

THE

Fine PRINT

Gökçe –

Ocak 2022

98

ÇEREZ UYGULAMALARI HAKKINDA REHBER TASLAĞI YAYIMLANDI



**Metaverse
(Meta Evren)
Furyası Son
Hızıyla Devam
Ediyor!**

**Dijital Miras
Hakkında
Sıkça Sorulan
Sorular**

**Teknoloji Dünyasındaki
Diğer Gelişmeler**

*Microsoft Oyun Dünyasının
Macrosoft'u Mu Oluyor?*

*Yeni Bir Uzaktan Kimlik Tespiti ve Elektronik
Ortamda Sözleşme Kurulması Yöntemi*

Çerez Uygulamaları Hakkında Rehber Taslağı Yayınlandı

Çerez Uygulamaları Hakkında Rehber Taslağı (**Rehber**), tavsiye niteliğinde ve yol gösterici mahiyette bir doküman oluşturulması amacıyla 11 Ocak'ta Kişisel Verileri Koruma Kurumu'nun (**Kurum**) web sitesinde yayımlandı. Rehber, özellikle internet sitesi işleten veri sorumluları için yol gösterici bir özellik taşıyor. Rehber'de çerezler yoluyla kişisel verilerin işlenmesine yönelik tavsiyeler yer alıyor. Sadece internet sitelerinde değil, internete bağlanabilen akıllı telefon, tablet gibi diğer cihazlarda kullanılan çerezler de Rehber kapsamına giriyor.

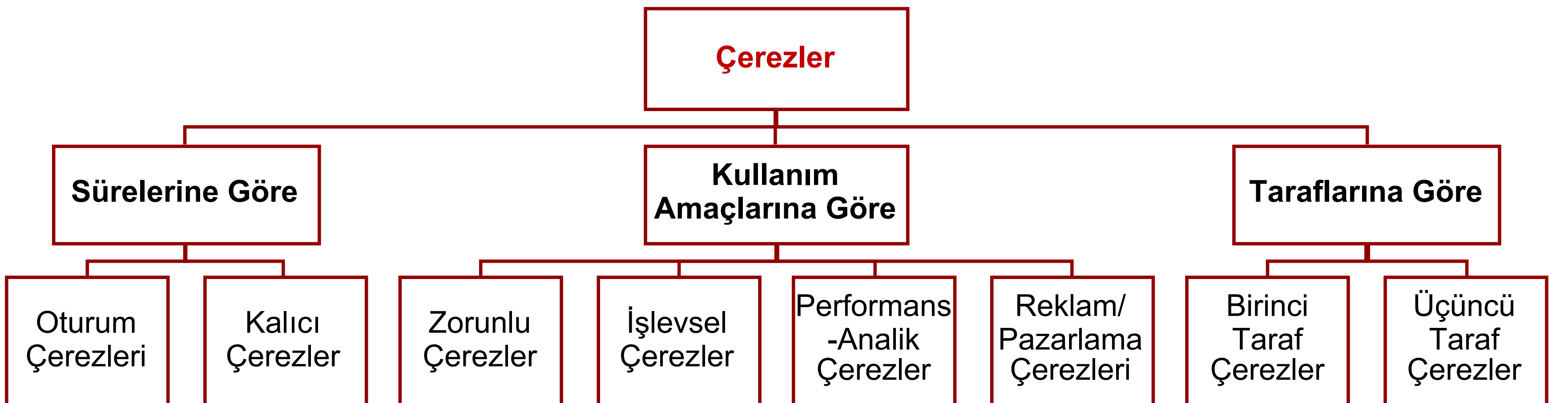
Rehber neden önemli?

Türkiye, kişisel verilerin korunması bakımından Avrupa Birliği'ni yakından takip edip güncelliği sağlamaya çalışıyor. Buna karşın, çerezlerle kişisel veri işlenmesi Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (**Kanun**) kapsamına girmesine karşın Kanun'da çerezlere yönelik açık bir düzenleme yer almıyor. Elektronik Haberleşme Kanunu'nda ise yalnızca bu kanun kapsamındaki işletmecilere yönelik genel nitelikte bir hüküm bulunuyor. Çerezlere ilişkin açık bir düzenleme bulunmaması, Genel Veri Koruma Tüzüğü (**GDPR**) ve ePrivacy Direktifi'yle çerezleri düzenleyen Avrupa Birliği'nin gerisinde kalmamıza sebep olmuştu.

Tüm bunlarla birlikte Rehber; çerezlerin tanımını yapması, çerezlere ilişkin uygulama örnekleri sunması ve tüm veri sorumlularına yönelik olması nedeniyle ülkemizde bir ilk olma özelliği taşıyor.

Çerez nedir?

Rehber'de, çerezler için “internet sitesi operatörleri tarafından kullanıcı cihazına yerleştirilen bir tür metin dosyasıdır HTTP(S)3 (Hiper Metin Transferi Protokolü) talebinin bir parçası” ve “bir internet sayfası ziyaret edildiğinde kullanıcılara ilişkin birtakım bilgilerin kullanıcıların terminal cihazlarında depolanmasına izin veren düşük boyutlu zengin metin biçimli text formatları” olmak üzere iki tanıma yer verilmiş ve çerezler aşağıdaki şekilde gruplandırılmış:



Çerez kullanırken dikkat edilmesi gereken başlıca hususlar

Kişisel verilerin çerezler kullanılarak işlenmesi için açık rıza ya da Kanun'un 5 ve 6. maddelerinde yer alan işleme şartlarının bulunması gerekiyor. Aydınlatma yükümlülüğü ise her şartta yerine getirilmeli. Rehberde, Avrupa Birliği tarafından da açıklanan iki kritere yer verilmiş.

Kriter A: Çerezin sadece, iletişimin elektronik haberleşme şebekesi üzerinden sağlanması amacıyla kullanılması,

Kriter B: Çerez kullanımının, abonenin veya kullanıcının hizmet almak için açıkça talep ettiği bilgi toplum hizmetleri için kesinlikle gerekli olması.

Kanun'un 5. maddesinde bulunan *"İlgili kişinin temel hak ve özgürlüklerine zarar vermemek kaydıyla, veri sorumlusunun meşru menfaatleri için veri işlenmesinin zorunlu olması"* işleme şartına dayanıldığı durumlarda, Kriter A ve B kapsamında bir denge testi yapılarak meşru menfaatin tespit edilmesi tavsiye ediliyor.

Açık rıza ne zaman gerekli?

Rehber'de, açık rıza gerektiren ve gerektirmeyen bazı çerez kullanım senaryolarına yer verilmiş. Örneklerin genel geçer olmadığı, her olay ve durum özelinde ayrıca bir değerlendirme yapılması gerektiği vurgulanmış.

- Kriter A kapsamında **açık rıza gerekmeksizin kullanılabilen çerezlere** ise yük dengelemesi oturum çerezleri (*ağ üzerindeki haberleşmenin sağlanması*) örnek verilmiş.
- Kriter B kapsamında **açık rıza gerekmeksizin kullanılabilen çerezlere (i)** kullanıcı girdili çerezler (*form doldurulması, sepete ürün eklenmesi gibi*), **(ii)** kimlik doğrulama çerezleri (*üye girişi yapılması gibi*), **(iii)** kullanıcı merkezli güvenlik çerezleri (*başarısız oturum açma girişimini tespit gibi*), **(iv)** multimedya oynatıcısı oturum çerezleri/flash çerezler (*videonun yeniden oynatılması gibi*), **(v)** kullanıcı ara yüzünü kişiselleştirme çerezleri (*dil tercihleri gibi*), **(vi)** sosyal ağ hesabına giriş yapmış kullanıcılar bakımından sosyal eklenti içerik paylaşımı çerezleri (*beğeni, paylaşım, yorum gibi*), **(vii)** açık rıza yönetim platformu için kullanılan çerezler **(viii)** birinci taraf analitik çerezler (*sitenin hedef kitlesinin ölçülmesi gibi*) ve **(ix)** internet sitesinin güvenliği için kullanılan çerezler örnek verilmiş.
- Yalnızca **açık rıza alınarak kullanılabilen çerezlere ise (i)** sosyal eklenti takip çerezleri (*sosyal ağlar tarafından davranışsal reklamcılık, analitik veya pazar araştırması gibi amaçlarla kullanılabilen çerezler*), **(ii)** sosyal ağ hesabına giriş yapmamış/hesabı olmayan kullanıcılar bakımından sosyal eklenti içerik paylaşımı çerezleri (*beğeni, paylaşım, yorum gibi*) ve **(iii)** çevrimiçi davranışsal reklamcılık çerezleri (*finansal kayıt tutma, reklam ortaklığı, tıklama sahtekârlığını algılama, araştırma ve pazar analizi, ürün geliştirme ve hata ayıklama gibi*) örnek verilmiş. Burada çerez kullanımı için alınan açık rızanın belirli bir konuya ilişkin, bilgilendirmeye dayalı ve özgür irade ile açıklanan bir rıza olması gerekiyor. Örneğin rıza verilmediği sürece siteye giriş yapılmasını engelleyen çerez duvarları kullanılarak toplanan rıza, geçerli bir açık rıza teşkil etmiyor.

Çerezlerle ilgili geçmiş Amazon kararı

Rehber’de, Kişisel Verileri Koruma Kurulu’nun 2020 yılında Amazon Türkiye hakkında verdiği karara **(Karar)** da yer verilmiş. Karar’da çerezler yoluyla kişisel verilerin işlenmesinin açık rıza dışında bir sebebe dayanabileceği ve açık rıza ve aydınlatma yükümlülüğüne ilişkin önemli hususlara yer verilmişti. Aydınlatmanın yalnızca ilgili konuya ilişkin, açık, sade ve anlaşılır şekilde yapılması, açık rıza gerekiyorsa aydınlatmanın ve açık rıza almanın ayrı işlemlerle yapılması, açık rızanın verilen hizmete ilişkin bir ön koşul olarak dayatılmaması ve her bir farklı amaç için ayrı açık rıza alınması, aydınlatmanın veri işlenmeden önce ya da en geç veriler elde edilirken (internet sitesine girildiği anda) yapılması, açık rızanın aktif bir eylemle verilmesi (yani opt-out yöntemi değil opt-in yöntemi kullanılması).

Uygulama örnekleri

Rehber’de, genel olarak çerezlerin kullanımına ilişkin çeşitli uygulama örneklerine yer verilmiş. Bunlardan iyi uygulama örneği olarak belirtilenler şu şekilde:

İyi Uygulama Örneği Olarak İnternet Sitesinde Bant Kullanımı

1.KATMAN

İnternet sayfamızda çerezler yoluyla kişisel veri işlenmekte olup gerekli olan çerezler bilgi toplumu hizmetlerinin sunulması amacıyla kullanılmaktadır, diğer çerezler açık rıza vermeniz halinde, sizlere yönelik reklam/pazarlama faaliyetlerinin yapılması, sitemizin daha işlevsel kılınması ve kişiselleştirme (gizlilik tercihiniz hariç olmak üzere diğer tercihlerinizin siteye tekrar girdiğinizde hatırlanmasını sağlamak) amaçlarıyla sınırlı olarak kullanılacaktır. Çerezlere dair tercihlerinizi panel vasıtasıyla yönetmeniz mümkün olup aydınlatma metnine erişmek için: <https://www.aaa.com.tr/cerezaydinlatma>

Hepsini Kabul Et

Hepsini Reddet

Çerez Ayarlarını Yapılandır

2.KATMAN

AAA

Gizlilik Tercih Platformu

Zorunlu Çerezler	Bu çerezler internet sitemizin çalışması amacıyla gerekli olan çerezlerdir. Söz konusu çerezler olup oturum süresince (sitemizin performansını ölçmek ve sitemizi iyileştirebilmek amacıyla kullanılan çerezler ve gizlilik tercihlerinin hatırlanması amacıyla kullanılan çerezler hariç olmak üzere) kişisel veri işlemekte, oturum sonlandığında otomatikman silinmektedir. Söz konusu çerezler talep etmiş olduğunuz bilgi toplumu hizmetinin (log-in olma, forma doldurma, ziyaretçilerin sayılması ve trafiğin ölçülmesi) yerine getirilebilmesi için zorunlu olarak kullanılmaktadır. Bu çerezler internet sitemizdeki ziyaretçilerin sayılması ve trafiğin ölçülmesine olanak sağlamaktadır. Bu sayede sitemizin performansını ölçmekte ve iyileştirebilmekteyiz. Bu çerezler yoluyla internet sitemizin performansını ölçmekte ve iyileştirebilmekteyiz. Söz konusu çerezler internet sitemizdeki hangi sayfaların en popüler olduğu, hangilerinin de en az popüler olduğunu anlamamıza yardımcı olan birinci taraf çerezlerdir. Cihazınızda 180 gün süreyle tutulmaktadır.	
Reklam/Pazarlama Çerezleri	Bu çerezler internet sayfamız aracılığıyla yerleştirilmiş reklam ortaklarımızın çerezleri olup üçüncü taraf çerezlerdir. Söz konusu çerezler cihazınızda 365 gün süreyle tutulacaktır. Bu çerezler iş ortaklarımız tarafından ilgi alanlarınıza göre profilinizin çıkarılması ve size ilgili reklamlar göstermek amacıyla kullanılmaktadır.	☒ Kapalı
İşlevsel Çerezler	Bu tür çerezler, internet sitemizi daha işlevsel kılmak ve kişiselleştirmek (tercihlerinizin siteye tekrar girdiğinizde hatırlanmasını sağlamak) üzere kullanılmaktadır. Söz konusu çerezler birinci taraf olup, cihazınızda 90 gün süreyle tutulmaktadır.	☒ Kapalı
Diğer Bilgiler	Aydınlatma metninin linki: https://www.aaa.com.tr/cerezaydinlatma	

Hepsine İzin Ver

Hepsini Reddet

Ayarları Kaydet

Daha fazla bilgi için, info@gokce.av.tr adresinden iletişime geçebilirsiniz.

Rehber uygulamaya iyi ışık tutacak nitelikte, çerez kullanılan platformların da kurgusunun ve tasarımın Rehber'e uyumlu hale getirilmesi için ilgililerin çalışmalarını hızlandırması faydalı olacak. Rehber hakkındaki görüş ve değerlendirmeler 10 Şubat'a kadar yazı ile veya cerrez@kvkk.gov.tr adresi üzerinden e-posta ile Kurum'a gönderilebilecek.

Rehber'in tam metnine [buradan](#), Karar'ın tam metnine [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Metaverse (Meta Evren) Furyası Son Hızıyla Devam Ediyor!

Metaverse kavramı hayatımıza nispeten yeni girdi ancak neredeyse her gün adından söz ettirmeyi ihmal etmiyor! Genel olarak *“artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ve blockchain gibi teknolojiler kullanılarak fiziksel dünyayla eş zamanlı ve entegre olarak deneyimlenebilecek ortak bir sanal evren”* olarak tanımlayabileceğimiz Metaverse'e yatırım yapan teknoloji devlerinin sayısı iyice artmış durumda.

Metaverse'ün etkisini detaylı bir şekilde [TFP Kasım 2021 sayımızda](#) değerlendirmiştik. Bu tarihten beri Metaverse'e ilişkin güncel gelişmelerin bazılarını aşağıda derledik.

Artırılmış gerçeklik. Mark Zuckerberg'ün Facebook'un adının “Meta” olarak değiştiğini ve Metaverse projelerine odaklanacağını duyurmasını takiben, diğer teknoloji devleri de Metaverse'e ilişkin çalışmalarına hız verdi. Google da “Iris Projesi” ile son zamanlarda gündemde. Artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri Metaverse'ün esaslı unsurlarından biri ve Iris Projesi ile Google, Meta ve Apple gibi rakiplerine yetişerek Metaverse piyasasında yer edinmeye çalışıyor gibi gözüküyor.

Perakende sektörü. Gündemde olan bir başka Metaverse girişimi ise perakende devi Walmart'ın marka tescil başvuruları. Walmart'ın 2021 sonunda ABD Patent ve Marka Ofisi'ne yaptığı başvurular, şirketin kendi kripto para ve NFT koleksiyonunu oluşturmaya niyetli olduğunu gösteriyor. Metaverse üzerinden perakende satışların yaygınlaşması ile sanal varlıklarda mülkiyet hakkı, Metaverse'te tüketici haklarının korunması gibi halihazırda tartışma konusu olan pek çok husus da gündemde yerini koruyor.

Gayrimenkul sektörü. Metaverse projelerinin en yaygınlaştığı alanlardan biri gayrimenkul sektörü; şimdiden Metaverse üzerinden çok sayıda arsa satın alınımı gerçekleştirildi. Türkiye'de de yakın zamanda sahibinden.com gibi platformlar üzerinden Metaverse'teki arazilerin satımının yapıldığı da görülmeye başlandı. Son analizlere göre de OVR platformu üzerinden en çok arsa satın alan ülkelerden biri Türkiye oldu. Elbette Metaverse üzerinden arsa alım satımları, bu sanal arsalara ilişkin kişilerin mülkiyet hakları, arsa sahipliğinin nasıl tescil edileceği ve korunabileceği gibi halen çözüm bulunamamış hukuki sorunları da beraberinde getiriyor.

Sonuç olarak Metaverse'ün popülerliği gün geçtikçe artarken, mevcut regülasyon öngörülen yenilikleri karşılamakta yetersiz kalıyor. Ancak Metaverse'in halihazırda teorik bir düzlemde kaldığını ve mevcut veya geliştirilecek pek çok farklı teknoloji ve iş modelini kapsadığını, bu yüzden net bir hukuki çerçeveye oturtmanın mümkün olmadığını da belirtmek gerekir. Bu kapsamda Metaverse'in kapsamı ve uygulaması şekillendikçe yetkili otoriteler tarafından da konuya ilişkin regülatif çalışmalara öncelik verileceğini öngörebiliriz.

Dijital Miras Hakkında Sıkça Sorulan Sorular

Apple, merakla beklenen iOS 15.2'yi 13 Aralık 2021'de yayımladı. "Legacy contact" özelliği ile belirleyeceğiniz kişiler, ölümünüzden sonra AppleID'nizin içindeki tüm verilere erişebiliyor. Dijital miras bu son gelişmelerle birlikte sıkça tartışılan konulardan birisi haline geldi.

Teknolojinin hızla gelişmesiyle sahip olduğumuz dijital mal varlığımız çeşitleniyor. E-posta, sosyal medya hesapları, alan adları, çevrimiçi oyun hesapları, dijital olarak sakladığımız fotoğraflar ve videolar dijital mal varlıklarımızdan yalnızca birkaçı. Dijital miras kavramı kişilerin mirasçılara bırakabilecekleri dijital mal varlıklarını ifade ediyor.

Dijital mirasa ilişkin merak edilenleri aşağıda sizler için derledik.

Hangi dijital mal varlıkları mirasçılara intikal eder?

Doktrin konuyu mevcut mevzuat hükümlerini yorumlayarak çözümlmeye çalışıyor. Zira dijital mal varlığının mirasçıya intikaline ilişkin henüz bir düzenleme bulunmuyor. Türk hukukunda miras bırakanın mal varlığı kül halinde mirasçıya intikal eder; fakat bu mal varlığının ne olduğu açıkça düzenlenmemekte. Genel olarak, kişiler hukuku ve aile hukukundan doğan hakların mirasçılara intikal etmeyeceği kabul ediliyor. Bu kabul doğrultusunda dijital mal varlığının niteliğine göre bir ayırım yapılarak, gelir elde edilen dijital mal varlığının intikal edeceği ifade ediliyor. Gelir getirmeyen dijital mal varlıklarının intikali sorusuna ise farklı cevaplar veriliyor. Bir kesim, özellikle sosyal medya hesapları başta olmak üzere ticari niteliği olmayan dijital mal varlıklarının, mektup veya günlük gibi değerlendirilerek mirasçıya intikal etmesi gerektiğini ifade ediyor. Aksi görüştekilere göre ise özel bir düzenleme getirilmediği sürece eşya niteliğinde olmayan ve sosyal medya platformlarıyla miras bırakan arasında akdedilen özel düzenlemeler uyarınca kullanılan hesapların devredilmemesi gerekiyor.

Dijital mirasın intikalinde ne gibi hukuki problemlerle karşılaşırız?

Dijital mirasın mirasçılara intikali konusunda ise dijital mal varlığında yer alan sanal edinimlere göre farklı hukuki problemlerle karşılaşılabilir. Örneğin, bir sosyal medya hesabının mirasçılara intikal etmesi halinde miras bırakanın üçüncü kişilerle iletişimi de mirasçıların erişimine açık olacaktır. Burada üçüncü kişiler bakımından kişisel verilerin gizliliğinin ihlal edildiği düşünülebilir. Ayrıca platformların metinlerde yer alan gizlilik yükümlülüklerinin ihlal edilip edilmeyeceği de üzerine düşünülmesi gereken bir konu. Son olarak, dijital mal varlıklarının mirasçılar arasında nasıl paylaşılacağı meselesi de belirttiğimiz hukuki problemlere eklenebilir. Bunlara benzer birçok konu dijital miras kavramı tartışıldıkça daha çok gündeme gelecektir.

Daha fazla bilgi için, info@gokce.av.tr adresinden iletişime geçebilirsiniz.

Konuya dair yargı kararları bulunuyor mu?

Henüz mirasa ilişkin düzenleme bulunmasa da yargı makamları konuya ilişkin kararlar vermeye başladı. Bunlardan belki de en önemlisi, Alman Federal Mahkemesi'nin konuyu detaylı olarak ele aldığı 2018 yılında verdiği kararı. Federal Mahkeme sosyal medya hesabının tıpkı miras bırakanın günlüğü gibi mirasçıya intikal edeceği sonucuna varmış.

Bu konu Türk mahkemelerinin de değerlendirdiği bir konu oldu. Antalya Bölge Adliye Mahkemesi güncel kararında, ilk derece mahkemesinin özel hayatın gizliliğinin ihlal edileceği gerekçesini reddederek hediye çekleri ve kuponların da içinde bulunduğu bir bulut depolama hesabının terekeye dahil olduğunu belirtmiş.

Sonuç olarak, mevcut durumda Apple gibi teknoloji şirketlerinin dijital mirasa dair çeşitli uygulamaları hayata geçirdiklerini görüyoruz. Hukuk sistemlerinin bu konudaki yaklaşımlarının ne olacağı ise merak konusu.

Microsoft, Oyun Dünyasının Macrosoft'u mu Oluyor?

Microsoft, Activision Blizzard'ı (**Activision**) 68.7 milyar Amerikan Doları (**USD**), yani hisse başına 95 USD karşılığında satın alma planlarını 18 Ocak'ta web sitesinde duyurdu (**Duyuru**). Bu satın alma gerçekleşirse Microsoft, gelir bakımından dünyanın en büyük üçüncü oyun şirketi olacak.

Activision, aylık yaklaşık 400 milyon aktif oyuncuya sahip ve 3 milyar USD değerindeki Warcraft, Diablo, Overwatch, Call of Duty ve Candy Crush gibi oyun serilerinin sahibi. Bu satın alma, Activision'ın sahip olduğu oyun serilerinin Microsoft'un oyun abonelik hizmeti olan Microsoft Game Pass'te yer almasına da yardımcı olacak.

Duyuruda, bu satın almayla Microsoft'un mobil, PC, konsol ve bulut genelindeki oyun işlerinde büyümenin hızlanacağı ve metaverse için yapı taşlarının sağlanacağı belirtildi. Duyuru boyunca, metaverse ve sanal oyun (virtual gaming) terimlerine bolca yer verilip bunların vurgulanması, Microsoft'un Metaverse hakkındaki planlarına işaret ediyor. Microsoft halihazırda bu planlar üzerine çalışmaya başlamıştı ve Nisan 2021'de sanal toplantı platformu olan Microsoft Mesh'i tanıtmıştı.

Microsoft'un planı anlaşmanın 2023 mali yılında tamamlanması yönünde. Bu kapsamda değerlendirilmesi gereken bazı riskler de mevcut. Microsoft'un Xbox ve şimdiye kadar bünyesine kattığı oyun şirketleri sayesinde oyun dünyasında elde ettiği güç, Activision'ın da satın alınması üzerine artacak. Bu durum, rekabet düzenlemeleri bakımından sorun çıkma ihtimalini de beraberinde getiriyor. Bunun dışında Activision'ın karşılaştığı taciz ve görevi kötüye kullanmaya ilişkin iddialar, Duyuruyla birlikte medya platformları ve Microsoft çalışanları tarafından yeniden gündeme getirildi. Microsoft Gaming CEO'su Phil Spencer, blog yazısında satın alma kesinleşene kadar Microsoft ve Activision'ın bağımsız şekilde çalışmaya devam edeceğini belirtti. Şirketlerin bağımsız çalışmaya devam etmesi, bahsedilen sorunları bastırmak için bir yol olabilir.

Duyuru'nun tam metnine [buradan](#), blog yazısının tam metnine [buradan](#) ulaşabilirsiniz (yalnızca İngilizce versiyonu mevcuttur).

Daha fazla bilgi için, info@gokce.av.tr adresinden iletişime geçebilirsiniz.

Yeni Bir Uzaktan Kimlik Tespiti ve Elektronik Ortamda Sözleşme Kurulması Yöntemi

Son zamanlarda kimlik doğrulamaya dair pek çok düzenlemeyle karşılaştık. Bunların en yenisi Finansal Kiralama, Faktoring, Finansman ve Tasarruf Finansman Şirketlerince Kullanılacak Uzaktan Kimlik Tespiti Yöntemleri ve Elektronik Ortamda Sözleşme Kurulmasına İlişkin Yönetmelik (**Yönetmelik**) ile getirilen oldu.

Yönetmelik; finansal kiralama, faktoring, finansman ve tasarruf finansman şirketlerinin yeni müşteri kazanımında uygulayacakları uzaktan kimlik tespitine ilişkin usul ve esasları düzenliyor. Uygulanacak uzaktan kimlik tespiti yönteminde riskin minimize edilmesi, yeterli seviyede güvenlik önleminin alınması, işlemin başlatılmasına ilişkin yetkilendirmeler, kimlik tespitinde kullanılan belgelerin ve doğrulama süreciyle kriterlerinin dokümantasyonuna ilişkin hükümler getiriyor. Kimlik tespitinde uygulanacak usul ise görüntülü görüşme aşaması ve diğer aşamalar şeklinde ayrılmış durumda. Uygulanacak usul genel olarak diğer mevzuatlara paralel şekilde düzenlenmiş.

Kimlik tespitini takiben, elektronik ortamda kurulan sözleşmelerin yazılı şeklin yerine geçecek nitelikte kurulabilmesi için şartlar da Yönetmelik'te ortaya konmuş. Müşteri bilgilerinin görüntülenmesi gibi finansal sonuç doğurmayan işlemler hariç elektronik ortamda sunulan hizmetler için en az iki bileşenden oluşan kimlik doğrulama mekanizması uygulanması gerekiyor. Kimlik doğrulamada T.C. kimlik kartının kart PIN'i veya biyometrik veriyle birlikte kullanılması veya elektronik imzanın kullanılması bu şartları karşılamak için yeterli sayılmış.

Yönetmelik ayrıca kimlik doğrulama sürecinde bilgilerin gizliliğinin korunması ve işlem güvenliğinin sağlanması gerekliliğine vurgu yapıyor ve buna ilişkin alınması gereken bazı tedbirlere yer veriliyor.

Gelişen teknolojiyle pek çok sektörde müşteri edinim ve sözleşme süreçlerinin dijital olarak uzaktan yürütülmesi artık mümkün. Bu süreçler de kaçınılmaz olarak kimlik doğrulamayı gerekli kılıyor. Yönetmelik'in kimlik doğrulama ile ilgili son düzenleme olmayacağını söylemek mümkün.

Yönetmelik 11 Şubat 2022 tarihinde yürürlüğe girecek. Tam metnine [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Teori değil. Cevap.

Gökçe Avukatlık Ortaklığı

Editörler:



Prof. Dr. Ali Paslı
ali.pasli@gokce.av.tr



Dr. Mehmet Bedii Kaya
bedii.kaya@gokce.av.tr



Elif Aksöz
elif.aksoz@gokce.av.tr



Yağmur Yollu
yagmur.yollu@gokce.av.tr

Hakkımızda

Gökçe Avukatlık Ortaklığı birleşme ve devralma, iş ortaklığı, özel sermaye ve ortak girişim işlemleri, bankacılık ve finans, sermaye piyasaları, sigortacılık, teknoloji, medya, telekom ve internet, e-ticaret, veri koruma, fikri mülkiyet, regülasyon, ticari alacak takipleri, gayrimenkul ve ticari dava alanlarını içeren geniş bir yelpazede hukuki hizmetler sunan İstanbul'da bulunan bir hukuk bürosudur. Hukuki personel ve uzmanlığımız hakkında daha fazla bilgi için www.gokce.av.tr adresinden web sitemizi ziyaret edebilirsiniz.

Lütfen bizimle iletişime geçin

info@gokce.av.tr

0 212 352 88 33

The Fine Print yalnızca genel bilgilendirme amacıyla hazırlanıp yayınlanmakta olup hukuki tavsiye içermemekte ya da avukat-müvekkil ilişkisi oluşturmamaktadır. Daha fazla bilgi almak istiyorsanız lütfen Gökçe Avukatlık Ortaklığı ile irtibata geçiniz. The Fine Print'de yer alan hiçbir içerik Gökçe Avukatlık Ortaklığı'nın yazılı izni olmaksızın çoğaltılamaz ya da uygun bir şekilde kaynak olarak gösterilmeksizin yayınlanamaz. İçeriğin doğruluğunu sağlamak için gereken tüm çaba gösterilmiş olmasına rağmen, Gökçe Avukatlık Ortaklığı içeriğin doğruluğunu garanti etmemektedir ve burada yer alan bilgilerdeki herhangi bir hata veya söz konusu bilgilere güvenilmiş olması dolayısıyla sorumlu tutulamaz. The Fine Print Gökçe Avukatlık Ortaklığı müvekkileri için hazırlanmıştır ve büronun müvekkilleri dışındaki dolaşım olasılığı reklam olarak yorumlanamaz.