



3 Temmuz 2020

Seçili Ülke Örneklerinde Sosyal Medya Şirketlerinin Yasal Yükümlülükleri

İnternet ve sosyal medyanın dünya çapında giderek artan etkinliği ile birlikte bu platformlarda paylaşılan içeriklerin hukuki statüsüne yönelik tartışmalar başlamış ve bu doğrultuda gerek parlamento faaliyetleri gerekse mevzuata ilişkin gelişmeler gözlenmiştir. Sosyal medyanın tanımı, sosyal medya şirketlerinin yasal yükümlülükleri ve kendi platformlarında paylaşılan içeriklere dair şirketlerin sorumlulukları göz önünde bulundurularak bu yeni durumun nasıl ele alınacağı çeşitli açılardan sorgulanmıştır. Bu çalışmada, açık kaynaklar ve ECPRD¹ veri tabanı üzerinden yapılan taramada ele alınan Avrupa² ve ABD örneklerine bakıldığında, incelenen ülkelerin çoğunun sosyal medya ile ilgili faaliyet gösteren şirketlere özel bir düzenleme yapmadığı, bunun yerine bu platformlardaki içeriklerin yasal denetimi açısından kendi ceza kanunlarını, iletişim kanunlarını ve diğer ilgili iç hukuk mevzuatını kıstas aldıkları görülmüştür.³ Bununla birlikte, istisnai olarak sosyal ağlara özel ihdas edilmiş yasal düzenlemelere ya da bu konuyu merkeze oturtan parlamento faaliyetlerine de rastlanmıştır.⁴ Bu doğrultuda, çalışmada

¹ Avrupa Parlamentosu Araştırma ve Dokümantasyon Merkezi [*The European Centre for Parliamentary Research and Documentation* (ECPRD)] parlamento araştırma merkezleri arasında bilgi ve deneyim alışverişinde bulunmak amacıyla oluşturulmuş ve TBMM Araştırma Merkezinin (Araştırma Hizmetleri Başkanlığının) de üyesi olduğu bir kuruluştur. ECPRD hakkında daha fazla bilgi için bkz. ECPRD İnternet Sitesi, <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/public/page/about>

² Avrupa Birliği üyeleri üzerinde bağlayıcı olan, kişisel verilerin elde edilmesi ile paylaşılması gibi konuları içeren, ayrıca teknoloji şirketlerinin statüsü ve yükümlülüklerine değinen 27 Nisan 2016 tarih ve 2016/679 sayılı Genel Veri Koruma Tüzüğü (*General Data Protection Regulation*) yürürlüktedir. Ayrıca 2000/31/EC (Bilgi Servisleri ile Elektronik Ticaret hakkında) ve 2010/13/EU (Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri hakkında) sayılı direktifler de konuyla ilgili diğer düzenleyici belgelerdir. Birliğe üye ülkelerin konuya yönelik düzenlemelerine temel teşkil eden Tüzüğün tam metni için bkz. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>. Bunlara ek olarak Avrupa Komisyonu tarafından 2018'de hazırlanan ve sosyal medyada dezenformasyonun yayılmasını önlemeyi amaçlayan bir Davranış Kodu (*Code of Practice*) da mevcuttur. Kodun tam metni için bkz. https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=54454

³ ECPRD, "Spreading hatred and incitement to violence through social networks" (Sosyal Ağlar Yoluyla Nefret Yayımk ve Şiddete Teşvik Etmek), Hırvatistan Parlamentosu Tarafından Hazırlanan Final Summary, Talep No: 3431, 15 Eylül 2017, Erişim: 23.04.2020 (Sınırlı Erişim), <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/private/request-details/274758>

⁴ Avrupa Birliği bağlamında dijital platformların düzenlenmesi adına Dijital Hizmetler Kanunu (*Digital Services Act*) güncel dönem itibarıyla hazırlık aşamasındadır. Kanunla ilgili temel bilgiler için bkz. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package>. İlaveten, Avrupa Komisyonu tarafından Avrupa Parlamentosuna sunulan ve çevrimiçi platformlardaki terör içerikli paylaşımların 1 saat içerisinde kaldırılmasına ve uyumlu hareket etmeyen servis sağlayıcılara, yıllık cirolarının %4'üne kadar bir para cezası verilebilmesine dair bir yasal yükümlülük getirmeyi amaçlayan tasarı ise halen görüşülmektedir. Tasarıyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649326/EPRS_BRI\(2020\)649326_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649326/EPRS_BRI(2020)649326_EN.pdf)

sosyal medya şirketlerinin yasal yükümlülüklerini yeni ve ayrı bir husus olarak ele alıp inceleyen Almanya, Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Fransa ve İngiltere örnekleri üzerinde durulmuştur. Çalışmada bu dört ülke örneğinde görülen ve çeşitli sebeplerle (ör. yalan haberlerle (*fake news*) mücadele, nefret söylemlerinin düzenlenmesi, şiddet içerikli paylaşımların engellenmesi ve seçim süreçlerinin salahiyyetinin sağlanması vb.) yasama ve yürütme faaliyetleri kapsamında getirilen düzenleme ve öneriler incelenmiştir.

1. Almanya

2016 yılının Aralık ayında Almanya Federal Meclisi (*Bundestag*) Araştırma Hizmetleri Birimi sosyal medyadaki zararlı içeriklerin yayılmasına ilişkin bir rapor hazırlamış, rapora konuya dair reform önerilerini eklemiştir. Bu raporun hazırlanmasında Almanya'daki siyasetçiler hakkındaki yalan içerikli Facebook paylaşımları ve ABD ile İngiltere'deki siyasi süreçler etkili olmuştur.⁵ Benzeri bir durumun Almanya'da 2017 yılı Federal Meclis seçimlerinde yaşanmaması için olası çözüm yolları aranmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda 1 Ekim 2017 itibarıyla Almanya'da Sosyal Ağların Düzenlenmesi Kanunu (*Netzwerkdurchsetzungsgesetz*) yürürlüğe girmiştir. Bu Kanunun asıl amacı sosyal ağlardaki nefret söylemi ve yalan haberlerle mücadele etmek, sosyal ağ platformlarını hesap verebilir hale getirmek ve gerekli hallerde platformlara cezai müeyyide uygulamaktır. Kanunun gerekçesinde belirtildiği üzere, sosyal ağlarda karşılaşılan yalan haberlerle mücadele bir numaralı öncelik olarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla sosyal ağlardaki suç unsuru barındıran nefret, istismar, hakaret ya da kamu düzenini sekteye uğratan içeriklerin platformun kendisi tarafından kaldırılmasını yasal sorumluluk çerçevesine alan bir düzenlemenin gerekliliğine vurgu yapılmıştır.⁶

Kanun yalnızca, Almanya'da iki milyon ya da daha fazla kayıtlı kullanıcıya sahip sosyal ağlara uygulanabilmektedir. Sosyal medya ağları, "kâr elde etmek amacıyla çevrimiçi platformları işleten ve kullanıcıların diğerleriyle içerik paylaşabildiği ya da bu içeriği kamusal olarak görünür hale getirebildiği telemedya servis sağlayıcıları" olarak tanımlanmıştır.⁷

Bu Kanun uyarınca sosyal medya şirketleri açıkça yasa dışı olan içerikleri, şikâyet gelmesinin üzerinden en geç 24 saat sonra kaldırmalıdır.⁸ Şayet mevzu bahis içeriğin yasa dışılığı ihtilafli ise, sosyal ağa bu durumu soruşturması için yedi gün süre verilmiştir. Bu yedi günlük süre, doğrulama sürecinde ek verilerin gerekmesi halinde uzatılabilir. Yasa dışılığın

⁵ Law Library of Congress, *Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries*, 2019, s. 33, Erişim: 21.04.2020, <https://www.loc.gov/law/help/fake-news/counter-fake-news.pdf>

⁶ Law Library of Congress, *Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries*, s. 33.

⁷ Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, *Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks*, 12 Nisan 2017, b.1/m.1, Erişim: 23.04.2020,

https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2

⁸ ECPRD, "Legislation on defamation and disinformation and procedures to register an online media company" (Hakaret ve Dezenformasyon ile İlgili Mevzuat ve Bir Çevrimiçi Medya Şirketinin Tescil Prosedürleri), Bilgi Talebine Almanya Federal Meclisinin Cevabı, Talep No: 4193, 27 Kasım 2019, Erişim: 22.04.2020 (Sınırlı Erişim), <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/private/request-details/473141>

tanımlanmasında Kanunun baz aldığı düzenleme ise Ceza Kanununun ilgili maddeleridir. Bu maddelerde özellikle Anayasaya aykırı örgütlerin propagandası ve sembollerinin yayılması, devleti müşkül duruma sokacak ciddi bir şiddet tehdidinin teşvik edilmesi, ihanete varan sahtecilik, nefrete, hakarete veya suça yönelten beyanlarda bulunma gibi hususlar yasa dışılığa temel kabul edilmiştir.⁹

Sosyal medya platformları, kullanıcılarına şeffaf bir şikâyet mekanizması sunmakla yükümlü kılınmışlardır. Bu doğrultuda sosyal medya platformları bünyesinde şikâyet sürecini yönetecek bir denetim organının kurulması şart koşulmuştur.¹⁰ Platformun şikâyetlere verdiği olumlu ya da olumsuz kararlar, gerekçeleri ile birlikte gecikme olmaksızın şikâyet sahibine ve etkilenen kullanıcıya bildirilmelidir. Şikâyetle bulunabilecek kişiler Kanunda açıkça belirtilmemiş olup Kanunun amacı doğrultusunda, bu kişilerin vatandaşlar, sivil toplum kuruluşları ve diğer şikâyet organlarını içerdiği düşünülmektedir.¹¹ Bu kanallardan alınan her şikâyet belgelenmelidir.¹² Bir takvim yılında, yasa dışı içeriklere dair 100'den fazla şikâyet alan platformların yılda iki kez Almanca rapor hazırlamaları ve bu rapordaki şikâyetleri nasıl ele aldıklarını ayrıntılı biçimde belirtmeleri gerekmektedir.¹³ Rapor, Resmi Gazetede ve herkesin ulaşabileceği şekilde sosyal medya şirketinin resmi sayfasında, her altı aylık dönemin ardından bir ay sonra yayımlanmalıdır. Raporda şikâyet sayıları, şikâyetleri inceleyen çalışanların sayısı ve niteliği, bir içeriğin silinmesine neden olan şikâyetlerin sayısı, karar verme kriterleri ve içeriğin silinmesinin ne kadar sürede gerçekleştiği gibi bilgilere de detaylı bir şekilde yer verilmelidir.

Sosyal ağ sağlayıcıları, Almanya özelinde bir servis merkezi ile bu merkeze bağlı bir yetkili tayin etmeli ve buna ilişkin irtibat bilgilerini kendi platformlarında kolaylıkla erişilebilir hale getirmelidir. Yasa dışı içeriklere yönelik bildirimler ülke içindeki bu yetkiliye yapılacak, bir bilgi talebine yanıt vermesi için yetkiliye 48 saat süre tanınacak ve mahkeme süreçlerinin işleyişinde de herhangi bir belge alışverişi için yetkilinin adresi muhatap alınacaktır.¹⁴

⁹ Law Library of Congress, *Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries*, s. 33.

¹⁰ Dülger, M. V., Oğlakcioğlu, M. T., "Alman Sosyal Ağlarda Hukuk Uygulamasının İyileştirilmesi Hakkında Kanuna İlişkin Değerlendirme", *Ceza Hukuku Dergisi*, C: 13, S: 37, Ağustos 2018, s. 100.

¹¹ Dülger, M. V., Oğlakcioğlu, M. T., "Alman Sosyal Ağlarda Hukuk Uygulamasının İyileştirilmesi Hakkında Kanuna İlişkin Değerlendirme", s. 99.

¹² Dülger, M. V., Oğlakcioğlu, M. T., "Alman Sosyal Ağlarda Hukuk Uygulamasının İyileştirilmesi Hakkında Kanuna İlişkin Değerlendirme", s. 98.

¹³ Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, *Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks*, b.1/m.1.

¹⁴ ECPRD, "Spreading hatred and incitement to violence through social networks - UPDATE" (Sosyal Ağlar Yoluyla Nefret Yayımlamak ve Şiddete Teşvik Etmek - GÜNCELLEME), Bilgi Talebine Almanya Federal Meclisinin Cevabı, Talep No: 3598, 24 Ocak 2018, Erişim: 24.04.2020 (Sınırlı Erişim), <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/private/request-details/303568>

Yukarıda sıralanan bu yükümlülüklerini kasten ya da taksirle yerine getirmeyen sosyal medya şirketlerine 50 milyon avroya varan para cezası verilebilir.¹⁵ Adalet Bakanlığı bir sosyal medya şirketine ceza vermek istiyorsa (silinmeyen bir içeriğin yasa dışı olduğuna kanaat getirdiğinden), öncelikli olarak bir mahkeme kararı gerekmektedir. Mahkeme kararı nihaidir ve Bakanlık üzerinde bağlayıcıdır.

Yalan haber bağlamında ayrıca, Ceza Kanununda bir kimseye ilişkin aslı olmayan, doğrulanamayacak veya açıkça yalan haber yapmanın cezalandırılabilceği öngörülmüştür. Bir fiilin bu suç kapsamına girebilmesi için nesnesi olan kişiyi karalayabilme kapasitesinin olması ya da o kişi hakkında kamuoyunu olumsuz yönde etkileyebilmesi gerekmektedir.¹⁶ Bu suç için belirlenmiş ceza azami bir yıllık hapis ya da para cezası; suçun kamuya açık bir şekilde gerçekleşmesi halinde azami iki yıllık hapis ya da para cezasıdır. Suç şayet kasten işlenmişse azami iki yıllık hapis ya da para cezası; kasıtlı fiil kamuya açık bir şekilde, bir toplantıda gerçekleşmişse veya yazılı materyalin dağıtılmasını içeriyorsa azami beş yıllık hapis ya da para cezası ile cezalandırılır. Bu suç bir siyasetçiye karşı, siyasetçinin kamusal faaliyetlerini yürütmesini zorlaştıracak bir şekilde işlenmişse öngörülen ceza üç aydan beş yıla kadar hapis cezasıdır. Sosyal medya platformları genellikle bu bağlamda -paylaşımların kapalı gruplarda gerçekleşme durumları hariç- kamuya açık alanlar olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal Ağların Düzenlenmesi Kanununun yürürlüğe girdiği ilk altı ayda, Facebook gelen şikâyete tabi içeriklerin %21,2'sini, YouTube %27,1'ini, Google+ %46,1'ini ve Twitter ise %10,8'ini kaldırmıştır.¹⁷ Güncel bir gelişme olarak 19 Şubat 2020'de Federal Hükümet tarafından, özellikle aşırı sağ ve nefret suçları ile mücadeleyi güçlendirmek adına sosyal ağlara ilişkin Kanunun kapsamını genişletecek bir taslak Federal Meclise sunulmuş, bu taslak 18 Haziran 2020'de Federal Mecliste kabul edilmiştir. Kabul edilen düzenleme üst meclis olan Federal Konseye gönderilmiş olup 3 Temmuz 2020 tarihinde Federal Konsey genel kurulunda görüşülecektir. Federal Konsey hukuk komisyonu tarafından bu haliyle kabulüne dair tavsiye kararı genel kurula iletilmiştir.¹⁸ Düzenleme uyarınca sosyal medya şirketleri artık yasa dışı içeriği kaldırmakla kalmayacak, bu durumu Federal Kriminal Polis Dairesine (*Bundeskriminalamt*) bildirme yükümlülüğü altına da gireceklerdir. Bildirilmesi gereken içerikler; propagandanın yayılması, ciddi şiddet içerikli eylemlere hazırlık, şiddete teşvik ve şiddetin tasvir edilmesi, suçun ödüllendirilmesi ve onaylanması ya da çocuk pornografisi

¹⁵ Sosyal medya şirketlerine uygulanacak para cezalarının tespit edilmesine yönelik 2018 yılı Mart ayında Adalet Bakanlığı tarafından bir kılavuz yayımlanmıştır. Kılavuzla ilgili detaylı bilgi için bkz.

https://www.bmjb.de/SharedDocs/Downloads/DE/Themen/Fokusthemen/NetzDG_Bu%C3%9Fgeldleitlinien_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2

¹⁶ ECPRD, 4193 Nolu Bilgi Talebine Almanya Federal Meclisinin Cevabı.

¹⁷ Jones, K., *Online Disinformation and Political Discourse – Applying a Human Rights Framework*, 2019, s. 23, Erişim: 22.04.2020, <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/2019-11-05-Online-Disinformation-Human-Rights.pdf>

¹⁸ Bundesrat, "Gesetzesbeschlüsse des Bundestages: Hasskriminalität", 24.06.2020, Erişim: 03.07.2020, https://www.bundesrat.de/DE/plenum/bundesrat-kompakt/20/992/992-pk.html?nn=4352766&cms_selectedTab=section-19#section-19

kayıtlarının yayılması suçlarına konu olmalıdır.¹⁹ Getirilen yenilikler arasında polise yasa dışı paylaşımın içeriği ile birlikte içeriği kamuya intikal ettiren ya da en son paylaşan kullanıcının IP adresi ve bağlantı noktası numarasının verilmesi de vardır.²⁰ Ayrıca 1 Nisan 2020’de Federal Hükümet hazırladığı bir başka kanun taslağı ile sosyal medya kullanıcılarının haklarını güçlendirmeye ve sosyal ağların şeffaflığını artırmaya çalışmaktadır.

2. Amerika Birleşik Devletleri

ABD Anayasasında yapılan birinci değişiklik (*First Amendment*) kapsamında ifade özgürlüğü garanti altına alınmış ve buna yönelik kuvvetli bir saygı ve koruma kültürü geliştirilmiştir.²¹ Teknoloji şirketleri ABD’de serbest rekabet ortamı içerisinde kendilerine katı yasal yükümlülükler uygulanmaksızın faaliyetlerini yürütmektedir. Sosyal medya şirketleri, özellikle 1996 tarihli İletişim Uygunluk Kanunu’nun (*Communications Decency Act*) 230. maddesi (*section 230*) uyarınca, internet platformlarının yayıncı olarak değerlendirilmemesi gerektiği şeklinde yorumlanan hükmü nedeniyle kendi platformlarında üçüncü kişilerce yayımlanan içerikle ilgili herhangi bir sorumluluğa sahip olarak görülmemiştir.²² Şirketlerin kapsamlı bir şekilde yasal olarak sorumlu tutulmalarına ilişkin büyük çapta herhangi bir adım da atılmamıştır. Öte yandan 2017 yılının Ekim ayında Mark Warner, Amy Klobuchar ve John McCain gibi senatörler Dürüst Reklamlar Kanunu (*Honest Ads Act*) teklifini Kongreye sunmuşlar ve bu kanun teklifi uyarınca aylık en az 50 milyon görüntülenme sayısına sahip dijital platformların seçim reklamlarını şeffaf hale getirmelerini istemişlerdir. Temsilciler Meclisinde de bunun muadili sayılabilecek bir teklif sunulmuş fakat bunların hiçbiri kanunlaşmamıştır. 2019 yılının Mayıs ayında bu teklifler yeniden sunulmuştur.²³

ABD Kongresinde birçok dinleme toplantısı (*hearing*) yapılarak çevrimiçi zararlı içeriklere, özellikle de dezenformasyon ve yalan haberlere ilişkin muhtelif araştırma ve soruşturma faaliyetleri yürütülmektedir. Bunların konuları arasında Rusya’nın 2016 ABD başkanlık seçimlerine müdahale ettiği iddiaları, kişisel verilerin açık rıza alınmaksızın siyaset kampanyalarında mikro hedefleme yöntemiyle²⁴ reklamlama için kullanıldığını açığa çıkaran Cambridge Analytica skandalı ve dijital çağda sosyal medya platformlarının siyasi ve iktisadi

¹⁹ Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, *RegE: Entwurf eines Gesetzes zur Bekämpfung des Rechtsextremismus und der Hasskriminalität*, 19 Şubat 2020, s. 12-13, Erişim: 23.04.2020, https://www.bmfv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RegE_Bekaempfung_Hasskriminalitaet.pdf

²⁰ Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, *RegE: Entwurf eines Gesetzes zur Bekämpfung des Rechtsextremismus und der Hasskriminalität*, s. 13.

²¹ Jones, K., *Online Disinformation and Political Discourse – Applying a Human Rights Framework*, s. 19.

²² Columbia University, “Communications Decency Act”, Section 230, Erişim: 02.07.2020, <http://www.columbia.edu/~mr2651/ecommerce3/2nd/statutes/CommunicationsDecencyAct.pdf>

²³ Jones, K., *Online Disinformation and Political Discourse – Applying a Human Rights Framework*, s. 19.

²⁴ Mikro hedefleme (*microtargeting*) yöntemi ile bireylerin yaşam tarzı, beğeni, değer ve internet üzerindeki dolaşım alışkanlıkları baz alınarak, her birine ayrı reklamlarla hitap edilmesi kast edilmektedir. Bu yöntemin siyasette kullanılmasına dair özellikle 2016 ABD başkanlık seçimleri ve Brexit referandumu öne çıkmaktadır.

gücü vardır.²⁵ ABD Senatosu İstihbarat Komisyonunun talebi doğrultusunda seçimlere Rusya'nın müdahalesi ve bu bağlamda Facebook, Twitter ve Alphabet gibi şirketlerin kişisel veri kullanımına ilişkin sorumluluğu irdelenmiş, New Knowledge adlı düşünce kuruluşu tarafından kapsamlı bir rapor hazırlanmıştır.²⁶ 2017 Kasım ayından bu yana da Facebook ve Google gibi önde gelen teknoloji şirketlerinin yetkilileri (buna Facebook CEO'su Mark Zuckerberg de dâhil olmak üzere) Kongrenin muhtelif komisyonlarında dinleme toplantısına alınmışlardır.²⁷ 24 Temmuz 2019'da Federal Ticaret Komitesi (*Federal Trade Commission*) Facebook'a kişisel verilerin uygunsuz kullanımı nedeniyle 5 milyar dolar para cezası vermiş, bunun yanında da platforma kişisel verilerin kullanımı konusunda yeni kısıtlamalar getirmiştir.²⁸

2019 yılının Ocak ayında New York Başsavcısı tarafından sahte hesaplar açarak sosyal medyada kâr elde etmeye çalışan bir şirket hakkında soruşturma başlatılmış ve bunun sonucunda sahte hesaplar yoluyla yürütülen sosyal medya aktivitesinin yasa dışı olduğuna hükmedilerek, bu konuya dair ilk emsal ortaya konulmuştur.²⁹

Sosyal medya şirketlerinin yükümlülüklerine yönelik atılan kritik bir adım, ABD Başkanı Donald Trump tarafından 28 Mayıs 2020 tarihinde imzalanan Başkanlık Kararnamesidir (*executive order*). Kararnamede sosyal medya şirketlerinin ifade özgürlüğüne müdahale ettikleri, kendilerine uygun gelmeyen görüşleri sansürledikleri ve kamuyu ilgilendiren olaylara ilişkin vatandaşların neyi görüp göremeyeceğini kontrol edebilecek bir güce sahip oldukları ileri sürülmüştür.³⁰ Bu haliyle sosyal medya şirketleri tarafından sunulan platformların, görüşlerin çeşitliliğine ve farklı yaklaşımlar arası açık tartışma ortamına aykırı bir konum aldıkları iddia edilmiştir. Kararnamede, yukarıda da sözü edilen İletişim Uygunluk Kanunu'nun 230. maddesindeki sorumsuzluğun ancak belirli koşullarda geçerli olduğu ve içeriklere erişimi bu sınırlamalar haricinde kısıtlayan ya da içerikleri silen bir platformun bu yasal sorumsuzluktan faydalanmaması gerektiği vurgulanmıştır. Buradan hareketle bu türden platformların basit birer forum ya da platform olarak değil, klasik anlamda bir editör ya da yayıncı gibi değerlendirilmesi gerektiği görüşü savunulmuştur. Sosyal medya şirketlerinin 230. madde kapsamında içeriklere yapabilecekleri "iyi niyetli" müdahalenin yalnızca müstehcen, taciz ya da şiddet içerikli paylaşımlara karşı olabileceğini, bunun dışındaki müdahalelerin keyfi ve

²⁵ Bradshaw, S., Neudert, L., Howard, P. N., *Government Responses to Malicious Use of Social Media*, NATO Stratcom Coe, 2018, s. 10, Erişim: 23.04.2020, <https://www.stratcomcoe.org/download/file/fid/79655>

²⁶ DiResta, R., Albright J., Johnson, B., *The Tactics & Tropes of the Internet Research Agency*, Erişim: 23.04.2020, <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=senatedocs>

²⁷ Funke, D., Flamini, D., *A guide to anti-misinformation actions around the World*, Poynter, Erişim: 24.04.2020, <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions>

²⁸ Federal Trade Commission, "FTC Imposes \$5 Billion Penalty and Sweeping New Privacy Restrictions on Facebook", 24 Temmuz 2019, Erişim: 02.07.2020, <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/07/ftc-imposes-5-billion-penalty-sweeping-new-privacy-restrictions>

²⁹ Funke, D., Flamini, D., *A guide to anti-misinformation actions around the world*.

³⁰ Federal Register, "Preventing Online Censorship", Executive Order 13925, 28 Mayıs 2020, s. 1, Erişim: 02.07.2020, <https://www.govinfo.gov/content/pkg/FR-2020-06-02/pdf/2020-12030.pdf>

yanıltıcı olarak değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir.³¹ Kararname uyarınca Federal İletişim Komitesi (*Federal Communications Commission*) sosyal medya şirketlerinin içeriklere müdahale kriterlerini, müdahale edilen içeriklerin niteliğini ve müdahalenin iyi niyet gözetilerek yapılıp yapılmadığını incelemeye yetkili kılınmıştır. Ayrıca Adalet Bakanı (*Attorney General*) tarafından bir çalışma grubu oluşturularak sosyal medya platformlarının siyasi görüşe göre içerik erişimini şekillendiren algoritmalar gibi tarafgirlik arz ettiği belirtilen çeşitli unsurlarının incelenmesi gerekli görülmüştür.³²

Eyaletlerce kişisel verilerin korunması ve sosyal medya okuryazarlığını artırmaya yönelik kanunlar yürürlüğe konulmakta ya da girişim aşamasına getirilmektedir. Örneğin 2018 yılının Eylül ayında Kaliforniya’da medya okuryazarlığı eğitiminin okullarda verilmesine ilişkin bir düzenleme getirilmiştir.³³ Yine Kaliforniya’da 1 Ocak 2020 tarihinde yürürlüğe giren Kaliforniya Tüketici Mahremiyeti Kanunu (*California Consumer Privacy Act*), bireylerin kişisel verilerinin kullanımı üzerinde söz sahibi olmasını sağlamayı ve şirketlerin kişisel verileri işleme süreçleri hakkında daha hesap verebilir konuma getirilmesini hedeflemektedir. Kanun uyarınca, bireyler haklarında toplanan bilgilerin kendilerine bildirilmesini talep edebilmekte, bu bilgilerin silinmesini isteyebilmekte ve kendileriyle alakalı bilgilerin üçüncü kişilere satılmasını önleyebilmektedir. Talepte bulunan kişilere şirketlerin ayrı bir muamele göstermelerinin önüne de geçilmektedir. Yine Kanuna göre, yıllık 25 milyon dolar brüt geliri olan, gelirin %50 ya da daha fazlasını tüketicilerin kişisel bilgilerini satarak elde eden ya da 50.000’den fazla tüketici veya hanenin bilgisini ticari amaçlarla satın alan, bulunduran, satan ya da paylaşan şirketler sorumluluk kapsamındadır. Bireyler kendileri hakkında tutulan verilere yönelik bir “doğrulanabilir tüketici isteği” (*verifiable consumer request*) oluşturarak şirketlerden talepte bulunabilirler. Şirketlerin bu talebe uymaları için 45 günlük süreleri vardır; fakat bu süre belirli hallerde 90 güne kadar uzatılabilir. Bireylerin yılda iki kez talepte bulunma hakları vardır ve bu talepler ancak son 12 aylık verilere yönelik olabilir. Şirketler, herhangi bir ihlalde bulunmaları halinde vaka başına 7.500 dolara varan tutarda para cezasına çarptırılabilir.³⁴

3. Fransa

Fransa’da basın özgürlüğüne ilişkin 29 Temmuz 1881 tarihli Kanun yürürlükte olup birçok kez değişikliğe uğramıştır. Kanunda öngörülen medya mecraları şu şekilde tanımlanmıştır: Kamusal alanlarda ya da toplantılarda posterler yoluyla ya da elektronik araçlarla yayılan her türlü yazılı, basılı, çizili, resmedilmiş, amblemli ya da yazı, söz veya görsel içerikli medya

³¹ Federal Register, “Preventing Online Censorship”, s. 2.

³² Federal Register, “Preventing Online Censorship”, s. 2.

³³ Jones, K., *Online Disinformation and Political Discourse – Applying a Human Rights Framework*, s. 20.

³⁴ California Legislative Information, “AB-375 Privacy: personal information: businesses”, 29 Haziran 2018, Erişim: 23.04.2020, http://leginfo.ca.gov/faces/billNavClient.xhtml?bill_id=201720180AB375

kanalları şeklinde satılmış veya dağıtılmış bilgiler bütünüdür.³⁵ Kanunun 27. maddesi dezenformasyon ve mezenformasyona ilişkin hükümler içermektedir: Yanlışlanmış, kurgulanmış veyahut kandırma amacı ve kötü niyetle üçüncü kişilere bir şeyler atfetmiş, kamu düzenini bozan ya da bozabileceğine ihtimal verilen yanlış haberlerin yayımlanması, dağıtılması ya da yeniden üretilmesi, 45.000 avroluk bir tutar ile cezalandırılacaktır. Bu türden yalan haberler, askerlerin moralini bozacak ya da ulusun savaş durumundaki çabalarını sakatlayacak nitelikte ise ceza 135.000 avroya kadar çıkabilir. Bunlara ek olarak farklı maddelerde de ayrımcılık, hakaret ve aleni hakaret ile nefret suçu gibi meseleler düzenlenmiştir (m. 24, 29, 32). Seçim Kanunu uyarınca da yalan haber, hakaret ve benzeri içeriklerin seçimlerin sonuçlarına etki etmeleri durumunda bu türden içerikleri paylaşanlar hakkında bir yıllık hapis ve 15.000 avroya kadar para cezası uygulanabilir.³⁶ Ayrıca görsel ve işitsel iletişim araçları hakkındaki Kanunda, bir internet sayfasında oluşturulan içerikten yalnızca içeriği oluşturanın değil mecranın yayıncısının da tam sorumlu olduğu belirtilmiştir.³⁷

22 Aralık 2018’de yalan haberlerin sosyal medya bağlamında demokrasiye yönelttiği iddia edilen tehditlerin önüne geçilmesi amacıyla, Enformasyonun Manipüle Edilmesine Karşı Mücadele Kanunu (*loi relative à la lutte contre la manipulation de l'information*) yürürlüğe girmiştir.³⁸ Bu Kanun aynı zamanda “yalan haber kanunu” (*loi fake news*) olarak da bilinmektedir. Parlamentoda ciddi muhalefetle karşılaşan Kanun, ifade özgürlüğü bağlamında Fransa Anayasa Mahkemesine de taşınmış, fakat Mahkeme, Kanunun Anayasadaki ilgili hükümlere aykırı olmadığına hükmetmiştir.³⁹

Kanunun amacı, dijital mecralarda yalan haberlerin büyük bir hızda yayılmasının önüne geçmek ve yabancı devletler tarafından sosyal ağların manipüle edilmesini engellemektir. Özellikle seçim süreçlerinin öncesinde ve seçimler esnasında bu türden manipülasyonların varlığına dikkat çekilmekte ve Brexit referandumu ile 2016 yılındaki ABD başkanlık seçimleri buna örnek verilmektedir. Bu bağlamda, seçim süreçlerinde ilk olarak sosyal medya platformlarının sponsorlu içerikler hakkında hesap vermeleri gerekmekte, ayrıca günlük belli bir sayıda bağlantının üstüne çıkan mecraların Fransa’da yasal bir temsilci bulundurmaları ve algoritmalarını kamuya açmaları şart koşulmaktadır. Platformlar, seçimlerden önceki üç aylık dönemde kullanıcılara dürüst, açık ve şeffaf bilgi sunmalı ve ulusal önem arz eden, platformlara promosyon amacıyla para veren kişilerin kimlik bilgilerini açıklamalıdır. Ayrıca

³⁵ ECPD, “Legislation on defamation and disinformation and procedures to register an online media company” (Hakaret ve Dezenformasyon ile İlgili Mevzuat ve Bir Çevrimiçi Medya Şirketinin Tescil Prosedürleri), Bilgi Talebine Fransa Ulusal Meclisinin Cevabı, Talep No: 4193, 18 Ekim 2019, Erişim: 23.04.2020 (Sınırlı Erişim), <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/private/request-details/473141>

³⁶ Law Library of Congress, *Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries*, s. 30.

³⁷ ECPD, “Regulation of publication of extreme violence online (for example on social media)” (Aşırı Çevrimiçi Şiddetin [ör. Sosyal Medyada] Yayımlanmasına Yönelik Düzenlemeler), Bilgi Talebine Fransa Ulusal Meclisinin Cevabı, Talep No: 4064, 24 Nisan 2019, Erişim: 24.04.2020 (Sınırlı Erişim), <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/private/request-details/432179>

³⁸ ECPD, 4193 Nolu Bilgi Talebine Fransa Ulusal Meclisinin Cevabı.

³⁹ Jones, K., *Online Disinformation and Political Discourse – Applying a Human Rights Framework*, s. 24.

kişisel verilerin bu süreçte nasıl kullanıldığı ve şahısların promosyon amacıyla ne kadar para verdikleri de kamuoyuna duyurulmalıdır. İkinci olarak da yalan haberlerin hızlıca yayılmalarına engel olmak adına yasal işlem başlatılması öngörülmektedir. Burada yalan haber nitelemesini yapmak davayı gören hâkime bırakılmıştır ve bu nitelemede 1881 tarihli Kanun baz alınarak geliştirilen üç kriter uygulanacaktır: Yalan haber açık olmalıdır; yapay yollardan ve büyük bir çapta yayılmaya başlamış olmalıdır; kamu düzenini veya seçimlerin salâhiyetini bozma tehdidi barındırmalıdır.⁴⁰

Seçim süreçlerinin dışında da yalan haberle mücadele edilmesi planlanmış ve bu mücadelede yetki Yüksek Yayıncılık Kuruluna (*Conseil supérieur de l'audiovisuel*) verilmiştir. Bu mücadele kapsamında yabancı devletler tarafından kontrol edilen ya da yönlendirilen yayın kuruluşlarının engellenmesi ya da yayıncılık faaliyetlerinden alıkonulması Kurulun yetkisi dahilindedir. Kanunun gazeteciliğe ve ifade özgürlüğüne herhangi bir etkisinin olması beklenmemektedir. Kanunun amacının yalnızca kasıtlı olarak bilgilerin çarpıtılmasına yönelik mücadeleye dair yasal bir çerçeve geliştirmek olduğu ileri sürülmektedir.⁴¹

Son olarak, Mart 2019'da Fransa Ulusal Meclisi üyesi Laetitia Avia tarafından sunulan ve uzun tartışmalar sonucunda 13 Mayıs 2020'de onaylanan düzenlemenin (Avia Kanunu – *loi Avia*) çeşitli hükümlerini, Fransa Anayasa Mahkemesi 18 Haziran 2020'de verdiği kararla Anayasaya aykırı bulmuştur. İlgili Kanunda sosyal medya şirketleri için ayrımcılık, nefret, şiddet, insanlığa karşı suçların inkarı ve cinsel taciz içerikli paylaşımları kullanıcılardan gelen şikayetler üzerine 24 saat içinde; terör ve çocuk pornografisi içerikli paylaşımları ise yetkili makamlardan gelen bildirim üzerine 1 saat içinde kaldırma yükümlülükleri öngörülmüştür. Sosyal medya şirketleri, adli makamlarla iş birliği yapmadıkları ve belirtilen kurallara uymadıkları takdirde 250.000 avroya varan adli para cezasına çarptırılabilirlerdir. Sosyal medya şirketlerinin bu düzenlemelere uyup uymadıklarının denetlenmesi için yetkili kılınan Yüksek Yayıncılık Kurulu, yükümlülükler yerine getirilmediği takdirde ilgili şirketin yıllık cirosunun %4'üne ya da 20 milyon avroya kadar (hangisi yüksekse) bir idari para cezası da verebilecektir. Anayasa Mahkemesi, Kanunun içerik kaldırmaya ilişkin hükümlerini gereklilik, ölçülülük ve amaca uygunluk gibi yönlerden ifade özgürlüğüne aykırı bulmuş, gerek zaman kısıtlarının belirli bir içeriğin yasa dışılığına hükmedebilmek için yeterli olmayacağını gerekse normal mahkeme süreçleri dışında işleyecek olan bu hızlı karar alma mekanizmalarının yargı sistemini pas geçecek alternatif bir yol öngördüğünü belirtmiştir.⁴² Her ne kadar yukarıda sözü geçen ve suç niteliği taşıyan içeriklerin ifade özgürlüğüne aykırı olduğu Mahkemece vurgulanmışsa da Kanunun öngördüğü yöntemlerin “aşırı sansür” sonucunu doğuracağı, bundan dolayı da ifade

⁴⁰ Funke, D., Flamini, D., *A guide to anti-misinformation actions around the world*.

⁴¹ ECPD, 4193 Nolu Bilgi Talebine Fransa Ulusal Meclisinin Cevabı.

⁴² Boring, N., “France: Constitutional Court Strikes Down Key Provisions of Bill on Hate Speech”, *Law Library of Congress*, 29 Haziran 2020, Erişim: 03.07.2020, Erişim: <http://www.loc.gov/law/foreign-news/article/france-constitutional-court-strikes-down-key-provisions-of-bill-on-hate-speech/>

özgürlüğüne yönelik bir tehlike oluşturacağı öne sürülmüştür. Ayrıca Yüksek Yayıncılık Kuruluna Kanun tarafından verilecek yetkiler de diğer iptal edilen hükümlerle bağlantılı olarak iptal edilmiştir.⁴³ Kanunun iptal edilen hükümlerinin ardından, geriye kalan kısmı 24 Haziran 2020’de onaylanarak kanunlaşmıştır. Kanunlaşan hükümler arasında nefret suçlarına has yeni bir mahkeme kurulması ve Yüksek Yayıncılık Kurulu tarafından görev sınırları tayin edilecek konuya ilişkin bir gözlem merkezinin oluşturulması yer almaktadır.⁴⁴

4. İngiltere

İngiltere’de sosyal medya şirketlerine yönelik herhangi bir yasal düzenleme mevcut değildir. Fakat Parlamento komisyonları düzeyinde konuyu ele alan İngiltere, özellikle çevrimiçi ortamda bulunan yasa dışı ve zararlı içeriklere yönelik alternatif mücadele biçimleri geliştirmeye çalışmaktadır. Hükümetin bu içerikler hakkındaki tavrı, çevrimdışı ortamlarda suç olan şeyin, çevrimiçi ortamlarda da suç kabul edilmesi lehinedir.⁴⁵ Hükümet 2019 yılının Nisan ayında yayımladığı raporda (*White Paper*)⁴⁶ bireylerin ve özellikle de çocukların, sosyal medyadaki yasa dışı ve zararlı içeriklerden kötü etkilenmesinin önüne geçilmesi adına bir düzenleme yapılması gerektiğini öngörmüştür.⁴⁷ Önerilen düzenlemelerin kapsamına giren konu başlıklarından biri olarak yalan haber hakkında, ABD Kongresi Hukuk Kütüphanesinin (*Law Library of Congress*) raporu kavramın İngiltere için yenilik arz etmediğini belirtmiştir; zira Kraliyet Özel Danışma Konseyinin (*Privy Council*) 1688’deki kararı uyarınca yalan haber yaymak yasaklanmıştır. Ayrıca internet üzerindeki yasa dışı ve zararlı içerikler bağlamında düşünülebilecek olan 1988 tarihli Kötücül İletişim Kanunu (*Malicious Communications Act*) ve 2003 tarihli İletişim Kanunu (*Communications Act*) yürürlüktedir.

Dijital iletişim platformlarının yaygınlık kazanmasıyla birlikte İngiltere’de sosyal medyanın hem yabancı devletlerin ülke içindeki siyasi süreçlere müdahil olmasına hem de azınlıklara karşı nefret ve şiddeti teşvik eden içeriklerin artmasına sahne olduğu söylenmiştir.⁴⁸ Bu doğrultuda İngiltere Parlamentosu Avam Kamarası bünyesindeki Dijital, Kültür, Medya ve Spor Komisyonunda (*Digital, Culture, Media and Sport Committee*) konuya ilişkin incelemeler

⁴³ Conseil Constitutionnel, "Décision n° 2020-801 DC du 18 juin 2020", 18 Haziran 2020, Erişim: 02.07.2020, <https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2020/2020801DC.htm>

⁴⁴ Légifrance, "LOI n° 2020-766 du 24 juin 2020 visant à lutter contre les contenus haineux sur internet", 24 Haziran 2020, Erişim: 02.07.2020, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000042031970&categorieLien=id>

⁴⁵ Home Office, *Action Against Hate: The UK Government's plan for tackling hate crime*, Temmuz 2016, s. 28, Erişim: 25.04.2020, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/543679/Action_Against_Hate_-_UK_Government_s_Plan_to_Tackle_Hate_Crime_2016.pdf

⁴⁶ HM Government, *Online Harms White Paper*, Nisan 2019, Erişim: 22.04.2020, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/793360/Online_Harms_White_Paper.pdf

⁴⁷ Woodhouse, J., *Social media regulation*, House of Commons Library Briefing Paper, Number 8743, 26 Şubat 2020, s. 3, Erişim: 23.04.2020, <http://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CBP-8743/CBP-8743.pdf>

⁴⁸ Law Library of Congress, *Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries*, s. 100.

başlatılmıştır.⁴⁹ Komisyonun hazırladığı raporda “yalan haber” tabirinin kullanılmaması gerektiği belirtilmiş, bunun yerine mezenformasyon ve dezenformasyon ifadelerinin daha uygun düştüğü vurgulanmıştır. Zira rapora göre “yalan haber” mevhumu, siyasi anlamlarla yüklü olup muhalefeti bertaraf etmek ve muhalefetin meşruiyetini sarsmak için kullanılabilecek politik bir araç iken dezenformasyon kasıtlı bir kandırma saikiyle ortaya atılan yanlış haberleri, mezenformasyon ise herhangi bir kasıt olmadan paylaşılan yanlış haberleri kast etmektedir; dolayısıyla bu ikili yalan haber kavramına nazaran daha nesnel ve analitik görülmektedir.⁵⁰ Komisyon raporunda özellikle başta Facebook olmak üzere sosyal medya şirketlerinin iş modellerine dikkat çekilmiş, kişisel verilerin kâr amacı güdülerek kullanılması eleştirilmiş ve bu verilerin siyaset kampanyalarında kullanılmalarının önüne geçilmesi gerekliliğinden dem vurulmuştur. Yalan haberlerin hem olgulara hem de kamu yaşamına güveni azaltıp demokrasi ve kamuoyuna ilişkin olumsuz sonuçlara gebe oldukları belirtilmiştir.⁵¹ Gerek Brexit süreci gerekse Rusya ile siyaseten çatışmaya yol açan Sergey Skripal’ın zehirlenme vakasında dezenformasyonun toplum ve siyaset açısından barındırdığı olası sorunların belirgin biçimde gün yüzüne çıktığı öne sürülmüştür. Bütün bunların sonucu olarak da teknoloji şirketleri yönünden muhtelif yasal sorumluluklar tayin edilmesi, bu şirketlerin kendi platformlarında yayımlanan zararlı ve yasa dışı içeriklere yönelik harekete geçmesinin şart koşulması ve “zararlı içerik” kavramıyla kast edilmek istenenin ne olduğuna dair bir “Etik Kod”⁵² yazılması önerilmiştir.⁵³ Sosyal medya şirketlerinin yalnızca birer platform oldukları iddiasının arkasına saklanamayacakları ve platformlarında yayımlanan içeriklere dair sorumluluk sahibi olmadıklarını öne süremeyecekleri vurgulanmış, teknoloji şirketlerinin yasal yükümlülüklerini sıkılaştıran yeni bir “teknoloji şirketi” kategorisinin mevzuata eklenmesi gerektiği savunulmuştur.⁵⁴

⁴⁹ Ayrıca bu komisyona bağlı olarak çalışacak bir alt komisyon “Çevrimiçi Zararlar ve Dezenformasyon Alt Komisyonu” (*Sub-committee on Online Harms and Disinformation*) ismiyle kurulmuş ve bu alt komisyon yoluyla konuya ilişkin daha spesifik faaliyetler yürütülmeye başlanmıştır. Güncel durum itibarıyla, Covid-19 salgınına yönelik dezenformasyon içerikli çevrimiçi paylaşımlara karşı sosyal medya şirketlerinin aldıkları önlemlere odaklanan bir inceleme devam etmektedir. Alt komisyonun faaliyetlerine dair detaylı bilgi edinilebilecek internet sayfası için bkz. <https://committees.parliament.uk/committee/438/subcommittee-on-online-harms-and-disinformation>

⁵⁰ House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, *Disinformation and ‘fake news’: Final Report*, 18 Şubat 2019, s. 7,

<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcmds/1791/1791.pdf>

⁵¹ Law Library of Congress, *Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries*, s. 101.

⁵² İnternet ortamında dolaşımda olan kişisel verilerin etik bir şekilde kullanılıp kullanılmadığını denetlemek adına Hükümet tarafından bir “Veri Etiği ve İnovasyon Merkezi” (*Centre for Data Ethics and Innovation*) kurulmuş, bu merkez sayesinde kişisel verilerin güvenliği sağlanarak ticari amaçlarla kullanımına ilişkin sınırlamalar belirlenmeye çalışılmıştır. Merkezin internet sayfası ve çalışma ilkelerine dair ayrıntılı bilgi için bkz. <https://www.gov.uk/government/organisations/centre-for-data-ethics-and-innovation>

⁵³ Law Library of Congress, *Initiatives to Counter Fake News in Selected Countries*, s. 104.

⁵⁴ House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, *Disinformation and ‘fake news’: Final Report*, s. 10.

Bu türden parlamento faaliyetlerine ek olarak Hükümet tarafından kurulan Ulusal Güvenlik İletişim Birimi (*National Security Communications Unit*) ile yabancı devletler ve diğer aktörler tarafından kamu güvenliğine saldırı niteliğinde olduğu tespit edilen dezenformasyon ve mezenformasyon ile mücadele edilmesi amaçlanmış; ayrıca Sağlık Bakanlığı ve Eğitim Bakanlığı tarafından ortaklaşa geliştirilen bir projede çocuklara yalan haberin zararlarının gösterilip doğru ile yanlış bilgiyi ayırt etme becerilerinin güçlendirilmesine yönelik faaliyetler yürürlüğe konulmuştur.⁵⁵ Bunlara ek olarak, özellikle merkezinde Facebook ve veri analitiği şirketi Cambridge Analytica'nın olduğu olay nedeniyle, İngiltere'de veri güvenliği ile ilgilenen bir kurum olan "Bilgi Komiseri Ofisi" (*Information Commissioner's Office*) şirketlerin faaliyetlerine ve kişisel verileri kullanma biçimlerine odaklanan bir soruşturma süreci başlatmıştır. Şirket yetkililerinin bir kısmı yine Dijital, Kültür, Medya ve Spor Komisyonu tarafından dinleme toplantısına (*oral evidence session*) alınmıştır.⁵⁶

Hükümet tarafından kurulan Acil Yanıt Ünitesi (*Rapid Response Unit*) yoluyla, sosyal medyada karşılaşılan dezenformatif faaliyetlere ivedilikle yanıt verilerek toplumun bundan en az zararlı çıkartılabilmesi amaçlanmış, bu doğrultuda da İngilizce "olgu" anlamına gelen *fact* kelimesinin baş harflerinden oluşan bir mücadele yöntemi ortaya konulmuştur:

- *Find* (Bul): Dezenformasyon yayan kaynakların bulunması ve gözetlenmesi,
- *Assess* (Değerlendir): Bulunan kaynağın bir risk değerlendirmesi yapılarak gerekli makamlara konuya ilişkin bilgi verilmesi,
- *Create* (Yarat): Uygun bir içerik yaratılarak dezenformasyon dolu içerik ve anlatının dengelenmesi,
- *Target* (Hedefle): Uygun içeriğin kamunun geneline görünür ve erişilir olabilmesine olanak sağlayacak şekilde hedeflenmesi.⁵⁷

Yakın zamanda, 2019 yılında Hükümetin yayımladığı rapora gelen önerilerin ve tepkilerin değerlendirilmesinden sonra kaleme alınan metinde, ifade özgürlüğünün korunması adına teknoloji şirketlerinin yasal bir içeriğin belirli kısımlarını çıkarmalarının şart koşulmaması gerektiği, bunun yerine ise şirketlerin kendi platformlarında hangi türden içeriklerin makul ve kabul edilebilir olduğunu belirtmesinin elzem olduğu ifade edilmiştir. Yasa dışı içeriklerin ivedilikle kaldırılması, zararlı içeriklerin ise kullanıcılar tarafından dile getirilebilmesi için etkili bir bildirim mekanizmasının oluşturulması ve özellikle çocukların korunmasının göz önünde bulundurulması yine sosyal medya şirketlerine yüklenmesi önerilen yasal

⁵⁵ Funke, D., Flamini, D., *A guide to anti-misinformation actions around the world*.

⁵⁶ Bu yetkililer arasında Cambridge Analytica şirketinin CEO'su Alexander Nix de vardır. Brexit kampanyasının fikir önderlerinden olan ve an itibarıyla İngiltere Başbakanı Boris Johnson'un danışmanlığını yapan Dominic Cummings ile Facebook'un kurucusu ve CEO'su olan Mark Zuckerberg ise kendilerine dinleme toplantısı daveti gönderilmesine rağmen katılım göstermemişlerdir.

⁵⁷ Government Communication Service, *RESIST – Counter disinformation toolkit*, 2019, s. 61, Erişim: 24.04.2020, https://gcs.civilservice.gov.uk/wp-content/uploads/2019/08/6.5177_CO_RESIST-Disinformation-Toolkit_final-design_accessible-version.pdf

sorumluluklardandır.⁵⁸ Temsilcilik meselesi hakkında, raporda mevzu bahis teknoloji şirketinin Birleşik Krallık'ta ya da Avrupa Ekonomik Alanı sınırları dahilinde bir temsilci belirleyerek İngiltere'deki ilgili makamlarla şirketler arasında bir irtibat noktası oluşturması da bir gereklilik addedilmiştir.⁵⁹ Ayrıca, sosyal medya şirketlerinin yasa dışı ya da zararlı içeriklerle nasıl mücadele ettiğini ve şirketlerin sözü edilen içerikler hakkında oluşturduğu inceleme mekanizmalarını denetlemek adına yayıncılık, telekomünikasyon ve postacılık üzerine bir düzenleme ve rekabet kurumu olan *Ofcom*'un yetkilendirilmesi fikri sunulmuştur.⁶⁰ Bütün bu raporlar ve faaliyetler doğrultusunda sosyal medya şirketlerini yasal yönden sorumlu tutan kanun taslağının bu yasama yılında Parlamento'ya getirileceği ifade edilmiştir.⁶¹

Son olarak Lordlar Kamarası bünyesindeki Demokrasi ve Dijital Teknolojiler Komisyonunca (*Democracy and Digital Technologies Committee*) hazırlanan ve 29 Haziran 2020'de yayımlanan raporda, tıpkı Covid-19 salgını gibi bir "mezenformasyon ve dezenformasyon pandemisi" tanımlanmış, şayet bu durumun önüne geçilmezse kamusal güvenin ve buna bağlı olarak da demokrasinin ciddi hasar göreceği ileri sürülmüştür.⁶² Raporda önerilen düzenlemeler arasında kullanıcıların şikayetlerinin platformlar tarafından yanıtlanmaması halinde başvurulabilecek yeni bir ombudsmanlığın kurulması, başta Facebook ve Google olmak üzere teknoloji şirketlerinin birer yayıncı kabul edilerek kişisel verileri nasıl kullandıkları ve algoritmalara dayalı öneri mekanizmalarının işleyişi hakkında şeffaf olmaları gerekliliği, bu şeffaflığın denetiminde *Ofcom*'un yetkilendirilmesi ve *Ofcom*'un yetkilerinin arasında uyumlu hareket etmeyen şirketlere yıllık cirolarının %4'üne kadar idari para cezası verilmesi ya da tekrarlayan ihlal durumlarında söz konusu platforma erişimin engellenmesi de vardır.⁶³ Siyasi partilerin seçim süreçlerinde Reklamcılık Standartları Kurumu (*Advertising Standards Authority*) ile çalışarak uygunsuz çevrimiçi reklamların tespiti ve kaldırılmasını konu alan bir Etik Kod oluşturmaları önerilmiş, Seçim Kanununun çevrimiçi gelişmeler göz önünde bulundurularak güncellenmesi ve Seçim Kuruluna (*Electoral Commission*) kampanya reklamlarına dair kuralların ihlali halinde 500.000 sterline ya da toplam kampanya harcamalarının %4'üne kadar (hangisi yüksekse) para cezası verebilme yetkisinin getirilmesi

⁵⁸ Department for Digital, Culture, Media & Sport/Home Office, *Online Harms White Paper - Initial consultation response*, Joint Ministerial Foreword, 12 Şubat 2020, Erişim: 23.04.2020, <https://www.gov.uk/government/consultations/online-harms-white-paper/public-feedback/online-harms-white-paper-initial-consultation-response>

⁵⁹ Department for Digital, Culture, Media & Sport/Home Office, *Online Harms White Paper - Initial consultation response*.

⁶⁰ Department for Digital, Culture, Media & Sport/Home Office, *Online Harms White Paper - Initial consultation response*.

⁶¹ Woodhouse, J., *Social media regulation*, s. 27.

⁶² House of Lords Democracy and Digital Technologies Committee, *Digital Technology and the Resurrection of Trust*, 29 Haziran 2020, s. 4, Erişim: 03.07.2020, <https://committees.parliament.uk/publications/1634/documents/16379/default/>

⁶³ House of Lords Democracy and Digital Technologies Committee, *Digital Technology and the Resurrection of Trust*, s. 42, 126-127.

tavsiye edilmiştir.⁶⁴ Konuya ilişkin yasal düzenlemenin Parlamenteoya ivedilikle sunulması da bu rapordaki tavsiyeler arasındadır.

Çalışmalarımızla ilgili geri bildirimini
<http://tbmm.intranet/armer> adresinde yer alan
geri bildirim formunu doldurarak yapabilirsiniz.

İkinci Okuma: Kadir Candan, Murat Bilgin
Katkıda Bulunanlar: Kadir Candan, Murat Bilgin