuştuğu*” bu mecralarda, kullanıcıların da paylaşım sınırlarını net olarak çizememesi pek çok hak ve özellikle kişilik hakkı ihlâllerine yol açmaktadır.

Bu ihlâller genel olarak, kişilerin *hürriyet, şeref ve haysiyet, özel hayatın ve haberleşmenin gizliliği, ad, resim – ses ve özel hayata ilişkin sır çevresi, iktisadî hürriyet ve varlık, meslekî şeref ve haysiyet, meslekî sır çevresi* gibi kişisel değerlerine yönelik olarak şekillenmekte ve kimi durumlarda hukukî sorumluluğun yanı sıra cezaî sorumluluğa da yol açmaktadır.

Kişilik hakkının korunması bakımından gerek yasama faaliyeti ve yargı mercileri marifetiyle devlete gerekse servis sağlayıcılar ve yetkili denetim organlarına görev düşse de, bu yönde en büyük sorumluluğun kullanıcılarda olduğu unutulmamalıdır. Zira sosyal medya özelinde internete yüklenen hiçbir verinin tümüyle silinemeyeceği ve/ veya gizli kalacağı unutulmamalı, paylaşımlarda etik sınırlara ve mahrem alana ilişkin kişisel veri paylaşımlarında dikkatli olunmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akar**, Erkan: Sosyal Medya Pazarlaması – Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri, Ankara 2011.
- Akipek**, J. G. / **Akıntürk**, T. / **Akipek**, Jale G.: Türk Medenî Hukuku – Başlangıç Hükümleri – Şahsın Hukuku, C. 1, Ankara 1961.
- Arslan – Öncü**, Gülay: Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinde Özel Yaşamın Korunması Hakkı, İstanbul 2011.
- Ataay**, Aytekin: Medenî Hukukun Genel Teorisi, Bası 3, İstanbul 1980.
- Ateş – Karaman**, Derya: Türk Medenî Hukuku – Başlangıç Hükümleri – Kişiler Hukuku, C. 1, Bası 10, İstanbul 2013.
- Ayan M. / Ayan**, N.: Kişiler Hukuku, Bası 8, Ankara 2016.
- Ayan**, Mehmet: Borçlar Hukuku – Genel Hükümler, Bası 11, Ankara 2016.
- Babacan**, M. E. / **Haşlak**, İ / **Hira**, İ: Sosyal Medya ve Arap Baharı, Akademik İncelemeler Dergisi, C. 6, S. 2, 2011, s. 63 vd..
- Banko M. / Babaoğlan**, A. R.: Gezi Parkı Sürecine Dijital Vatandaşın Etkisi – Gezi Parkı Kitabı, İstanbul 2013.
- Baykan**, Metin: Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarında Basın Özgürlüğü, Ankara 2011.
- Body**, D. M. / **Ellison**, N.: Social Network Sites: Definition, History and Scholarship, Journal of Computer – Mediated Communication, Vol. 13, 2008, p. 210 vd..
- Brunty**, J. / **Helenek**, K.: Social Media Investigations of Law Enforcement, Massachusetts 2013.
- Constantinides**, E. / **Fountain** S. J.: Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, Vol. 9, 2008, p. 231 vd..
- DeLuca**, K. M. / **Lawson**, S. / **Sun**, Y.: Occupy Wall Street on the Public Screens of Social Media: The Many Framings of the Birth of a Protest Movement, Communication, Culture & Critique, Vol. 5, Issue 4, p. 483 vd..

- Drury G.:** Opinion Piece: Social Media: Should Marketers Engage and How Can It be Done Effectively?, *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, Vol. 9, 2008, p. 274 vd..
- Dural, M. / Ögüz, T.:** Türk Özel Hukuku – Kişiler Hukuku, C. 2, Bası 8, İstanbul 2006.
- Dural, Mustafa:** Türk Medenî Hukukunda Gerçek Kişiler, Bası 4, İstanbul 1995.
- Edis, Seyfullah:** Medenî Hukuka Giriş ve Başlangıç Hükümleri, Bası 2, Ankara 1983.
- Fırat, Muhammed S.:** Hukuk Devleti Açısından İnternette İnsan Hakkı ve Kişilik Haklarına Saldırı Sorunu, *HHFD.*, C. 5, S. 2, 2015, s.
- Gladwin, T. N. / Kennelly, J. J. / Krause, T. S.:** Shifting Paradigms for Sustainable Development Implications for Management Theory and Research, *Academy of Management Review*, Vol. 20, Issue 4, 1995, p. 874 vd..
- Goffman, Erving:** Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu (Çev. **Cezar, Barış**), İstanbul 2009.
- Gözler, Kemal:** Kişilik Haklarını İhlâl Eden Yayınların Kaldırılması Usulü ve İfade Hürriyeti – 5651 Sayılı Kanunun 9’uncu Maddesinin İfade Hürriyeti Açısından Değerlendirilmesi, *Rona Aybay’a Armağan*, C. 1, 2014, s. 1060 vd..
- Gürkan, Ülker:** Kişilik Kavramının Evrimi, Prof. Dr. Hâmide Topçuoğlu’na Armağan, Ankara 1995, s. 39 vd.
- Gürsakal, Necmi:** Sosyal Ağ Analizi, Bursa 2009.
- Heinonen, K.:** Customer Activity in Social Media: Managerial Approachers to Consumers’ Social Media Behavior, *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 10, 2011, p. 356 vd..
- Helvacı, Serap:** Türk ve İsviçre Hukuklarında Kişilik Hakkını Koruyucu Davalar, İstanbul 2001.
- Hoffman, D. L. / Fodor, M.:** Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing, *MIT Sloan Management*, Vol. 52, Issue 1, 2010, p. 41 vd..
- İmre, Zahit:** Medenî Hukuka Giriş, Bası 3, İstanbul 1980.

- İmre**, Zahit: Şahsiyet Haklarının Şahsın Özel Hayatının ve Gizliliklerinin Korunmasına İlişkin Meseleler, İÜHFMD., C. 39, S. 1 – 4, s. 147 vd (Meseleler).
- İşgüzar**, Hasan: Kişilik Hakkının İhlâli Nedeniyle Manevî Tazminat Davasının Şartları, ABD., Yıl 47, S. 1990/6, s. 855 vd..
- Kaplan**, Andreas M., / **Haenlein**, M.: Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, Business Horizons, Vol. 53, Issue 1, 2010, p. 59 vd..
- Kara**, Tolga: Sosyal Medya Endüstrisi, Bası 1, İstanbul 2013.
- Karadeniz – Çelebicin**, Özcan: Roma Hukuku, Bası 16, Ankara 2013.
- Kaya**, Mine: Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali, Türkiye Barolar Birliği Dergisi, Cilt 119, 2015, s. 277 vd., (Medya).
- Kaya**, Mine: Elektronik Ortamda Kişilik Hakkının Korunması, Ankara 2015 (Elektronik).
- Kılıçoğlu**, Ahmet: Şeref Haysiyet ve Özel Yaşama Basın Yoluyla Saldırlardan Hukuksal Sorumluluk, Bası 4, Ankara 2013.
- Kırık**, Ali M.: Arap Baharında Sosyal Medya – Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm, 21.Yüzyılda Eğitim ve Toplum, C. 1, S. 2, 2012, s. 87 vd..
- Kietzmann**, J. H. / **Hermkens**, K. / **Koçak**, Gizem N.: Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de Bir Uygulama, Eskişehir 2012 (Yayınlanmamış Doktora Tezi).
- Korkmaz**, Ali: Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü, International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges, 2012, s. 2147 vd..
- Köprülü**, Bülent: Medenî Hukuk, Bası 2, İstanbul 1984.
- Köseoğlu**, Y. / **Al**, H.: Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya, Akademik İncelemeler Dergisi, C. 8, S. 3, 2013, s. 112 vd..
- Lietsala**, K. / **Sirkkunen**, E.: **Social Media**, Tampere 2008.
- Mayfield**, Antony: What Is Social Media, United Kingdom 2010.

- McCarthy, I. P. / Silvestre, B. S.:** Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks of Social Media, Business Horizons, Vol. 54, Issue 3, 2011, p.
- Miller, R. / Lammas, N.:** Social Media and It's Implications for Viral Marketing, Asia Pasific Relations Journal, Vol. 11, 2011, p. 1 vd..
- Neti, S.:** Social Media and It's Role in Marketing, International Journal of Enterprise Computing and Business Systems, Vol. 1, Issue 2, 2011, p. 1 vd..
- O'Reilly, Tim:** What Is Web 2.0 – Design Patterns and BusinessModels for The Next Generation, CA, 2005.
- Oğuzman, M. K. / Seliçi, Ö. / Oktay – Özdemir, S.:** Kişiler Hukuku – Gerçek ve Tüzel Kişiler, Bası 12, İstanbul 2000.
- Öğüç, Ç. / Kasap, F.:** İnternet Yayıncılığında Etik Yaklaşımlar: Özel Hayatın Gizliliği, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, C. 8, S. 37, 2015, s. 964 vd..
- Öngören, Gürsel:** TV ve Radyoda Kişilik Haklarına Saldırılarına Karşı Hukukî Başvuru Yolları, İstanbul 1995.
- Özata, Fatma Z.:** Sosyal Medya Platformları, Dijital İletişim ve Yeni Medya (Ed. Öztürk, Mesude C.), Eskişehir 2013.
- Özsunay, Ergun:** Gerçek Kişilerin Hukuki Durumu, Bası 5, İstanbul 1982.
- Parlak – Börü, Şafak:** Fotoğraf Üzerindeki Haklar, Ankara 2013.
- Patino, A. / Pitta, D. A. / Quinones, R.:** Social Media's Emerging Importance in Market Research, Journal of Consumer Marketing, Vol. 29, Issue 3, 2012, p. 233 vd..
- Sanlav, Ümit:** Sosyal Medya Savaşları, Bası 1, İstanbul 2014.
- Shirky, Clay:** The Political Power of Social Media, Foreign Affairs, Vol. 9, Issue 1, p. 28 vd..
- Sırabaşı, Volkan:** İnternet ve Radyo Televizyon Aracılığı ile Kişilik Haklarına Tecavüz, Ankara 2007.
- Sütçü, C. S. / Düvenci, A. / AYTEKİN, Ç.:** Türkiye'deki Siyasal Yaşamda Sosyal Medya: Siyasi Partilerin Kullanım Düzeylerine İlişkin Bir Araştırma,

- Yeni Medyada Demokrasi – Sosyal Medyaya Dair Araştırmalar (Ed. **Algül**, And / **Üçer**, Neda), Konya 2013, s. 165 vd..
- Szajkowski**, Bogdan: Social Media Tools and The Arab Revolts, Alternative Politics, Vol. 3, Nmb. 3, 201, p. 420 vd..
- Şen**, Ersan: Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması, İstanbul 1996.
- Tandoğan**, N. Haluk: Şahsiyetin Akit Dışı İhlâllere Karşı Korunmasının İşleyiş Tarzı ve Basın Yoluyla Olan İhlâllere Karşı Özel Hayatın Korunması, AÜHFD., C. 20, S. 14, s. 1 vd..
- Tekinay / Akman / Burcuoğlu / Altop**: Tekinay Borçlar Hukuku – Genel Hükümler, Bası 7, İstanbul 1993.
- Tekinay**, Selâhattin S.: Medenî Hukuka Giriş Dersleri, Bası 5, İstanbul 1987.
- Tekşen**, Mustafa: Ticarî Sır, Bankacılık Sırrı veya Müşteri Sırrı Niteliğindeki Bilgi veya Belgelerin Açıklanması Suçu, Ankara 2012.
- Thurlow**, C. / **Lengel**, L. / **Tomic** A.: Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet, London 2004.
- Türk**, Gül D.: Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri, Inet-Tr'13, XVIII Türkite'de İnternet Konferansı, 9 – 11 Aralık 2013, s. 55 vd.
- Velidedeöğlu**, Hıfzı V.: Türk Medenî Hukuku – Şahsın Hukuku, C. 1, Bası 5, İstanbul 1956.
- Vural**, Z. B. Akıncı / **Bat**, Mikail: Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yasar University, Vol. 20, Issue 5, 2010, p. 3348 vd..
- Weinberg**, T. / **Ladwig**, W. / **Pahrmann**, C.: Social Media Marketing, O'Reilly 2012, p. 6 vd..
- Yegen**, Ceren: Demokratik ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya, AÜSBD., C. 1, S. 2, 2013, s. 119-135.
- Zevkliler**, A. / **Acabey**, M. B. / **Gökyayla**, E.: Zevkliler Medenî Hukuk, Bası 6, Ankara 1999.

İNTERNET KAYNAKLARI

www.ab.org.tr
www.acarindex.com
www.bilgihanem.com
www.blog.isimtescil.net
www.iletisimvediplomasi.com
www.sosyaliletisim.blogspot.com.tr
www.sosyalsosyal.com
www.tbmm.gov.tr

DİĞER KAYNAKLAR

Çetin, Erol, Açıklamalı ve İçtihatlı Basın Kanunu, Ankara 1999.
Kazancı Bilişim İçtihat Bankası
UYAP. Hâkim – Savcı İçtihat Portalı
Wikipedia Online Encyclopedi

KISALTMALAR

a.g.e.	: Adı geçen eser
ABD.	: Ankara Barosu Dergisi
AIDS.	: Acquired Immune Deficiency Syndrome (Edinilmiş Bağışıklık Eksikliği Sendromu)
AİHS.	: Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi
AÜHFD.	: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
AY.	: 2709 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasası
Bkz.	: Bakınız
C.	: Cilt
CD.	: Yargıtay Ceza Dairesi
CGK.	: Yargıtay Ceza Genel Kurulu
Çev.	: Çeviren
dn.	: Dipnot
E.	: Esas
E.T.	: Erişim tarihi
Ed.	: Editör
f.	: Fıkra
FSEK.	: 7981 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
HD.	: Yargıtay Hukuk Dairesi
HGK.	: Yargıtay Hukuk Genel Kurulu
HHFD.	: Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi
İHEB.	: İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi
İÜHFM.	: İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası
K.	: Karar
Karş.	: Karşı görüş
MAÜSBD.	: Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Nmb.	: Number
No:	: Numara

p.	: Page
s.	: Sayfa
S.	: Sayı
TBK.	: 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TCK.	: 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu
TDK.	: Türk Dil Kurumu
TMK.	: 4721 sayılı Türk Medenî Kanunu
TV.	: Televizyon
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve devamı
Vol.	: Volume