

# THE FINE PRINT

Teori değil. Cevap.

## EVİNİZDEKİ SESSİZ YABANCI: ROBOT SÜPÜRGE

- Tüketici ve E-Ticaret Mevzuatında Beklenen Değişiklikler Gerçekleşti
- Kripto Varlıklara İlişkin Düzenlemeler Dur Durak Bilmiyor
- Karanlık Ticari Tasarımlar Yine Gündemde: Reklam Kurulu'nun Yeni Basın Bülteni

## GÜNCEL HUKUKİ GELİŞMELER

- Yapay Zekanın Kazanımlarına Yönelik TBMM Komisyonu Kuruluyor
- Sosyal Medya Platformları, Elde Edilen Verilerin Tamamını Hedefli Reklamcılık Amacıyla Kullanamaz

## Evinizdeki Sessiz Yabancı: Robot Süpürge

Bir markaya ait robot süpürgeler, Amerika'da birçok farklı şehirde bulunmalarına rağmen kimliği henüz bilinmeyen kişilerce "hacklendi". Süpürgelerin sahipleri, süpürgelerin fiziken kontrol edildiğini, hakaretler ve ırkçı küfürler ettiğini ve hatta evcil hayvanlarını kovaladığını iddia ediyor. Konuyla ilgili bazı videolar da internette oldukça ses getirdi.

İlgililerden biri robot süpürgeci bazı cızırtı sesleri duyulduğunu, ardından robot süpürge uygulaması üzerinden birinin canlı kameraya bağlandığını iddia ediyor. Kişi, uygulamanın şifresini sıfırlayıp süpürgeyi yeniden başlatmasına rağmen, süpürgecinin hakaretler etmeye başladığını ve çözümünü sadece cihazı tamamen kapatarak bulabildiğini söylüyor.

Bu veri ihlalinin etkilenen kişiler, her şeye rağmen siber saldırganların varlığından haberdar olmaktan memnun. Çünkü, kamera ve ses kayıt özelliği de bulunan ve evdeki odaların/şeyaların yerlerini de belleğinde tutabilen bu küçük robotların daha büyük özel hayat ihlallerine de sebebiyet verebileceği aşikâr.

Robot süpürgecinin ait olduğu şirket ise siber saldırı gerçekleştirildiğini kabul etmekle birlikte, sistemlerinde "güvenlik açığı nedeniyle ele geçirildiğine dair kanıt bulunamadığını" iddia ediyor.

Şirket, olaya ilişkin veri güvenliği ihlalinin bir kişinin aynı kullanıcı adı ve şifreyi birden fazla web sitesinde tekrar kullanması ve bu kombinasyonun ayrı bir siber saldırıda çalınması yoluyla gerçekleştiğine yönelik bir açıklama yaptı. Şirket ayrıca, uygulamadaki önemli güvenlik açıkları konusunda ilgilileri zamanında bilgilendirdiğini iddia etmesine rağmen, kişiler böyle bir sorun hakkında bilgilendirilmediklerini iddia ediyor.

### Şirketin Toplamda Kaç Cihazının Hacklendiği Bilinmiyor

Uzmanlar, bu siber saldırının sistemde bilinen güvenlik açıkları nedeniyle yaşandığı kanaatinde.

Bu güvenlik açıklarından en kritiği ise robot süpürgeye 100 metre uzaklıktan tam erişim sağlayabilen bluetooth konektöründeki bir açıklık. Şirketin geçmişte de başka güvenlik açıkları yaşadığı biliniyor.

### Hukuki Bir Bakış

Teknolojinin hayatımızın her alanına git gide daha çok dahil olması sebebiyle verilerinin ele geçirilme endişesi taşıyan kişi sayısı da hızla artıyor. Bu durum, veri güvenliğini her zamankinden daha kritik bir hale getiriyor. Özellikle nesnelerin interneti (IoT) cihazlarından robotlara, otomasyon makinelerine kadar birçok alanda veri güvenliğinin sağlanması teknolojik ilerlemedeki tehditlere karşı alınacak en önemli tedbirlerden biri haline geldi.

Günlük hayatta en çok karşımıza çıkan teknolojilerden biri olan IoT, algılayıcı/sensör bulunan her bir nesnenin internet vasıtasıyla birbirleriyle ve insanlarla iletişim kurmasını sağlıyor. Robot süpürgeler de bunun en iyi örneklerinden biri. Bu IoT teknolojisi ise kısaca şu şekilde işliyor:

- **Veri Toplama:** Nesneler, çevrelerinden veri toplayan sensörlerle donatılır.

- **Veri Paylaşımı:** Toplanan veriler, bulut sistemlerine aktarılır. Burada, verilerin güvenli bir şekilde depolanması ve paylaşılması sağlanır.

- **Veri Analizi:** Bulutta yer alan özel yazılımlar, bu verileri analiz ederek anlamlı bilgiler ortaya çıkarır.

Kullanıcıya İletim: Son olarak, analiz edilen veriler bir uygulama veya web sitesi aracılığıyla kullanıcılara sunulur ve "çıkırtı" gerçekleştirilmiş olur.

Bu akış sayesinde bir robot süpürge nesnelere algılayabilir, video veya ses kaydı alabilir, kişinin özel yaşamına ilişkin verileri de içeren bazı veriler elde edebilir veya kendi başına ya da diğer nesnelerle birlikte verileri işleyebilir, bunları analiz edebilir. Dolayısıyla bu cihazların, kötü niyetli kişiler tarafından hedef olarak belirlenmeye çok uygun olduğu tartışmasız.

Konuya ilişkin farklı hukuk düzenlerinde çeşitli düzenlemeler bulunuyor. Tabii ki, temelde özel hayatın gizliliğinin ihlali, bilişim cihazlarına yetkisiz erişim ve verilerin yetkisiz şekilde işlenmesi gibi birçok suç doğabileceği tartışmasız. Bunun yanında genel anlamda Avrupa Birliği Siber Güvenlik Yasası (EU Cybersecurity Act), NIS2 Siber Güvenlik Direktifi ve AB Siber Dayanıklılık Yasası oldukça kritik. Yine Amerika Birleşik Devletleri'nde 2020 IoT Siber Güvenliği İyileştirme Yasası, bu dijital cihazların güvenlik standartları ve endüstri için son derece önemli. Ülkemizde ise henüz özel bir mevzuat olmasa da Türk Ceza Kanunu ve Kişisel Verilerin Korunma Kanunu'nda genel koruyucu hükümlerin mevcut olduğunu söylemek mümkün.

En önemli konunun veri ihlali yaşanmadan önce, cihazın belirli standartları taşıyacağı ve güvenlik tedbirlerine uygun çalışacağına sağlandığı bir düzen olduğu ise aşikâr.

IoT teknolojisinin hayatımızın her alanına sızmaya devam etmesiyle, bu konuda özel düzenlemelerin gerekliliği de gün geçtikçe artıyor. Tüm dünyada ve ülkemizdeki gelişmeleri heyecanla takip ediyoruz.

## Tüketici ve E-Ticaret Mevzuatında Beklenen Değişiklikler Gerçekleşti

Türkiye'deki regülasyon değişikliklerinde, son zamanlarda en hareketli alanlardan biri şüphesiz tüketici ve elektronik ticaret mevzuatı. Bu kapsamda, bu alanlarda değişiklikler öngören Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi, 18 Temmuz 2024'te TBMM Başkanlığı'na sunulmuştu. Teklife dair TFP Ağustos sayımızdaki yazımıza [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Teklif, elektronik ticaret ve tüketici mevzuatında değişiklikler öngören hükümler için kabul edildi ve 30 Ekim 2024 tarihli Resmi Gazete'de yayımlandı. Değişikliklerin bir kısmı yayım tarihinde; bir kısmıysa bir süre sonra yürürlüğe girecek. Kritik başlıklar ise şu şekilde:

- Tüketici kredisi ve konut finansmanı sözleşmeleri artık mesafeli olarak kurulabilecek.
- Doğrudan satış sistemlerinin tanımı, gereklilikleri ve taşınması gereken özellikler belirlendi ve detaylandırıldı.

• Reklam Kurulu'nun idari para cezası uygulama yetkisi 6 milyon TL'ye kadar yükseldi. Reklam Kurulu, artık sabit bir ceza uygulamak yerine, somut durumu değerlendirerek para cezası verebilecek.

• Reklam Kurulu tarafından verilen idari para cezaları da uzlaşma kapsamına alındı.

#### Elektronik ticaret lisansı değişiklikleri:

Bilindiği üzere, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar, e-ticaret mevzuatındaki değişiklikler uyarınca artık lisans almak zorunda. Lisans ücreti hesaplamasında ise oldukça kompleks bir yapı var.

Değişikliklerle birlikte, e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı ve ekonomik bütünlük içinde bulunduğu elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıların belirli şartları sağlayan ve yatırım teşvik belgesi alınarak gerçekleştirilen yatırım harcamaları net işlem hacminden düşülecek. Söz konusu indirimler, Bakanlıkça hesaplanan e-ticaret hacminin yüzde 20'sini aşmayacak.

Kanun'un tam metnine [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

## Kripto Varlıklara İlişkin Düzenlemeler Dur Durak Bilmiyor

Kripto varlıklara yönelik önemli düzenlemeler içeren, Sermaye Piyasası Kanununda (**Kanun**) Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun 2 Temmuz 2024'te Resmî Gazete'de yayımlanmış ve geçiş hükümleriyle birlikte yürürlüğe girmiş; kripto varlık hizmet sağlayıcı şirketlerin kuruluşlarına, ortaklarına, yöneticilerine ve sermayelerine yönelik ilke ve esasları belirlemek konusunda Sermaye Piyasası Kurulu (**Kurul**) yetkili kılınmıştı.

Kurul, 8 Ağustos 2024'te ilk ilke kararını yayımlamıştı. Kararda; kripto varlık alım satım, ilk satış ya da dağıtım, takas, transfer, bunların gerektirdiği saklama ve belirlenebilecek diğer işlemlerin bir veya daha fazlasının gerçekleştirildiği platformlar için gerekli ilke ve esaslar yer alıyordu.

Gelinen aşamada Kurul, yeni ilke kararını (**Karar**) yayımladı. Karar'da, müşteri nakitlerinin saklanması farklı uygulamalar olduğu, müşteri emirlerinin sosyal medya üzerinden alındığı ve kripto varlıkların listelenmesi konusunda düzenleme yapılması gerektiği belirtiliyor. Ayrıca, kripto varlık platformlarının reklam, duyuru ve yatırımcı koruma konularında da düzenlemeye ihtiyaç duyulduğu vurgulanıyor.

Karar'da yer verilen başlıca ilke ve esaslar aşağıdaki gibi:

- Müşteriler adına açılan hesaplar, platform müşterilerine ait olduğu açıkça belirtilerek tanımlanmalı ve belirlenen amacın dışında kullanılmamalı.
- Müşteri emirleri yalnızca platformların belirttiği internet siteleri, mobil uygulamalar veya kayıtlı telefonlar aracılığıyla alınmalı. Aksi takdirde diğer yöntemlerle alınan emirlerin izinsiz faaliyet sayılacağı düzenlendi.
- Müşterilerden elden nakit alımı veya teslimi gibi işlemler yasaklandı.
- WhatsApp, Telegram gibi sosyal medya platformları üzerinden müşteri emirleri alınmayacağı düzenlendi.
- Müşterilere ait nakitlerin bankalarda tutulmasının zorunlu olduğu vurgulanarak, müşteri adına açılan hesapların başka bir amaçla kullanılmayacağına altı çizildi.

• Kurul'un önceki ilke kararında da vurgulandığı üzere platformların, müşterilerin nakit transferlerini yalnızca yetkili bankalar veya kuruluşlar aracılığıyla gerçekleştirmeleri gerektiği yeniden vurgulandı.

• Emirlerin log kayıtlarının zaman damgasıyla saklanması için gerekli altyapının oluşturulması ve kayıtların 8 Kasım 2024'ten itibaren bu şekilde tutulması zorunlu hale getirildi.

• NFT'ler ile sadece sanal oyunlarda kullanılan varlıkların kapsam dışında olduğu düzenleniyor. Faaliyette bulunanlar listesindeki platformların bu varlıkları listelediklerinde uyarı koymaları ve Kurul'a bildirimde bulunmaları gerektiği de ifade edildi.

• P2P pazar yerlerinde kendi adına fakat başkası hesabına ticari amaçla düzenli işlem yapılması faaliyetlerinin 8 Kasım 2024'e kadar sonlandırılması gerektiği düzenlendi. Zira, bu faaliyetlerin izinsiz kripto varlık hizmet sağlayıcılığı olarak değerlendirilebileceği belirtildi.

• Platformların reklam, ilan ve duyurularında objektif olmaları, yanıltıcı bilgi kullanmamaları zorunlu hale getirildi.

• Herhangi bir yöntemle platforma müşteri kazandıran kişilere veya kazandırdıkları müşterilere, herhangi bir menfaat veya faydanın sağlandığı promosyon kampanyaları düzenlenmeyeceği ifade edildi.

• Getiri vaadi sunan (staking) veya belirli kripto varlıklara yatırım yönlendiren promosyon kampanyaları yasaklandı.

• Ödünç kripto varlık işlemleri, kredi verme amacı taşıyan işlemler ve kaldıraçlı işlemler yasaklandı.

• Platformların, Merkezi Kayıt Kuruluşu'na veri transferi için gerekli teknik altyapıyı sağlayarak, MKK'nın öngöreceği şekil ve takvim çerçevesinde sistem entegrasyonu yapmaları gerektiği düzenlendi.

• Kripto varlıklar müşterilerin cüzdanlarında saklanmıyorsa, platformların 8 Kasım 2024'e kadar cüzdan anahtarlarının kontrolünü sağlaması gerektiği belirtildi.

Bu ilke Karar, kripto varlık sektöründe düzenin sağlanması ve yatırımcı güvenliğinin artırılması açısından dönüm noktalarından biri olacak. Karar'a uyum sağlamak, platformların faaliyetlerini şeffaf ve yasal çerçevede sürdürmelerini zorunlu hale getirirken, sektörde kalıcılık ve güven inşa etmek için de kritik bir adım olacak.

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

## Karanlık Ticari Tasarımlar Yine Gündemde: Reklam Kurulu'nun Yeni Basın Bülteni

10 Eylül 2024'te gerçekleştirilen Reklam Kurulu (**Kurul**) toplantısında tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte birçok reklam ve ticari uygulama değerlendirildi. Toplantının ana gündemini "**Karanlık (Ticari) Tasarımlar**" oluşturdu. Karanlık Tasarımlar, tüketicilere yönelik manipülatif ve etik dışı ticari stratejileri içeren, müşterileri bilinçsizce kararlar almaya yönlendiren tasarımlar olarak tanımlanabilir.

Bu tasarımlar, yetkili otoritelerin bu sıralar oldukça gündeminde. Nitekim, geçtiğimiz aylarda da Karanlık Ticari Tasarımlar'a ilgili Kişisel Verileri Koruma Kurumu ve Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü arasındaki iş birliğine dair protokol imzalanmıştı. Kurumlar, bu tasarımlara karşı tüketicileri korumak ve verilerin meşru kullanılmasını sağlayabilmek amacıyla takipte olacaklarını açıklamışlardı. Konuya dair TFP Eylül sayımıza [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Genel Müdürlüğün bu iş birliği ardından beklenen şekilde, Reklam Kurulu'nun bu ayki toplantısının temel konusu da "Karanlık Ticari Tasarımlar" oluyordu. Bu kapsamda Kurul, kararlarında aşağıdaki bazı kritik noktaların altını çizdi ve karanlık tasarımlara ilişkin tespit ve değerlendirmelerini kamuoyuna duyurmuş oldu.

- "ücretsiz deneme" fırsatından yararlanmak için ödeme yöntemi bilgisi girilmesinin zorunlu kılındığını, oysa tüketicinin zaten abone olmak konusunda emin olmaması sebebiyle deneme süreli hizmeti edinmek istediği; tüketicinin belirli bir işleve erişmek için bir şeyler yapmaya zorlandığı ve bunun haksız olduğu;
- "...kişi favoriledi", "... kişinin sepetinde" vb. nitelikteki bildirimlerin tüketicilerin karar verme veya seçim yapma iradesini olumsuz etkilediği;
- Tüketicinin yönlendirilmek istediği alan/butonun renklerinin daha dikkat çekici yapılması ve ön plana çıkarılmasının da tüketiciyi yönlendirici olduğu;
- Güncellenen üyelik sözleşmesinde "Kabul et" ifadelerine açıkça yer verilmesine rağmen tüketicilere herhangi bir şekilde söz konusu teklifi "reddetme" imkanının sağlanmadığı; "Devam et" seçeneğinin "X" işaretine kıyasla tasarımsal olarak daha çok ön plana çıkarıldığı, bunun karanlık tasarım olduğu.

Son zamanlarda sıkça karşılaşılan "popülerlik" vurgusunu da değerlendiren Kurul, reklam ve tanıtımlarda abonelik paketlerine ilişkin "en popüler" ve "en çok tercih edilen" ibarelerine vurgu yapıldığı takdirde bu ifade ile kastedilenin (satın alma sayısı, tıklama sayısı, sepete ekleme sayısı vb.) açık ve net bir şekilde belirtilmesi gerektiğini değerlendirdi.

Yukarıda belirtilen uygulamalar doğrultusunda Kurul, anılan aldatıcı ve yanıltıcı olan şirket uygulamalarının Karanlık Tasarımlar olduğunu değerlendirerek idari yaptırımlar uyguladı.

İlgili basın bülteni duyurusunun tam metnine [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

## Yapay Zekanın Kazanımlarına Yönelik TBMM Komisyonu Kuruluyor

5 Ekim 2024 tarihli Resmî Gazete'de "Yapay Zekanın Kazanımlarına Yönelik Atılacak Adımların Belirlenmesi, Bu Alanda Hukuki Altyapının Oluşturulması ve Yapay Zeka Kullanımının Barındırdığı Risklerin Önlenmesine İlişkin Tedbirlerin Belirlenmesi Amacıyla Bir Meclis Araştırması Komisyonu Kurulmasına Dair Karar" yayımlandı.

Çalışma süresi 3 ay olarak belirlenen komisyon, 22 üyeden oluşuyor. Komisyon, yapay zekanın gelişimi dolayısıyla atılabilecek adımların belirlemeyi, yapay zekanın toplumsal, ekonomik ve etik boyutlarını derinlemesine incelemeyi hedefliyor.

Bu gelişme, hem yapay zekanın oluşturduğu fırsat ve faydaların hem de risklerinin yönetilmesi açısından önemli bir yol haritası oluşturacak. Küresel anlamda yapay zekanın etkinliğini ve her geçen gün hayatlarımızdaki etkisini artırdığı şu günlerde; kurulması kararlaştırılan araştırma komisyonun ileri günlerdeki faaliyetleri merak konusu.

İlgili TBMM kararına [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

## Güncel Adalet Divanı Kararı: Sosyal Medya Platformları, Elde Edilen Verilerin Tamamını Hedefli Reklamcılık Amacıyla Kullanamaz

Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) tarafından alınan bazı güncel kararlar 4 Ekim 2024'te basın bülteninde yayımlandı. Kararlar, kişisel veriler bakımından son derece önem arz ediyor. Yayımlanan kararlar arasında en dikkat çeken, Meta platformlarının kişisel verileri ihlal eden eylemlerine karşı ABAD'ın duruşunu belirleyen C-446/21 numaralı karar.

Kararda, Facebook gibi bir sosyal medya ağının, elde ettiği kişisel verilerin tamamını, zaman kısıtlaması olmaksızın ve veri türü ayrımı yapmaksızın hedefli reklam amacıyla kullanamayacağı vurgulanıyor. Davaya konu olayı özetlemek gerekirse; her şey bir aktivist olan Maximilian Schrems'in kamuya açık bir panelde cinsel yönelimiyle ilgili bir açıklamada bulunmasıyla başlıyor. Schrems, böyle bir verisini Facebook'ta paylaşmıyor, yalnızca konuşmacı olarak katıldığı bir panelde sözlü olarak açıklıyor. Ardından, Meta platformlarından olan Facebook üzerinden düzenli olarak eşcinsellere yönelik reklamlar ve ilgili etkinliklere davetiyeler almaya başlıyor. Bu noktada Meta platformlarından biri olan Facebook'un; kullanıcılarının Facebook dışı verilerini de toplayıp işlediği anlaşılıyor.

İlgili davadaki asıl tartışma konusu, Schrems'in kamuya açık bir panel tartışması vesilesiyle eşcinsel olduğunu açıklayarak kendisi hakkındaki özel nitelikli kişisel verileri açıkça kamuya açıklaması dolayısıyla bu verilerin GDPR kapsamında işlenmesine izin verip vermediği. İlgili veriler, kişinin kendisi tarafından kamuya açık bir panel ortamında sözlü olarak açıklanmışa da; herhangi bir sosyal medya platformunda duyurulmamış; bu tip bir bilginin herhangi bir sosyal medya platformunca işlenmesine rıza gösterilmemiş durumda.

İlgili kişi tarafından kamuya açık ortamda duyurulmuş bu tip kişisel verilerin rıza dışı işlenmesi ve hedefli reklamcılık amaçlarıyla kullanılması bakımından ABAD, kararda, iki ana soru yönelterek ilgili GDPR hükümlerini değerlendiriyor:

- GDPR madde 5(1)(c), ana davadaki gibi bir platform tarafından tutulan tüm kişisel verilerin zaman veya veri türü kısıtlaması olmaksızın hedefli reklamcılık kullanılabileceği şeklinde mi yorumlanmalı?

GDPR m. 5/1-c veri minimizasyonu ilkesini düzenler. GDPR'ın ilgili maddesine göre kişisel veriler yeterli, ilgili ve işlendikleri amaç için gerekli olanla sınırlı olmalıdır. ABAD, veri minimizasyonu ilkesinin ilgili kişiden/ üçüncü kişilerden elde edilen ve sosyal medya platformunda veya bu platform dışından toplanan tüm kişisel verilerin hedefli reklamcılık amacını bertaraf ettiğini belirtmiştir. Verinin toplanması, analiz edilmesi ve işlenmesi bakımından söz konusu engellenmenin zaman kısıtlamasına, veri türüne göre ayırma tabi olmadığı da belirtilmiştir.

- GDPR madde 5(1)(b), madde 9(2)(e) ile değerlendirildiğinde, bir panel tartışması sırasında kişi tarafından cinsel yönelimi hakkında yapılan bir açıklamanın, kişiselleştirilmiş reklam amacıyla verilerin toplanması/analiz edilmesi maksadıyla cinsel yönelimle ilgili diğer verilerin işlenmesine izin verdiği şeklinde mi yorumlanmalı?

GDPR m. 9 özel nitelikli kişisel verilerin işlenmesini düzenler. Mahkemenin atf yaptığı hüküm olan GDPR m. 9(2) (e) ise, işlenen verinin, ilgili kişinin açıkça kamuya duyurduğu hususlar hakkında olmasını düzenler. Nihayetinde ABAD, bu soruyu “...ilgili kişinin kamuya açık bir panel sırasında kendi cinsel yönelimi hakkında yaptığı bir açıklama, ilgili kişinin GDPR madde 9(2)(e) kapsamında bu verileri açıkça kamuya açıkladığı bir eylem teşkil edebilir. Ancak bu durum, kişiselleştirilmiş reklam amacıyla verilerin bir araya getirilmesi ve analiz edilmesi amacıyla bu verilerin işlenmesine tek başına izin vermez.” şeklinde yanıtlamıştır. Bundan hareketle, kamuya yapılan açıklamaların, sosyal medya platformuna, bu açıklama konusu üzerinden hedefli reklamcılık yapma hakkı sağlamayacağı karara bağlanmıştır.

Tüm bunlara ek, karara göre Meta, kullanıcılar reklama izin verse bile, veri havuzunun sadece küçük bir bölümünü reklam amaçlı kullanabilir.

Karar, kişinin kamuya açık alanda duyurduğu kişisel verisinin ve bu veriyle bağlantılı olabilecek diğer verilerinin sosyal medya platformlarınca kendiliğinden işlemeye alınmasının önüne set çektiği için kritik.

İlgili ABAD basın bültenine [buradan](#) (yalnızca AB dillerinde mevcut); ABAD kararına ise [buradan](#) (yalnızca AB dillerinde mevcut) ulaşabilirsiniz.

## Editörler



**Görkem Gökçe**

[gorkem.gokce@gokce.av.tr](mailto:gorkem.gokce@gokce.av.tr)



**Doç. Dr. Mehmet  
Bedii Kaya**

[bedii.kaya@gokce.av.tr](mailto:bedii.kaya@gokce.av.tr)



**Elif Aksöz**

[elif.aksoz@gokce.av.tr](mailto:elif.aksoz@gokce.av.tr)



**Yağmur Yollu**

[yagmur.yollu@gokce.av.tr](mailto: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](http://www.gokce.av.tr) adresinden web sitemizi ziyaret edebilirsiniz.

### Lütfen bizimle iletişime geçin

[info@gokce.av.tr](mailto: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.