

THE

Gökçe

Fine PRINT

NİSAN 2024
125

Reklam Kurulu'ndan İnternet Alışveriş Sitelerinin Üyeliklerine Dair Kararlar

- Kişisel Verileri Koruma Kurumu 2024-2028 Stratejik Planını Yayımladı
- ICO, Veri Koruma Düzenlemelerine Yönelik Ceza Rehberini Yayımladı
- Open AI ile New York Times Arasında Telif Hakları Mücadelesi

Reklam Kurulu'ndan İnternet Alışveriş Sitelerinin Üyeliklerine Dair Kararlar

Son zamanlarda dijitalleşme süreçlerinde yaşanan gelişmeler, tüketicilerin çevrimiçi ortamlara yönelimini arttırmakla birlikte daha fazla dijital reklam ve uygulamayla karşılaşmasına da yol açıyor. Nitekim bu durum, Reklam Kurulu'nun (**Kurul**) da dikkatini çekmişti ve Kurul'un incelediği reklam ve tanıtımlara dair dosyalara da yansımıştı. Bu kapsamda 2023 yılında Kurul gündeminde görüşülerek karara bağlanan dosyaların %79'unu dijital mecralardaki reklamlar ve uygulamalar oluşturmuştu.

Dijitalleşme süreçlerinin tüketicilerdeki etkisine dair Ticaret Bakanlığı nezdinde de "Dijital Tüketicinin Korunması Projesi/Faz I: Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar" projesi yürütülmüştü. Bakanlık tarafından 15 Ocak 2024'te yapılan duyuruda Dijital Mecralarda Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Araştırma Raporu'nun (**Rapor**) tamamlanmasıyla birlikte projenin ilk aşamanın tamamlandığı duyurulmuştu.

Rapor'da, dijital mecralarda her iki tüketiciden birinin kişisel verilerini paylaşma konusunda endişeli olduğu bilgisi yer alıyor. Rapor'da dikkat çeken başka bir veri ise; internet üzerinden alışveriş yaparken "devam etme koşulu" olarak sunulan "üye olma" ve "elektronik ileti onayı"ni her on tüketiciden yedisinin kabul etme eğiliminde olduğu, çerezler konusundaysa her on tüketiciden dördünün kabul etmeme eğiliminde olduğu.

Rapor'dan çıkan sonuçları dikkate alan Kurul, radarına satın alma aşamasında tüketicilere üyelik koşulu sunan internet sitelerini de almıştı. Bu kapsamda Kurul tarafından 12 Mart 2024'te yayımlanan 343 sayılı bültende özellikle 12 adet internet sitesine yönelik verilen kararlar oldukça dikkat çekici.

Kurul söz konusu kararlarda özellikle; tüketiciden satın alma işlemi için zorunlu ve gerekli olan bilgilerden daha fazla kişisel verinin talep edilip edilmediği, üyelikten çıkmak için üyeliğe girişte öngörülen yöntemlerden daha ağır koşullar öngörülerek üyelikten çıkmanın zorlaştırılıp zorlaştırılmadığı, üyelik sözleşmesi ile birlikte, çerez ve ticari ileti onayının tüketici tercihine sunulup sunulmadığı, kişisel verilerin hedefli reklamcılık ve pazarlama amacıyla üçüncü kişilerle paylaşılıp paylaşılmadığı hususlarını değerlendiriyor.

Bu kapsamda Kurul, ilgili kararlarda özellikle aşağıdaki durumları haksız ve/veya aldatıcı ticari uygulama olarak değerlendirdi:

- "Üye Ol" ve "Giriş Yap" seçenekleriyle birlikte sunulan "Üye Olmadan Devam Et" seçeneğinin farklı renkte ve küçük punto ile sunulması,
- Hesap oluşturma ve satın alma sürecinde gerekli olmayan kişisel verilerin zorunlu olarak talep edilmesi,
- Hesap oluşturma sürecinde reklam/tanıtımlara yönelik açık rızaya dair kutucuğun önceden işaretli bir şekilde gelmesi,
- Üyeliğe dair sözleşme içerisine reklam/tanıtımlara yönelik koşullar eklenerek aktif rıza olmadan tüketicilerden ticari elektronik ileti onayı alınmaya çalışılması,
- Üyelere hedefli reklamcılığı kabul edip etmemelerine dair bir seçenek sunulmaması,
- Tüketicilere, hedefli reklam koşulunu kabul ile aynı kolaylıkta ret hakkı tanınmaması,
- Tüketicilere üyeliğin iptal edilmesine yönelik herhangi bir bilgilendirme, yönlendirme, açıklama ya da seçenek sunulmaması ve
- Üyelik iptalinin üyeliğe kayıt aşamasındaki gibi aynı veya benzer kolaylıkla yapılamaması.

Yukarıda yer verilen uygulamaların ortak özelliği ise, tüketici mevzuatı açısından haksız ve aldatıcı ticari uygulama olarak değerlendirilmeleri. Nitekim, mevzuat kapsamında haksız ticari uygulamalar tüketiciyi aldatan veya yanıltan, dürüstlük ve adil ticaret ilkelerine aykırı her türlü ticari faaliyet olarak ifade edilebilirken; aldatıcı reklamlarsa ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozan veya bozma ihtimali bulunan uygulamalar (*örneğin; rakibinin malı, hizmeti, markası veya diğer bir ayırt edici özelliği ile karışıklığa sebep olan uygulamalar gibi*) olarak ifade edilebilir.

Bu kapsamda Kurul tarafından yapılan değerlendirmelerde, yukarıda yer verilen bu uygulamaların, tüketicilerin karar verme veya seçim yapma iradesini olumsuz etkilediği ve tüketicilerin açıkça bilgilendirilmediği söz konusu bu durumların firmalar lehine ve tüketiciler aleyhine değişikliklere yol açtığı vurgulandı.

Ayrıca Kurul tarafından, tüketiciye ürün satın aldıktan sonra platform üzerinde iz bırakmama imkanının tanınmaması da aynı kapsamda değerlendirildi ve bu gibi durumların tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olduğu, dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ifade edildi.

Kurul tarafından değerlendirmeye alınan 12 adet dosyaya uygulanan yaptırımlar, idari para cezası ile birlikte durdurma ve düzeltme cezaları.

Reklam Kurulu'nun ilgili kararlarının yer aldığı bültene buradan ulaşabilirsiniz.

Kişisel Verileri Koruma Kurumu 2024-2028 Stratejik Planını Yayımladı

Kişisel Verileri Koruma Kurumu (**Kurum**) ikinci stratejik planını yayımladı. Kurum, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun (**KVKK**) doğru şekilde anlaşılabilmesi ve etkin uygulanabilmesi için kurum, kuruluşlar ve vatandaşlar nezdinde farkındalığın da artırılmasına vurgu yaparak, kurumsal çalışmaların belli bir stratejiyle gerçekleştirilmesi gerektiğini; bu kapsamda Kurum'un da elinden gelen çabayı gösterdiğini belirtti.

İlgili stratejik planda Kurum, 2019-2023 Stratejik Planı'na dair de değerlendirmeler yaparak, amaç ve hedeflerini; ayrıca geçtiğimiz dönemde Kurum nezdinde yürütülen çalışmaları oldukça detaylı bir şekilde kamuoyuna duyurdu. Bu kapsamda Kurum, kendisine iletilen talep ve şikayetlerin çeşidi, Kurum nezdinde çalışanların eğitim seviyesi, Kurum'un yazılım ve donanım altyapısı ile envanterine dair pek çok kırılımda bilgi paylaştı.

Ayrıca Kurum, Kurum'un gelişmesi ve çalışmalarında yol gösterici olması amacıyla mevcut durum analizini, beklentilerini ve yol haritasını da paylaştı. Özellikle PEST ve GZFT analizleri kapsamında, mevzuatın ve uygulamasının neden doğru ve efektif yönetilmesi gerektiğine dair politik, ekonomik, teknolojik ve sosyal pek çok faktöre vurgu yapıldı. Bunun yanında Kurum'un güçlü ve geliştirilmeye açık yönleri de kamuoyuyla paylaşıldı.

Planın en kritik bölümlerinden biri ise gelecek döneme dair geliştirilecek stratejilere ilişkin vurgular. Bu kapsamda Kurum, önümüzdeki döneme dair amaçlarını tek tek sıralayarak bu amaçlara dair şimdiki durumun değerlendirmesi ve önümüzdeki dönemde bu amaçları gerçekleştirebilmek adına atmayı planladığı adımları detaylandırdı. Bu doğrultuda, hukuka uygun şekilde kişisel verilerin işlenmesini sağlamak, mevzuata dair toplumsal farkındalığı arttırmak, Kurum'un uluslararası arenada söz sahibi ve öncü bir kuruluş olmasını sağlamak, kurumsal yapıyı geliştirmek ve kapasiteyi arttırmak gibi pek çok amaç, birden çok açıdan değerlendirildi ve atılacak adımlar detaylandırıldı. Planda, her bir adımın aşamalarından sorumlu birimler, alt stratejiler, performans göstergeleri, planın yıllara göre beklenen dağılım yüzdesi ve hedef etkisi gibi kırılımlar da yer alıyor.

Plan'ın Kurum'un kurumsallaşma adımları ve ülkedeki KVKK farkındalığı arttırmak adına oldukça önemli detaylar içermesi sebebiyle kamuoyunda heyecan yarattığı söylenebilir. Uluslararasıca retten özel hayata kadar pek çok konuya temas eden kişisel verilerin son derece önemli olduğu göz önüne alındığında, Kurum'un planları ülkedeki her kurum, kuruluş ve kişi için kritik.

Kurum'un 2024-2028 Stratejik Planı'na buradan ulaşabilirsiniz.

ICO, Veri Koruma Düzenlemelerine Yönelik Ceza Rehberini Yayımladı

Bilindiği üzere, Bilgi Komisyonu Ofisi (**Information Commissioner's Office / ICO**) İngiltere'deki Veri Koruma Kanunu'nun (**Data Protection Act**) uygulanmasını düzenler. Aynı zamanda ICO, Data Protection Act ve Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Yönetmeliği (**GDPR**) kapsamındaki faaliyetleri de denetler.

ICO, 18 Mart 2024'te veri koruma düzenlemeleri kapsamında uygulanacak para cezalarına yönelik rehberini (**Rehber / Data Protection Fining Guidance**) yayımladı. Rehber; ICO'nun Birleşik Krallık'ta gerçekleşen veri ihlallerine yönelik GDPR ve Data Protection Act kapsamında para cezası uygulayıp uygulamayacağını ve para cezasının miktarının hesaplanmasına yönelik güncel yaklaşımını ortaya koyuyor.

Rehber'de, ICO'nun her bir somut olayı ayrı ayrı değerlendirerek veri ihlaline yönelik para cezası uygulayıp uygulamaya-acağına karar vereceği ifade ediliyor. Bununla birlikte Rehber'de ICO'nun, GDPR madde 83 ile paralel olarak; ihlalin ni-teliği, ağırlığı ve süresi, ihlalin kasıtlı veya ihmali olup olmadığı, ilgili kişilerin uğradığı zararı hafifletmek için veri sorumlusu veya veri işleyen tarafından hangi tür önlemlerin alındığı, veri sorumlusu veya veri işleyenin sorumluluk derecesi, ihlalin ICO tarafından nasıl öğrenildiği gibi pek çok kriteri dikkate alacağı da vurgulanıyor.

Yine ilgili Rehber'de ICO'nun para cezası uygulaması durumunda, para cezasının miktarının aşağıdaki beş adımda hesaplanacağı ifade ediliyor:

- Birinci adım: İhlalin ciddiyetinin değerlendirilmesi.
- İkinci adım: İhlale sebep olan şirketin cirosunun hesaplanması.
- Üçüncü adım: Başlangıç noktasının belirlenmesi (1. ve 2. adımların sonucuna göre).
- Dördüncü adım: Ağırlaştırıcı ve hafifletici faktörlerin varlığının tespit edilmesi.
- Beşinci adım: Para cezasının etkili, orantılı ve caydırıcı olmasını sağlamak için atılacak adımların belirlenmesi.

Rehber'de ICO'nun uygulayabileceği asgari ve azami ceza tutarları da belirtiliyor. Buna göre azami ceza tutarı, ihlal edilen yasa hükme göre belirlenecek. Standart azami tutar, 8,7 milyon Sterlin veya bir önceki mali yıldaki dünya çapındaki cironun %2'si arasında yüksek olan tutar olacak. Azami tutarsa 17,5 milyon Sterlin veya bir önceki mali yıldaki dünya çapındaki cironun %4'ü arasında yüksek olan tutar olacak.

Rehber, özellikle Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren veya gösterecek veri sorumluları ve veri işleyenler açısından veri koruma düzenlemelerine ilişkin cezalarında belirliliği sağlaması açısından kritik.

ICO tarafından yayımlanan Rehber'in linkine buradan ulaşabilirsiniz (*yalnızca İngilizcesi mevcut*).

Open AI ile New York Times Arasında Telif Hakları Mücadelesi

Tüm dünyayı kasıp kavuran ChatGPT, telif hakları konusunda önemli bir sınav veriyor. ABD başta olmak üzere dünya kamuoyunun dikkati New York Times'ın, OpenAI ve Microsoft'a karşı açtığı davada.

Söz konusu davada New York Times; ChatGPT'nin kendilerine ait milyonlarca makaleyi internet üzerinden veri kazıma (scraping) yöntemiyle edindiğini, söz konusu makaleleri kopyalayarak ve kullanarak bilgi tabanını oluşturduğunu ifade ederek telif hakkı ihlali iddiasında bulunmuştu. Bu doğrultuda New York Times hem OpenAI'ın hem de Microsoft'un artık kendi içeriğiyle doğrudan rekabet ettiğini de öne sürmüştü.

Bununla birlikte New York Times'ın iddiaları arasında, ChatGPT'nin kendi içeriklerini kelimesi kelimesine okuyan, içeriğe yakın özetler çıkaran ve Times'ın ifade tarzını taklit eden çıktılar üretebildiği de yer almıştı.

Buna karşılık yaşanan güncel gelişme OpenAI tarafında. Geçtiğimiz günlerde, OpenAI konuya dair resmi bir açıklama yaptı ve New York Times'ın içeriklerini kelimesi kelimesine kullandığı iddialarını yalanladı. Bununla birlikte OpenAI açıklamasında dikkat çeken bir iddiada bulundu ve New York Times'ın yapay zeka promptlarını manipüle ederek ChatGPT'yi alıntı yapmaya zorladığını, hatta bu durumda bile ChatGPT'nin genelde birebir alıntı yapmamasından dolayı Times'ın çok sayıda deneme yaparak aralarından bazılarını seçtiğini savundu.

OpenAI ayrıca, büyük dil modelinde bu tür sorunların yaşanmaması için çalışmalar yaptıklarını ancak Times'ın dava açmadan önce ellerindeki örnekleri paylaşmayı reddettiğini iddia etti. Kelimesi kelimesine alıntılama örneklerinin bir yıl önceki makalelere ait olduğunu belirten OpenAI, o zamandan bu zamana bahsedilen içeriklerin pek çok başka sitede kullanıldığını da dile getirdi.

Görüleceği üzere, yapay zekada devrim niteliğinde gelişmeler yaşanmaya devam ederken bir yandan da telif hakları başta olmak üzere birçok uyuşmazlık da gündeme geliyor. Bunun en dikkat çekici örneklerinden biri de New York Times ile OpenAI ve Microsoft arasındaki dava. Söz konusu davada bundan sonra neler yaşanacağı da merak konusu.

Teori değil. Cevap.

Gökçe Avukatlık Ortaklığı

Editörler:



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



Doç. 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 müvekkileri dışındaki dolaşım olasılığı reklam olarak yorumlanamaz.