

İLETİŞİM BİLİMLERİNDE SOSYAL AĞ ARAŞTIRMALARI

Editör: Dr. Öğr. Üyesi Nihal Acar



İletişim Bilimlerinde Sosyal Ağ Araştırmaları

Editör: Dr. Öğr. Üyesi Nihal Acar

Yayın No.: 5146

İletişim No.: 154

ISBN: 978-625-397-896-9

E-ISBN: 978-625-397-895-2

Basım Sayısı: 1. Basım, Kasım 2023

© Copyright 2023, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ.
SERTİFİKA NO.: 40340

Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir.
Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik
ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

Nobel Akademik Yayıncılık, 2011 yılından beri "tanınmış uluslararası yayınevi" statüsündedir.

Genel Yayın Yönetmeni: Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-
Genel Yayın Koordinatörü: Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Sayfa Tasarım: İrem Nur Özturhan -irem@nobelyayin.com-
Redaksiyon: Mine Metin -mine@nobelyayin.com-
Kapak Tasarım: Mervin Selda Adal -mervin@nobelyayin.com-
Görsel Tasarım Uzmanı: Mehtap Yürümez -mehtap@nobelyayin.com-

Kütüphane Bilgi Kartı

Acar, Nihal

İletişim Bilimlerinde Sosyal Ağ Araştırmaları / Editör: Dr. Öğr. Üyesi Nihal Acar

1. Basım, VI + 108 s., 13,5x21,5 cm. Kaynakça var, dizin yok.

ISBN: 978-625-397-896-9

E-ISBN: 978-625-397-895-2

1. İletişim Bilimleri 2. Sosyal Ağ 3. Araştırma

Genel Dağıtım

ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.

Adres: Bahçekapı Mh. 2465 Sk. Oto Sanayi Sitesi No:7 Bodrum Kat, Şaşmaz/ANKARA

Telefon: +90 312 278 50 77 - **Faks:** 0 312 278 21 65

Sipariş: siparis@nobelyayin.com- **E-Satış:** www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com
www.atlaskitap.com - info@atlaskitap.com

Dağıtım ve Satış Noktaları: Alfa, Kırmızı Kedi, Arkadaş, D&R, Dost, Kika, Kitapsan,
Nezih, Odak, Pandora, Prefix, Remzi Kitabevleri, Yeryüzü Dağıtım

Baskı ve Cilt: Meteksan Matbaacılık ve Teknik Sanayi Tic. Anonim Şirketi / Sertifika No.: 46519
Beytepe Köy Yolu No.: 3 06800 Bilkent-Çankaya/ANKARA

BÖLÜM YAZARLARI

SOSYAL AĞLAR VE YASAL DÜZENLEMELER

Şebnem Özdemir

Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, sozdemir@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0421-0833

Banu Denizli Öztürk

Öğr. Gör. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, bozturk@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4429-4605

SOSYAL AĞ VE DİJİTALLEŞME ÜZERİNE FELSEFİ BİR ARAŞTIRMA

Ferdi Selim

Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Felsefe Bölümü, ferdiselim@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2576-4499

YARATICILIĞIN YENİDEN TANIMLANMASI: SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ İÇERİK ÜRETİMİ

Özcan Batcı

Arş. Gör., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, ozcanbatci@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0375-5612

Rümeysa Nalbant

İnönü Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Müzikoloji Bölümü, rumeysanalbantt@gmail.com, ORCID: 0009-0000-1715-9980

SOSYAL AĞLARDA İÇERİK ÜRETİMİ

Selçuk Sağlam

Yapım ve Yayın Görevlisi Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, selcuk.saglam@trt.net.tr, ORCID: 0000-0002-8858-7779

Mikail Batu

Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, mikailbatu@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6791-0098

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	iii
BÖLÜM YAZARLARI	v

SOSYAL AĞLAR VE YASAL DÜZENLEMELER 1

Özet	1
GİRİŞ	3
1. Hukuksal Açıdan Sosyal Medya	3
2. Hak ve Özgürlükler Kapsamında Sosyal Medya	5
3. Sosyal Medya ve Kişilik Haklarının Korunması	9
4. Sosyal Medya ve İfade Özgürlüğü	10
5. Sosyal Medya ve Kişisel Verilerin Korunması	11
6. Sosyal Medya Aracılığıyla İşlenen Suçlar	13
7. Sosyal Medya ve İş İlişkileri	15
8. Sosyal Medya ve Kamusal Alan	17
9. Toplum Sözleşmesi Bağlamında Sosyal Medya	19
SONUÇ	23
KAYNAKÇA	25

SOSYAL AĞ VE DİJİTALLEŞME ÜZERİNE FELSEFİ BİR

ARAŞTIRMA	27
Özet	27
GİRİŞ	29
1. Dijitalleşme Terimi ve Getirdikleri	32
2. Platon'un Mağara Alegorisinden Dijital Tutsaklara	38
3. Dijital İletişimin İnsan Varoluşunu Dağıtan Doğası	42
4. Sosyal Ağlar ve Dijitalleşme Perspektifinden Eski ile Güncel Sorunların Durumu	46
5. Dijitalleşme: Çoklu Ortamlarda Her Şey Taklit Edilebilir	50
SONUÇ: ACI DENEYİMİ ÜZERİNDEN DİJİTAL ÇAĞ'IN BİR HARİTASINI ÇIKARMAK	53
KAYNAKÇA	56

YARATICILIĞIN YENİDEN TANIMLANMASI: SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ İÇERİK ÜRETİMİ	63
Özet	63
GİRİŞ	65
1. Yapay Zekânın Kısa Tarihi	66
2. İçerik Oluşturmada Yapay Zekânın Rolü ve Boyutları.....	68
3. Yapay Zekâ Destekli Görsel İçerik Oluşturma.....	73
4. Yapay Zekâ Destekli Ses ve Müzik İçeriği Oluşturma.....	77
SONUÇ.....	82
KAYNAKÇA.....	83
SOSYAL AĞLARDA İÇERİK ÜRETİMİ.....	85
Özet	85
GİRİŞ	87
1. Dijital Dönüşüm ve İletişim	88
2. Kitle İletişimi ve Kitle İletişim Araçları	90
3. İnternet ve Web Teknolojileri.....	93
4. Sosyal Medya.....	95
5. Sosyal Medyada İçerik Üretimi	99
SONUÇ.....	104
KAYNAKÇA.....	105

SOSYAL AĞLAR VE YASAL DÜZENLEMELER

Dr. Şebnem Özdemir
Dr. Banu Denizli Öztürk

Özet

Günümüzde internetin yaygınlaşması ile birlikte ortaya çıkan ve hemen her internet kullanıcısının az ya da çok içinde bulunduğu sosyal medya, insanları zaman ve mekâna bağlı kalmaksızın bir araya getiren ve sadece sosyalleşme değil öğrenme, eğlenme, tepki gösterme gibi pek çok işlevi olan bir araç hâline gelmiştir. Sosyal medyanın bir kamusal alan olup olmadığı uzun zamandır tartışılacağı bir konudur. Ancak genel kanının sosyal medyanın kamusal alanın bir uzantısı olarak kabul edilebileceği yönünde olduğunu söylemek yanlış olmaz. Sosyal medyanın kamusal alanın bir uzantısı olduğu kabulü ile kamusal alanda geçerli tüm hukuk kurallarının sosyal medyada da geçerli olduğunu söylemek prensipte doğru bir yaklaşım olacaktır. Bununla beraber internet teknolojilerinin hızlı ilerleyişi ve insanların medya tüketimlerindeki eğilimlerin ve davranış şekillerinin hızlı değişimi mevcut hukuksal düzenlemelerin zaman zaman bu hızın gerisinde kalmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle hukuksal düzenlemelerde değişim ve iyileştirme kaçınılmaz olmaktadır.

“Medeniyetin ilk şartı adalettir.”
Sigmund Freud

GİRİŞ

Günümüz dünyasında sosyal medya, en önemli iletişim araçlarından biri hâline gelmiştir. Sosyal medya sadece sosyalleşme ya da eğlence maksatlı değil haberleşme, bilgi paylaşma, haber takibi, kişisel ifadenin dile getirilmesi, aktivizm, bilinçlendirme, ürün ve hizmet tanıtımları, profesyonel paylaşımlar ve iş fırsatları da dâhil olmak üzere pek çok amaçla kullanılan bir mecra hâline gelmiştir. Kısacası sosyal medya reel hayatın bir yansımasıdır. Dolayısıyla, nasıl ki hukuk reel hayatın en önemli unsurlarından biri ise sosyal medyanın da en önemli unsurlarından biridir.

Sosyal medya platformlarının sayısı ve bu platformlar üzerindeki etkileşimler çoğaldıkça sosyal medyanın hukuksal yönü daha da öne çıkmakta ve sosyal medyaya özgü hukuki düzenlemelere olan ihtiyaç artmaktadır. Sosyal medyanın gün geçtikçe daha ulaşılabilir ve kullanılabilir olması özellikle gizlilik ve kişisel hak ihlalleri, siber zorbalık, hassas içeriklerin paylaşımı, telif hakları problemleri, dezenformasyon gibi konuları öne çıkarmaktadır. Bu sorunların iletişimciler, bilişimciler ve hukukçular tarafından ele alınması ve çözülmesi toplum refahı ve barışı açısından elzemdir. Bu çalışma, sosyal medyanın hukuki düzenlemelerle olan karmaşık ilişkisini inceleyerek, dijital çağın önemli bir unsuruna katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

1. Hukuksal Açıdan Sosyal Medya

Hukuk (tüze), insana ait her unsuru kapsayan, insanların huzur içerisinde yaşaması için ilkeler ve normlar ortaya koyan ve bu ilkeler ve normlar sayesinde düzen sağlamayı amaçlayan sistemdir. Türk Dil Kurumu Türkçeye Arapçadan geçmiş olan “hukuk” terimini “haklar”, “toplumu düzenleyen ve devletin yaptırım gücünü belirleyen yasaların bütünü” ve “bu yasaları

konu alan bilim” olarak nitelendirmektedir (2023). Hukuk kavramının genel bir tanımının yapılması zor olsa da doktrinde yapılan tanımlamalardan hareketle toplumsal ilişkileri düzenlemek amacıyla devletin yetkili organları tarafından konulan, uyulması zorunlu olan ve maddi yaptırımlara bağlanmış kuralların oluşturduğu düzen şeklinde açıklanması mümkündür (Aybay & Aybay, 2002; Gözler, 2013; Sümer, 2022). Hukuk, insanların diğer insanlarla ve hatta hayvanlar, eşyalar, doğa ve diğer “şey”lerle olan ilişkilerini düzenleyen ve içerisinde “zorlama” ve “yaptırımlar” da barındıran bir kurallar bütünüdür. Bununla birlikte, hukuku örf ve adetlerden, toplumsal alışkanlık ve kalıplardan ya da dinlerden ayıran en önemli şey hukukun devlet güvencesinde olması ve yaptırım içermesidir.

Hukuk tarihine bakıldığında hukukun insanlık tarihi kadar eski olduğu ve farklı medeniyetlerin farklı hukuk sistemleri uyguladıkları görülmektedir. Yazında, Mısır Hukuku, Yahudi Hukuku, İslam Hukuku, Hindu Hukuku, Çin Hukuku, Roma Hukuku, Sosyalist Hukuk gibi pek çok hukuk sisteminin varlığına rastlanmaktadır. Modern dünyadaki hukuk sistemlerine bakıldığında ise temel olarak 3 tür hukuk sisteminin kullanıldığı görülmektedir: Anglo-Sakson Hukuku (Ortak Hukuk), Kıta Avrupası Hukuk Sistemi¹ ve Dinsel hukuk (İslam Hukuku²). Türk Hukuk Sistemi ise Kıta Avrupası Hukuk Sistemi³ne dâhildir.

Sosyal medyanın multidisipliner bir kavram olması sebebiyle üzerinde anlaşmaya varılmış ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Bir tanıma göre, insanların birbirleriyle çevrim içi bağlantı kurmasına, etkileşime girmesine, içerik üretmesine ve bunları paylaşmasına hizmet eden dijital teknolojiler sosyal medyayı

1 Roma Hukuk Sistemi ya da Kara Avrupası Hukuk Sistemi olarak da adlandırılmaktadır.

2 Zaman zaman Fıkıh, Şer’i Hukuk ya da Şeriat kavramları ile özdeş kullanılmaktadır.

3 Kontinental olarak da bilinmektedir.

oluşturmaktadır (Russo, Watkins, Kelly, & Chan, 2010; Kaplan & Haenlein, 2010). Başka bir tanım ise kullanıcıların geniş ve dar kitlelerle gerçek zamanlı ya da asenkron olarak etkileşime girmelerini sağlayan, oluşturulan içerikten ve etkileşim algılarından değer elde eden internet tabanlı kanallar sosyal medyayı oluşturmaktadır (Carr & Hayes, 2015).

Hâlihazırda, nüfusun 8 milyarı geçtiği dünyada yaklaşık 5 milyar insanın sosyal medya kullandığı tahmin edilmektedir. Başta internet erişiminin çok daha yaygın olduğu gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm dünyada kişi başı sosyal medya kullanımı olduğun geçtikçe artmakta olup sosyal medya günlük hayatın sıradan bir parçası hâline gelmiştir. Hukukun insanların diğer insanlar, hayvanlar, doğa ve hatta tüm “şey”lerle olan ilişkisini düzenleyen bir kurallar bütünü olduğu düşünüldüğünde sosyal medyanın hukukun dışında tutulması düşünülemez. Sosyal medya, Anayasa Hukuku, Medeni Hukuk, Ceza Hukuku ve Ticaret hukuku başta olmak üzere birçok hukuk dalı ile yakından ilgilidir. Anılan sebeple sosyal medya ile hukukun birbirleri ile olan ilişkisi kapsamında, kitle iletişiminin yapısını ve bu alanda uyulması gereken kuralları düzenleyen bir hukuk dalı olarak sosyal medya hukukunun detaylı bir şekilde ele alınması önem arz etmektedir.

2. Hak ve Özgürlükler Kapsamında Sosyal Medya

İnsan haklarını ve özgürlükleri korumak amaçlı düzenlenmiş uluslararası bir sözleşme olan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi düşünce özgürlüğü (Madde 9) ve ifade özgürlüğü (Madde 10) ile ilgili gayet net ifadeler içermektedir. Türkiye'nin de imzacı olduğu Sözleşme'ye göre herkes düşünce ve ifade özgürlüğüne sahiptir. Kişiler ayrıca haber ve görüş alma ve verme özgürlüğüne de sahip olmakla birlikte devletlerin radyo, televizyon ve

sinema işletmelerini bir izin rejimine tutmaları da mümkündür (Yargıtay, 2023). Yani kişiler düşünce ve ifade özgürlüğüne sahip olmakla birlikte bu özgürlük sınırsız ve kontrolsüz bir özgürlük değildir. İfade ve düşünce özgürlüğü sadece Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nde değil (gerek Türkiye'de gerekse dünyanın pek çok ülkesinde) başka kanun ve düzenlemelerde de kalem altına alınmıştır. Örneğin Türkiye Cumhuriyeti Anayasası düşünce ve kanaat hürriyeti (Madde 25) ve düşünceyi açıklama ve yayma hürriyetini (Madde 26) kanuna bağlamakla beraber temel hak ve hürriyetlerin sınırlandırılmasını (Madde 13) da kanuna bağlamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982). Türkiye Cumhuriyeti Anayasası aynı zamanda basınla ve haberleşme araçları ile ilgili hükümler de içermektedir (basın hürriyeti, haberleşme hürriyeti, basın araçlarının korunması, basın dışı kitle haberleşme araçlarından yararlanma). Özetle devletin en temel yasası olan Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ifade, düşünce, medya ve haberleşme özgürlüklerini güvence altına almış bununla beraber bu özgürlükleri kanunla sınırlandırabilir kılmıştır.

Sosyal medyadaki özgürlük ve limitler, kuşkusuz ki sadece ifade, düşünce, haber alma ya da verme gibi temel hak ve özgürlüklerle sınırlandırılmaz. Zira sosyal medyadaki haklar ve suçlar, sosyal medyanın doğası gereği;

- Bilişim Hukuku,
- Fikri Mülkiyet Hukuku,
- Ticaret Hukuku,
- Kişisel Verilerin Korunması Hukuku,
- Rekabet Hukuku,
- Ceza Hukuku'nun konusu olabilir.

Hukuki düzenlemeler sosyal ağlar özelinde incelendiğinde, sosyal ağlara ilişkin yasal düzenlemelerin ülkelere göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Türkiye'de, sosyal ağların yasal düzenlemeleri, 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Dü-

zenlenmesi ve Bu Yayınların Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile düzenlenmektedir. Bu Kanun'un amacı ve kapsamı "içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usûlleri düzenlemektir" (İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınların Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, 2007). Kanun, 2007 yılında yürürlüğe girmiş olmakla beraber kanuna ilerleyen yıllarda günün koşullarına göre ek maddeler eklenmiş ya da mülga yoluyla bazı maddeler kanundan kaldırılmıştır. Kanun internet ortamında işlenen suçlar ile ilgili alınacak tedbirleri de içermektedir. Bu tedbirler arasında erişimin engellenmesi, içeriğin kaldırılması, içerik sağlayıcıların sorumlu tutulması ve diğer cezai tedbirler sayılabilir. Bununla beraber sıklıkla, kanunun ifade ve haber alma özgürlüğünü kısıtladığı yönünde eleştirilere de rastlamak mümkündür.

Türkiye'de sosyal medya ile en alakalı kanun "5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınların Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun" olmakla birlikte aşağıdaki kanunlar da internet ve sosyal medya ile ilgili sayılabilir:

- 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu
- 5187 sayılı Basın Kanunu
- 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu
- 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
- 4207 sayılı İnternet Ortamında İstihdam İlanlarının Düzenlenmesi Hakkında Kanun
- 5490 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu
- 5809 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

Sosyal medyaya ilişkin yasal düzenlemeler Avrupa Birliği'nde sıklıkla tartışılmaktadır. Avrupa Birliği (AB) internet ve sosyal medya ile ilgili temel olarak aşağıdaki yasal düzenlemeleri yapmıştır:

- Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR - General Data Protection Regulation): 25 Mayıs 2018 tarihinde yürürlüğe giren GDPR, kullanıcı verilerinin işlenmesi, saklanması ve korunması konusunda düzenlemeler içermektedir. Tüzük, veri güvenliğinin sağlanması, açık rıza/onam alınması, veri ihlallerinin önlenmesi, veri koruma usullerinin uygulanması gibi konuları içermektedir.
- E-Ticaret Direktifi: AB'nin elektronik ticaretin düzenlenmesi için uyguladığı e-Ticaret Direktifi 12 Haziran 2000 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Direktif temel olarak tüketici haklarını korumayı ve e-ticaret güvenliğini sağlamayı hedeflemektedir.
- Avrupa Dijital Hizmetler Yasası (DSA - Digital Services Act): Ekim 2022 tarihinde yürürlüğe giren bu yasa, rekabetin korunması, yenilikçiliğin teşvik edilmesi, pazar yerlerinin düzenlenmesi, kullanıcı haklarının korunması, şeffaflık sağlanması ve dezenformasyonun önlenmesi gibi geniş bir yelpazede düzenlemeler içermektedir.
- Avrupa Dijital Pazar Yasası (DMA - The Digital Markets Act): Ekim 2022 tarihinde yürürlüğe giren bu yasa Pazar hâkimiyetinin engellenmesi ve rekabetin daha adil hâle getirilmesini amaçlamaktadır.

Sosyal medya, uluslararası ilişkileri de derinden etkilemektedir. Diplomatik ilişkilerden küresel güvenlik meselelerine kadar birçok konu, sosyal medya üzerinden hızla yayılır ve tartışılır. Bu bağlamda, uluslararası düzeyde sosyal medya kullanımını düzenleyen anlaşmalar ve protokoller geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, devletler arası dijital siber saldırılar ve bilgi savaşları gibi yeni tehditlere karşı uluslararası iş birliği de önemlidir.

3. Sosyal Medya ve Kişilik Haklarının Korunması

Kişilik hakkı, kişiliği oluşturan tüm değerler üzerindeki hakları ifade etmekte olup gerçek kişilerin doğumlarından ölümlerine kadar, tüzel kişilerin ise hak ehliyetlerini kazandıkları andan bu ehliyetlerinin sona ermelerine kadar geçen süre tüm süre boyunca sahip oldukları hukuken korunan bütün değerleri içerisine almaktadır (Helvacı & Erlüle, 2016; Antalya, 2017).

Türk hukukunda kişilik hakları pozitif hukuk kuralları ile koruma altına alınmaktadır. Bu kapsamda Anayasa'nın ikinci bölümünde "Kişi Hakları ve Ödevleri" başlığı altında ilgili haklar düzenlenmekte, m. 17'de "Herkes, yaşama, maddi ve manevi varlığını koruma ve geliştirme hakkına sahiptir." hükmüyle kişinin dokunulmazlığına vurgu yapılmaktadır. Sosyal medya ile yakından ilgili olan özel hayatın gizliliği ise m. 20'de "Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulmaz." şeklinde hükme bağlanmaktadır.

4721 sayılı Türk Medeni Kanunu (TMK) ve 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu (TBK) ise kişiliğin korunmasına ilişkin genel hükümleri düzenlemektedir. TMK m. 23 kişilerin hak ve fiil ehliyetleri ile özgürlüklerinden vazgeçemeyeceklerine ve bunları hukuka ya da ahlaka aykırı olarak sınırlandıramayacaklarına, m. 24 kişilik haklarına saldırı hâlinde hâkimden talep edilebilecek korumaya ilişkindir. Devamında m. 25'te kişilik haklarına saldırı hâlinde açılacak davalar saldırının tespiti, durdurulması, önlenmesi ve maddi - manevi tazminat talepleri ile saldırı dolayısıyla elde edilecek kazancın talebi şeklinde sayılmaktadır. TBK'daki hükümlere değinmek gerekirse, m. 27'ye göre kişilik haklarına aykırı olan sözleşmeler kesin olarak hükümsüzdür. Kişilik haklarına aykırılık teşkil eden işlem ya da eylemlerin aynı zamanda bir haksız fiil oluşturması hâlinde TBK m. 58'in devreye girmesi

ve kişilik hakkının zedelenmesinden zarar gören kişinin uğradığı manevi zarara karşılık manevi tazminat olarak bir miktar paranın ödenmesini talep etmesi mümkündür.

4. Sosyal Medya ve İfade Özgürlüğü

Birleşmiş Milletler tarafından 10 Aralık 1948 tarihinde İnsan Hakları Evrensel Beyanname'sinde ilan edilen ifade özgürlüğü, kişilerin ya da toplulukların fikirlerini ve görüşlerini herhangi bir yaptırım korkusu olmaksızın ifade edebilmeleri anlamını taşımaktadır. 4 Kasım 1950'de bildiride yer alan hakları teminat altına almak amacıyla Avrupa Konseyi tarafından imzalan İnsan Hakları Avrupa Sözleşmesi'nin ifade özgürlüğüne ilişkin 10. maddesi şu şekildedir: “Herkes ifade özgürlüğü hakkına sahiptir. Bu hak, kamu makamlarının müdahalesi olmaksızın ve ülke sınırları gözetilmeksizin, kanaat özgürlüğünü ve haber ve görüş alma ve de verme özgürlüğünü de kapsar. Bu madde, Devletlerin radyo, televizyon ve sinema işletmelerini bir izin rejimine tabi tutmalarına engel değildir.” Maddenin devamında ise “Görev ve sorumluluklar da yükleyen bu özgürlüklerin kullanılması, yasayla öngörülen ve demokratik bir toplumda ulusal güvenliğin, toprak bütünlüğünün veya kamu güvenliğinin korunması, kamu düzeninin sağlanması ve suç işlenmesinin önlenmesi, sağlığın veya ahlakın, başkalarının şöhret ve haklarının korunması, gizli bilgilerin yayılmasının önlenmesi veya yargı erkinin yetki ve tarafsızlığının güvence altına alınması için gerekli olan bazı formaliteler, koşullar, sınırlamalar veya yaptırımlara tabi tutulabilir.” hükmüyle ifade özgürlüğünün sınırlanabileceği hâllere yer verilmektedir. Ülkemiz de 1954 yılında Sözleşme'yi onaylamıştır.

İfade özgürlüğü, T.C. Anayasası'nda “Düşüncüyü Açıklama ve Yayma Hürriyeti” başlığıyla m. 26'da herkesin düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başkaca yollarla açıklama ve yayma hakkına sahip olduğu ayrıca bu özgürlüğün haber ya da fikir almanın yanı sıra verme serbestisini de kapsadığı şeklinde

düzenlenmektedir. Anılan hükme göre ilgili hürriyetlerin kullanımını millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, Cumhuriyetin temel nitelikleri ve devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünün korunması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirmesi amaçlarıyla sınırlanabilecektir.

İfade özgürlüğünün, temel hak ve özgürlükler arasındaki yeri son derece önemlidir. İnsanın düşünen ve düşündüklerini açıklayan bir varlık olduğu göz önüne alındığında ifade özgürlüğünün insan hayatındaki yeri tartışmasızdır. Bu kapsamda düşünceyi açıklamanın en etkin araçlarından birinin kitle iletişim araçları olduğu gerçeği karşısında, ifade özgürlüğünün sosyal medya yönüyle dikkatli bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Sosyal medya, sadece ifade özgürlüğünün somut görünümü olmakla kalmayıp aynı zamanda bu özgürlüğün sınırlarını da test etmektedir. İnsanların düşüncelerini ve fikirlerini serbestçe ifade etme hakkı vardır, ancak bu hak diğerlerinin haklarına zarar vermemelidir. Bu nedenle, hakaret, nefret söylemi, pornografi, şiddet ve sahte haberler gibi zararlı içerikleri sınırlamak için yasal düzenlemeler geliştirilmeli ve yetkililer platform kullanımına yönelik kontrollerin sıklığını artırmalıdır (Kazaz ve Acar, 2021, s. 223). Bu düzenlemeler, ifade özgürlüğünü korurken toplumu da koruma altına almalıdır.

5. Sosyal Medya ve Kişisel Verilerin Korunması

Sosyal medya platformları, kullanıcıların kişisel verilerini toplar ve saklar. Bu verilerin gizliliğini korumak yasal açıdan çok önemlidir. Kullanıcıların kişisel bilgilerinin izinsiz kullanılmasını

ve sızdırılmasını önlemek için veri koruma yasaları ve düzenlemeleri mutlaka geliştirilmelidir.

Kişisel verilerin korunmasına geçmeden önce tanımını yapmakta fayda olacaktır. Avrupa Konseyi'nin 28.01.1981 tarihli 108 no'lu "Kişisel Nitelikteki Verilerin Otomatik İşleme Tabi Tutulması Karşısında Şahısların Korunmasına Dair Sözleşme" 2. maddesinde kişisel veriyi şu şekilde tanımlamaktadır: "kişiyi tanımlayan ya da tanımlayabilen her türlü bilgi". Kişisel verilerin ele alındığı bir diğer metin olan ve Avrupa Birliği tarafından hazırlanan "Avrupa Topluluğu Veri Koruma Direktifi"nin 2. maddesine göre ise "doğrudan doğruya ya da dolaylı olarak bir gerçek kişi ile ilintili olabilecek ve onu belirlenebilir kılacak her türlü bilgi"dir.

Ülkemizdeki duruma gelecek olursak, 2016 yılında kabul edilmiş olan 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun "Tanımlar" başlıklı 3. maddesinin d bendine göre "Kişisel veri, kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgiyi" ifade etmektedir. Kanunun gerekçesinde kişisel veri kavramının detaylandırılmakta, "Yalnızca ad, soyad, doğum tarihi ve doğum yeri gibi kişinin kesin teşhisini sağlayan bilgiler değil, kişinin fiziki, ailevi, ekonomik, sosyal ve sair özelliklerine ilişkin bilgiler de kişisel veridir. Bir kişinin belirli veya belirlenebilir olması, mevcut verilerin herhangi bir şekilde bir gerçek kişiyle ilişkilendirilmesi suretiyle, o kişinin tanımlanabilir hâle getirilmesini ifade eder. Bu durum, kişinin fiziksel, ekonomik, kültürel, sosyal veya psikolojik kimliğini ifade eden somut bir içerik taşıması veya kimlik, vergi, sigorta numarası gibi herhangi bir kayıtla ilişkilendirilmesi sonucunda kişinin belirlenmesini sağlayan tüm hâlleri kapsar. İsim, telefon numarası, motorlu taşıt plakası, sosyal güvenlik numarası, pasaport numarası, özgeçmiş, resim, görüntü ve ses kayıtları, parmak izleri, genetik bilgiler gibi veriler dolaylı da olsa kişiyi belirlenebilir kılabilme özellikleri nedeniyle kişisel verilerdir." denilmektedir (Kişisel Verileri Koruma Kurumu, 2019).

Yasal düzenlemeler ışığında kişilerin sosyal medyada paylaştıkları görüntü, ses, ad-soyad ve benzeri bilgilerin hukuka uygun olarak işlenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde diğer mevzuatlardaki yaptırımların yanı sıra Türk Ceza Kanunu (TCK) gereğince “Kişisel verilerin kaydedilmesi” suçu kapsamında hukuka aykırı olarak kişisel verileri kaydedenlere bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası uygulanacaktır. TCK’nın 136. maddesinde düzenlenen “Verileri hukuka aykırı olarak verme veya ele geçirme suçu” ise kişisel verilerin hukuka aykırı olarak bir başkasına verilmesi, yayılması veya ele geçirilmesi eylemlerini içermekte olup hükümlerle iki yıldan dört yıla kadar hapis cezası yaptırımını getirilmiştir.

6. Sosyal Medya Aracılığıyla İşlenen Suçlar

Sosyal medya kişiler arasındaki iletişimi kolaylaştırmakla kalmayıp, resim, video, ses gibi birçok kişisel içeriğin de paylaşıldığı bir alan olarak hayatımızda büyük yer kaplamaktadır. Ancak söz konusu verilerin herkes tarafından kullanıldığı ve görüldüğü dikkate alındığında sosyal medyanın artı yönlerinden belki daha da fazla riski barındırdığını ifade etmek mümkündür. Nitekim sosyal medyanın iyi amaçla kullanımları olduğu gibi hukuka aykırı amaçlar için kullanımının artmasıyla internet suçu, siber suç ya da bilişim suçu olarak ifade edebileceğimiz bir suç türü ortaya çıkmıştır.

Türk Ceza Kanunu “Topluma Karşı Suçlar” başlığı altında onuncu bölümde “Bilişim Alanında Suçlar”ı düzenlemektedir. İlgili bölümde;

- Bilişim sistemine girme (m.243)
- Sistemi engelleme, bozma, verileri yok etme veya değiştirme (m.244)
- Banka veya kredi kartlarının kötüye kullanılması (m. 245)

- Tüzel kişiler hakkında güvenlik tedbiri uygulanması (m. 246) yer almaktadır.

Bilişim suçları başlığı altında yer alan suçların dışında haberleşmenin engellenmesi (m. 124), gizliliğinin ihlali (m. 132), kişiler arasındaki konuşmaların dinlenmesi ve kayda alınması (m. 133) ve benzeri suç türlerinin sayısı artırılabilir.

Sosyal medya platformları da içerik moderasyonu ve zararlı içeriklerle mücadele konusunda daha fazla sorumluluk taşımalıdır. Yasal düzenlemeler, bu platformların daha şeffaf bir şekilde nasıl çalıştığını ve zararlı içerikleri nasıl ele aldığını düzenlemelidir. Ayrıca, sahte hesapların ve bot hesapların önlenmesine yönelik tedbirler de alınmalıdır. Sosyal medyayla ilişkili bir diğer yasal düzenleme olan 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'un kapsamı içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usulleri olarak belirlenmiştir (m. 1). İlgili Kanun'un 8. maddesi gereğince "İnternet ortamında yapılan ve içeriği aşağıdaki suçları oluşturduğu hususunda yeterli şüphe sebebi bulunan yayınlarla ilgili olarak içeriğin çıkarılmasına ve/veya erişimin engellenmesine karar verilir:

- a) 26/09/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanununda yer alan;
 1. İntihara yönlendirme (madde 84),
 2. Çocukların cinsel istismarı (madde 103, birinci fıkra),
 3. Uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma (madde 190),
 4. Sağlık için tehlikeli madde temini (madde 194),
 5. Müstehcenlik (madde 226),
 6. Fuhuş (madde 227),

7. Kumar oynanması için yer ve imkân sağlama (madde 228) suçları.
 - b) 25/07/1951 tarihli ve 5816 sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanunda yer alan suçlar.
 - c) 29/04/1959 tarihli ve 7258 sayılı Futbol ve Diğer Spor Müsabakalarında Bahis ve Şans Oyunları Düzenlenmesi Hakkında Kanunda yer alan suçlar.
 - ç) 01/11/1983 tarihli ve 2937 sayılı Devlet İstihbarat Hizmetleri ve Milli İstihbarat Teşkilatı Kanununun 27. maddesinin birinci ve ikinci fıkrasında yer alan suçlar”.

Tüm bu ana başlıklar altında bakıldığında, hukuksal açıdan sosyal medyayı ilgilendiren yasal düzenlemelerde sürekli iyileştirmenin şart olduğu sonucuna ulaşılabilir. Mevcut yasal düzenlemelerde gerek ulusal gerekse uluslararası tatmin edici ilerlemeler kaydetmiş olsa da sosyal medya suçları ile ilgili etik, felsefi, sosyal ve elbette hukuki iyileştirmelerin sürekli olarak yapılması bir zorunluluk olarak görülmektedir.

7. Sosyal Medya ve İş İlişkileri

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte işçi ve işveren arasındaki iş ilişkilerinin farklı bir boyuta taşındığı görülmektedir. Gelineen noktada tipik istihdam türlerinden uzaklaşan standart dışı iş ilişkilerinin ortaya çıktığı ve giderek yaygınlaştığı bir iş gücü piyasası karşımıza çıkmaktadır. Nitekim kitle iletişim araçları insanların sadece diğer insanlarla ya da topluluklarla etkileşim hâlinde olmasını sağlamamakta, aynı zamanda birçok hukuki ilişkinin kuruluş aşamasından sona ermesine kadar çeşitli süreçlerine iştirak etmektedir.

Klasik anlamda bir iş ilişkisi ele alındığında, işçi ile işveren arasında yapılan iş sözleşmesi gereğince işçinin kendisine bağımlı olarak iş gördüğü işverenin işyerine giderek işini görmesi ve bunun karşılığında işverenin de ücret ödeme borcunu

yerine getirmesi beklenmektedir. Ancak iletişim teknolojilerinin devreye girmesiyle birlikte fiziki olarak hiç bir araya gelmeyen işçi ve işverenin aralarındaki iş ilişkisini sürdürmeleri mümkün hâle gelmiştir. 4857 sayılı İş Kanunu'nun 14. maddesinin 4. fıkrasında düzenlenen uzaktan çalışma "işçinin, işveren tarafından oluşturulan iş organizasyonu kapsamında iş görme edimini evinde ya da teknolojik iletişim araçları ile işyeri dışında yerine getirmesi esasına dayalı ve yazılı olarak kurulan iş ilişkisidir". Anılan maddede işçinin teknolojik iletişim araçları ile işyeri dışında işini gördüğü bir çalışma şekli olarak tele çalışma ilişkisinden bahsedilmektedir (Çelik, Caniklioğlu, Canbolat, & Özkaraca, 2022). Yani işçi ve işveren arasındaki ilişkide iletişim araçları ilişkinin niteliğini belirleyici bir unsur olarak yer almaktadır.

Sosyal medyanın iş ilişkilerine olan etkilerinden biri de işe alımlarda yaygın olarak kullanılır hâle gelmesidir. İşverenler, aradıkları niteliklere uygun olan adayları sosyal medya hesapları aracılığıyla bulabilmekte, ilave olarak başvuran adaylar hakkında yine sosyal medyayı kullanarak araştırma yapabilmektedir. Sosyal medyanın işe alım süreçlerinde tarafları bir araya getiren bir simsar etkisi yarattığı iyi bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan işe başvuran adayın sosyal medya hesaplarının incelenmesi neticesinde elde edilen bilgiler, adayın işe alınmaması sonucunu da doğurabilmektedir.

Sosyal medyanın iş ilişkilerinin devamlılığına etki etmesi de mümkündür. Şöyle ki işçinin sosyal medya hesaplarını kullanarak yaptığı paylaşımlar iş sözleşmesinin sona ermesine sebep olabilmektedir. Yargıya yansımış pek çok örnek olay son yıllarda sıklıkla tartışılma konusu edilmektedir. Yargıtay kararlarından bazı örnekler şu şekildedir:

"02.11.2014 tarihinde adlı sosyal paylaşım sitesinde isimli bir grup içerisinde yayınlanan 'hasta gelmesin diye dua ederken biz, hastanesi :)' başlıklı, davacı ile birlikte 3

kişinin hasta yatakları üzerinde bağdaş kurup oturduğu ve ellerini havaya kaldırarak dua ettikleri fotoğrafın davalı işverence fesih nedeni yapıldığı anlaşılmaktadır... Davacının mesai saatleri içerisinde çekilen ve paylaşılacağı bilindiği fotoğraflarının binlerce kişi tarafından izlenebilecek bir sosyal paylaşım sitesinde yayınlanması işyerindeki çalışma disiplini ve iş akışını etkileyecek nitelikte olup artık davalı işverenden davacı ile çalışması beklenemeyeceğinden somut olayda haklı bir fesih nedeni bulunmasa bile fesih için geçerli bir nedenin bulunduğu kabulü gerekmektedir” Yargıtay 7. Hukuk Dairesi (HD), 26.05.2016, 2016/10461 Esas (E.), 2016/11592 Karar (K).

“...hastalık dolayısıyla rapor aldığı bu dönemde sosyal paylaşım sitelerinden birinde herkese açık olarak deniz kenarında tatil yaptığını gösterir fotoğraflar paylaştığını... Bu durum, kullanılan istirahat raporunun gerçeğe aykırı olduğunun açık delili olup raporlu olduğunu bildiren işçinin raporunun aksine tatile gitmesi doğruluk ve bağlılığa aykırı olup haklı fesih için yeterlidir.” Yargıtay 9. HD., 06.07.2017, 2016/17532 E., 2017/12196 K.

Görüldüğü üzere kişilere çeşitli fırsatlar sunup yeni iş imkânları yaratmakta olan sosyal medya, dikkatli kullanılmadığında kişilerin aleyhine sonuçlar yaratabilmektedir.

8. Sosyal Medya ve Kamusal Alan

Kamusal alan, toplumun bireylerin serbestçe ifade, toplanma, tartışma ve bilgi alışverişi yapabileceği, kamusal meseleleri ele alabileceği bir alan olarak tanımlanır. Kamusal alan tanımı genellikle Jürgen Habermas ve onun fikirleriyle anılan bir kavramdır. Habermas, kamusal alanı detaylı bir şekilde ele aldığı ve tanımladığı önemli eseri *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü* adlı kitabında kamusal alanın tarihini ve dönüşümünü incelerken, özellikle 18. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar olan süreçte nasıl şe-

killendiğini ve dönüştüğünü analiz eder (1962). Kitap, özellikle burjuva toplumu içindeki kamusal alanın yükselişini ve evrimini inceler.

Kamusal alan, bir demokratik toplumun işleyişi için kritik bir öneme sahiptir. İnsanlar, farklı görüşlerini kamusal alanda ifade edebilirler, politika, kültür, toplumsal meseleler ve daha birçok konuyu tartışabilirler. Bu alanda farklı gruplar ve bireyler arasında etkileşim olur ve bu da toplumun demokratik değerlerini pekiştirir.

Kamusal alanın temel özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

- Katılımcılık: Kamusal alan, herkesin katılımına açık olmalıdır, böylece her türlü görüşün ifade edilmesi mümkün olur.
- Çeşitlilik: Farklı görüşler, kültürler ve gruplar arasında etkileşim sağlar, bu da zengin bir tartışma ortamı yaratır.
- Özgürlük: İfade özgürlüğü ve düşünce özgürlüğü temel alınmalıdır, ancak bu haklar başkalarının haklarına zarar vermeden kullanılmalıdır.

Sosyal medya, kamusal alanın geleneksel tanımını zorlayan bir platformdur. İnternetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla, insanlar artık dijital ortamda da ifade özgürlüğüne sahiptirler. Ancak, sosyal medyanın kamusal alan olarak kabul edilip edilmemesi konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Örneğin;

- Erişim: Sosyal medya, geniş bir kullanıcı kitlesine açık olmasıyla kamusal alanın bir işareti olarak kabul edilebilir. İnsanlar burada görüşlerini ifade edebilir ve çeşitli konularda tartışabilirler.
- Sınırlamalar: Sosyal medya platformları, içerik moderasyonu ve kullanım politikaları nedeniyle bazı sınırlamalara tabidir. Bu sınırlamalar, ifade özgürlüğü ile zararlı içeriklerin kontrolü arasında bir denge sağlamaya çalışır.

- **Özel Mülkiyet:** Sosyal medya platformları özel şirketlere aittir ve bu şirketler, kullanım politikalarını belirleme ve uygulama hakkına sahiptir. Bu, sosyal medyanın tam anlamıyla kamusal bir alan olmadığını savunanların argümanlarından biridir.
- **Etkileşim:** Sosyal medya, insanlar arasında etkileşimi kolaylaştırır, ancak bu etkileşim, fiziksel kamusal alanlarda olduğu gibi çeşitli sosyal sınırlamalara tabi değildir.

Özetle sosyal medya, kamusal alanın bir uzantısı olarak görülebilir, ancak geleneksel kamusal alanlardan farklı özelliklere sahiptir. Kamusal alanın tanımı, sosyal medyanın gelişmesiyle değişebilir ve bu konu üzerindeki tartışmalar devam edecektir. Sosyal medyanın, ifade özgürlüğü ve toplumsal etkileşim açısından önemli bir rol oynadığı kesindir, ancak kamusal alan olarak kabul edilip edilmemesi konusu bağlam ve bakış açısına göre değişebilir.

9. Toplum Sözleşmesi Bağlamında Sosyal Medya

Toplum sözleşmesi, genellikle insanların toplum içindeki yaşamlarını düzenlemek için bilinçli bir şekilde yaptıkları bir anlaşma veya anlaşma olarak tanımlanır. Rousseau, *Toplumsal Sözleşme* kitabının girişinde düşüncelerini şu şekilde dile getirir: "... , toplum düzeni kutsal bir haktır ve bütün diğer hakların temelini oluşturur. Ancak, bu hak kesinlikle tabiattan gelmez; dolayısıyla, anlaşmalara dayanan bir haktır. Bütün mesele, bu anlaşmaların neler olduğunu bilmektedir" (2014, s. 30).

Toplum sözleşmesi sadece Jean-Jacques Rousseau tarafından değil Antik Yunan filozoflarından başlayarak özellikle Thomas Hobbes, John Locke gibi düşünürler tarafından da tartışılmıştır.

Toplum sözleşmesi, farklı düşünürler arasında farklı şekillerde ele alınabilir, ancak genel olarak aşağıdaki temel fikirleri içerir:

- İnsanlar doğal olarak özgürdür ve bu özgürlüklerini belli bir ölçüde sınırlamaya isteklidirler.
- İnsanlar güvenlik ve düzen sağlamak amacıyla bir araya gelirler ve bir hükûmet veya otorite kurarlar.
- Bu hükûmet veya otorite, insanların haklarını korumak ve çatışmaları çözmek için toplumun onayına dayalı olarak görev yapar.
- İnsanlar bu otoriteyi kabul ederek belirli kurallara ve yasalara uyarlar.

Toplum sözleşmesi ve hukuk arasında yakın bir ilişki bulunur. Her ikisi de insanların toplum içinde yaşamlarını düzenlemek ve çatışmaları çözmek için kullanılan temel kavramlardır. İki kavram arasındaki yakın ilişkiyi amaç, yasal dayanak, sistem ve hak ve sorumluluklar kapsamında ele almak mümkündür.

Temel Amaç: Toplum sözleşmesi, insanların doğal özgürlüklerini sınırlayarak toplumda düzen ve güvenliği sağlamayı amaçlar. Bu sözleşme, bireylerin kendi özgürlüklerini diğer insanların haklarına saygı çerçevesinde kullanmalarını teşvik eder. Hukuk da aynı amaç doğrultusunda çalışır; yani insanların haklarını korumak, çatışmaları çözmek ve toplum düzenini sürdürmek için yasaları ve kuralları kullanır.

Yasal Dayanak: Hukuk, toplumun yazılı veya yazılı olmayan kurallarının bütünüdür ve bu kurallar genellikle yasalar, düzenlemeler ve mahkeme kararları şeklinde somutlaşır. Toplum sözleşmesi ise daha soyut bir kavramdır ve belirli bir hukuki sistemle ilişkilendirilmeyebilir. Ancak toplum sözleşmesi, hukukun temel prensiplerini ve değerlerini şekillendirebilir.

Sistem: Hukuk, toplumu düzenlemek ve yasal düzeni sürdürmek için hukuk devletleri tarafından yürütülür. Bu dev-

letler, yasaların oluşturulması, uygulanması ve ihlal edilmesi durumunda yargılanması için bir hukuk sistemine sahiptirler. Toplum sözleşmesi, hukukun temelini oluşturabilir ve hukukun belirli kurallarının veya kurumlarının geliştirilmesine katkıda bulunabilir.

Haklar ve Sorumluluklar: Hem toplum sözleşmesi hem de hukuk, bireylerin haklarını ve sorumluluklarını tanımlar. Toplum sözleşmesi, bireylerin doğal haklarını toplumun çıkarlarıyla nasıl dengelemeleri gerektiği konusunda bir çerçeve sunar. Hukuk, bu hakları ve sorumlulukları daha somut bir şekilde belirler ve ihlal edilmesi durumunda sonuçları düzenler. Sonuç olarak, toplum sözleşmesi ve hukuk, toplumun düzenini ve işleyişini düzenlemek için birlikte çalışan iki önemli kavramdır. Toplum sözleşmesi, hukukun temelini şekillendirebilir ve hukuk, toplum sözleşmesinin ilke ve amaçlarını yasalara ve düzenlemelere dönüştürerek toplumu düzenler. Bu iki kavram, toplumun adil, düzenli ve özgür bir şekilde işlemesine katkıda bulunur.

Sosyal medya ile toplum sözleşmesi arasındaki bağlantı ise modern toplumda iletişim ve bilgi akışının büyük ölçüde dijital platformlarda gerçekleştiği bir dönemde önem kazanmıştır. İnternet ve sosyal medya platformları, insanların haber alışkanlıklarını, düşünce ve ifade özgürlüklerini büyük ölçüde etkilemiştir.

Sosyal medya platformları, kullanıcılar arasında bilgi ve fikir alışverişini hızlandırırken, aynı zamanda sahte bilgilerin yayılmasını da kolaylaştırabilir. Bu nedenle sosyal medya platformlarının işleyişi ve yönetimi, toplumun çıkarları ve bireylerin hakları ile çelişebilir hâle gelebilir. Bu bağlamda, sosyal medyanın toplum sözleşmesi ile ilgisi, şu soruları gündeme getirir:

- Sosyal medya platformları, kullanıcıların ifade özgürlüğünü nasıl dengelemelidir?
- Sosyal medya şirketleri, sahte haberler ve nefret söylemi gibi zararlı içerikleri nasıl sınırlamalıdır?

- Sosyal medya, demokratik süreçlere ve toplumun düşünce yapısına nasıl etki eder?
- Sosyal medya şirketleri, kullanıcı verileri ve gizliliği konusunda hangi kurallara uymalıdır?

Bu sorular, sosyal medya platformlarının kullanımıyla ilgili toplumun beklentileri ve talepleri ile toplum sözleşmesi kavramı arasındaki bağlantıyı daha iyi anlamamıza yardımcı olur. Bu nedenle toplumun bu konulardaki görüşlerinin dikkate alındığı, açık ve adil bir dijital sözleşme veya düzenleme çerçevesinin geliştirilmesi önemlidir.

Sosyal medyada işlenen suçlar hem hukuk hem de toplum sözleşmesi açısından dikkate alınması gereken önemli bir konudur. Hukuk açısından değerlendirildiğinde,

- Sosyal medyada işlenen suçlar, geleneksel suçların dijital ortamda gerçekleşen versiyonları olabilir. Örneğin, hakaret, iftira, tehdit, kişisel verilerin izinsiz kullanımı gibi suçlar sosyal medyada da işlenebilir. Bu tür suçların yasalar tarafından tanımlandığı ve izlendiği bir hukuk sistemine ihtiyaç vardır.
- Sosyal medyada işlenen suçlar siber güvenlik ve kişisel veri koruma sorunlarını da içerebilir. Bu, hukuki düzenlemelerin kişisel verilerin korunması ve siber saldırılara karşı tedbirlerin alınması konularına odaklanmasını gerektirebilir.
- Sosyal medya platformlarının içeriği düzenlemesi ve kullanıcıların ifade özgürlüğü ile ilgili birçok karmaşık sorun vardır. Hukuki düzenlemeler, ifade özgürlüğü ile zararlı içerik sınırları arasında bir denge kurmaya çalışmalıdır.

Sosyal medyada işlenen suçlar Toplum Sözleşmesi açısından değerlendirildiğinde ise,

- Toplum sözleşmesi, bireylerin toplumsal normlara ve değerlere saygı göstermeyi kabul etmelerini içerir. Sosyal

medyada işlenen suçlar, bu normların ve değerlerin sınırlarını test edebilir. Toplumun, çevrim içi davranışlarına yönelik beklentileri ve normları geliştirmesi önemlidir.

- Toplum sözleşmesi, insanların birbirlerine güvenmeleri ve uyum içinde yaşamalarını teşvik eder. Sosyal medya platformlarında işlenen suçlar, toplumun dijital iletişime olan güvenini etkileyebilir. Bu nedenle toplumun dijital dünyadaki güvenini artırmak için düzenlemeler ve eğitimler gerekebilir.
- Sosyal medya, toplumsal katılım ve kamusal tartışmaların bir platformu olarak büyük bir rol oynar. Ancak suçlar ve zararlı içerikler, bu katılımı ve tartışmaları engelleyebilir veya etkileyebilir. Toplum, çevrim içi ortamda daha güvenli ve adil bir tartışma ortamını sürdürebilme konusunda beklentilere sahip olabilir.

Yani sosyal medya üzerinden işlenen suçların sadece hukuk açısından değil toplum sözleşmesi açısından da ele alınması bir gerekliliktir. Zira geleneksel suçların dahi zorlukla kontrol edilebildiği, yargılanabildiği, sonuçlandırılabilirdiği ve cezalandırılabilirdiği günümüz dünyasında toplum sözleşmesinin katkısı da yadsınmamalıdır. Toplumun sadece geleneksel davranışlar değil sosyal medyadaki davranışlar konusunda da farkındalığının artırılması elzemdir. Ancak bu şekilde çevrim içi platformların ve bu platformlardaki iletişim ve etkileşimin daha medeni, adil ve güvenli olması sağlanabilir.

SONUÇ

Sosyal medya, günümüz dünyasında önemli bir yere sahip olan ve büyük bir hızla gelişen bir araçtır. Bu gelişme, sosyal medyayı düzenleyen hukuki düzenlemelerin de sürekli olarak güncellenmesini gerektirmektedir. Genel olarak bakıldığında

sosyal medya için yasal düzenlemelerin özellikle sosyal medya suçları, ifade özgürlüğünün korunması ve kişisel verilerin korunması alanlarında daha fazla gelişmeye ihtiyaç duyduğu söylenebilir.

Sosyal medya, suçların işlenmesinde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle sosyal medya üzerinden işlenen suçları önlemek ve cezalandırmak için daha etkin yasal düzenlemeler geliştirilmelidir. Bu düzenlemeler, sosyal medyanın ifade özgürlüğünü korumak gibi olumlu yönlerini de göz önünde bulundurulmalıdır. Sosyal medya, aynı zamanda ifade özgürlüğünün korunması için de önemli bir araçtır. Ancak ifade özgürlüğü ile diğer temel haklar arasında dengeyi sağlamak da önemlidir. Bu bağlamda, sosyal medya ve ifade özgürlüğü arasındaki ilişkiyi düzenleyen yasal düzenlemelerin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu düzenlemeler, ifade özgürlüğünü korurken nefret söylemi, şiddet ve ayrımcılık gibi zararlı içeriklerin yayılmasını önlemeye yönelik de olmalıdır. Kişisel veriler açısından ise, sosyal medya platformları, kullanıcıların kişisel verilerini toplar ve saklar. Bu verilerin gizliliğini korumak yasal açıdan çok önemlidir. Kullanıcıların kişisel bilgilerinin izinsiz kullanılmasını ve sızdırılmasını önlemek için veri koruma yasaları ve düzenlemeleri mutlaka geliştirilmelidir. Bu düzenlemeler, kişisel verilerin korunmasını sağlamak için sosyal medya platformları üzerinde daha sıkı düzenlemeler içermelidir.

Sosyal medya, uluslararası ilişkileri de derinden etkilemektedir. Diplomatik ilişkilerden küresel güvenlik meselelerine kadar birçok konu, sosyal medya üzerinden hızla yayılır ve tartışılır. Bu bağlamda, uluslararası düzeyde sosyal medya kullanımını düzenleyen anlaşmalar ve protokoller geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca devletler arası dijital siber saldırılar ve bilgi savaşları gibi yeni tehditlere karşı uluslararası iş birliği de önemlidir.

Sosyal medya platformları ile devletler arasında iş birliği de geliştirilmelidir. Sosyal medya platformları, kullanıcı verile-

rini toplar ve saklar. Bu veriler, suçların önlenmesi, ifade özgürlüğünün korunması ve kişisel verilerin korunması gibi konular da devletler için önemli bir bilgi kaynağıdır. Bu nedenle, sosyal medya platformları ile devletler arasında iş birliği geliştirilerek, bu verilerin etkili bir şekilde kullanılması sağlanmalıdır.

Sosyal medya kullanıcıları için eğitim ve farkındalık çalışmaları yapılmalıdır. Sosyal medya kullanıcıları, sosyal medyanın riskleri ve sorumlulukları konusunda bilinçlendirilmelidir. Bu eğitimler, sosyal medya kullanıcılarının zararlı içeriklerden korunmasına ve sosyal medyayı sorumlu bir şekilde kullanmalarına yardımcı olacaktır.

Sosyal medyanın toplum üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak amacıyla yapılacak araştırmalar desteklenmelidir. Bu araştırmalar, sosyal medyayı düzenleyen hukuki düzenlemelerin geliştirilmesine yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Antalya, O. G. (2017). *Medeni hukuk*. İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Aybay, A., & Aybay, R. (2002). *Hukuka giriş*. İstanbul: Aybay Yayınları.
- Carr, C., & Hayes, R. (2015). Social media: defining, developing and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Çelik, N., Caniklioğlu, N., Canbolat, T. ve Özkaraca, E. (2022). *İş hukuku dersleri*. İstanbul: Beta.
- Gözler, K. (2013). *Hukuka giriş*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Habermas, J. (1962). *Strukturwandel der öffentlichkeit. untersuchungen zu einer kategorie der bürgerlichen gesellschaft (kamusallığın yapısal dönüşümü)*. Berlin: Luchterhand, Neuwied.
- Helvacı, S., ve Erlüle, F. (2016). *Medeni hukuk*. İstanbul: Legal Yayıncılık.

İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınların Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun. (2007).

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Kazaz, M. ve Acar, N. (2021). *Oluşturma yöntemlerine göre yalan haberin incelenmesi: Twitter'da Covid-19. Covid-19 salgınında çok boyutlu etkiler.* (ed). Dr. Öğr. Üyesi Selin Karaköse. Ankara, Iksad Publications, Ankara.

Rousseau, J.-J. (2014). *Toplumsal sözleşme* (Çev: Cenap Karakaya). İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Russo, A., Watkins, J., Kelly, L., & Chan, S. (2010). Participatory communication with social media. *The Museum Journal*, 51(1), 21-31.

Sümer, H. H. (2022). *Hukuka giriş*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. (1982). Kanun no: 2709.

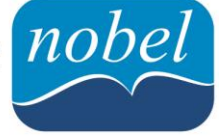
Türk Dil Kurumu. (TDK). *Güncel Türkçe* sözlük. sozluk.gov.tr/: <https://sozluk.gov.tr/>

Yargıtay (2023). *Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi*: <https://www.yargitay.gov.tr/documents/AIHM.pdf>

www.kvkk.gov.tr

www.mevzuat.gov.tr

www.yargitay.gov.tr



01/08/2023

Sayın Banu DENİZLİ ÖZTÜRK

Nobel Akademik Yayıncılık olarak aŐaĐıda bilgileri verilen esere bölüm yazarı olarak katkınızı rica etmekteyiz.

Saygılarımızla...



Eserin Adı: İletifŐim Bilimlerinde Sosyal AĐ Araştırmaları

Bölüm Adı: Sosyal AĞlar ve Yasal Düzenlemeler





01.01.2024

İLGİLİ MAKAMA

27.06.2018 tarihli ve 30461 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Akademik Teşvik Ödeneği Yönetmeliği’nin 3. maddesinin I bendinde yer alan **“Tanınmış uluslararası yayınevi: En az beş yıldır uluslararası düzeyde düzenli faaliyet yürüten, Türkçe dışındaki dillerde aynı alanda farklı yazarlara ait en az yirmi kitap yayımlamış ve yükseköğretim kurumu senatosunun kararıyla alanında etkinliği ve saygınlığı kabul edilen yayınevi”** tanımı ve aynı zamanda T.C. Üniversitelerarası Kurul Başkanlığının doçentlik başvuru şartlarında yer alan **“Uluslararası Yayınevi: En az dört yıl uluslararası düzeyde düzenli faaliyet yürüten, yayımladığı kitaplar Yükseköğretim Kurulunca tanınan sıralama kuruluşlarınca belirlenen dünyada ilk 500’e giren üniversite kütüphanelerinde kataloglanan ve aynı alanda farklı yazarlara ait en az 20 kitap yayımlamış olan yayınevi”** tanımı çerçevesinde Nobel Akademik Yayıncılık;

- 1984 yılına dayanan 40 yıllık geçmişi,
- Söz konusu Yönetmeliğin “Tablo 4” başlıklı kısmında sayılan:

- Eğitim Bilimleri
- Fen Bilimleri ve Matematik
- Filoloji
- Güzel Sanatlar
- Hukuk
- İlahiyat
- Mimarlık, Planlama ve Tasarım
- Mühendislik
- Sağlık Bilimleri
- Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler
- Ziraat, Orman ve Su Ürünleri
- Spor Bilimleri

temel alanlarında yayın hayatına kazandırdığı **8000’e** ulaşan eseri;

- Kazandırdığı bu eserlerin; Yükseköğretim Kurulunca tanınan sıralama kuruluşlarınca belirlenen dünyada ilk 500’e giren üniversite ve kamu kütüphanelerinde kataloglanmış olması;
- Aynı temel alanda farklı yazarlara ait en az 20 eserinin bulunması,
- Türkçe dışındaki dillerde farklı yazarlara ait (İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça, Arapça, İtalyanca) 20’den fazla eserinin bulunması,

- Her yıl uluslararası fuarlara katılımı,
- Yurt dışında meskûn 20’den fazla yayınevi ile iş birliği sonucunda 500’ü aşkın yabancı dilde yazılmış eseri Türkçeye kazandırması ve
- Ulusal dağıtım ağı ve internet satış organizasyonu ile

Sektörün gelişmesinde ve biçimlenmesinde önemli paya sahip lider bir marka olarak **“tanınmış uluslararası yayınevi”** şartlarını açık ve net olarak taşımaktadır. Bunun yanı sıra yayın çeşitliliğini artırmak, iş birliğini geliştirmek ve güçlendirmek amacıyla kurduğu ya da yayıncılığını üstlendiği;

- Nobel Yaşam
- Nobel Bilimsel
- Nobel Kültür
- Nobel Çocuk
- Aktif Düşünce
- Atlas Kitap
- İktisat
- İlem
- Altınbaş Üniversitesi
- Tesam Kitaplığı
- Ey Yayınları
- Dört Öge Dergisi

yayınları **“tanınmış uluslararası yayınevi”**nden yayımlanan eserler statüsüne haizdirler.

Saygılarımızla...

Nobel Akademik Yayıncılık
Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
Genel Yayın Yönetmeni
Nevzat ARGUN

NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM
DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ.
Masımpaşa Mah. Rabıtm Cad. Nermizade Sok. Güneş Apt. No: 9 D: 5
Tel: 0216 418 20 10 Fax: 0312 418 30 20 Karşıköy / İSTANBUL
Kadıköy Mah. 12. Cad. No: 631 956 1297

EKLER

- EK-1: WorldCat Veri Tabanı Arama Sayfası Görüntüsü ve İndekslenen Yayın Örnekleri
- EK-2: Nobel Akademik Yayıncılık Örnek Liste
- EK-3: Nobel Bilimsel Yayınları Örnek Liste
- EK-4: Nobel Yaşam Yayınları Örnek Liste
- EK-5: Aktif Düşünce Yayınları Örnek Liste
- EK-6: Atlas Kitap Yayınları Örnek Liste
- EK-7: İktisat Yayınları Örnek Liste
- EK-8: İlem Yayınları Örnek Liste
- EK-9: Altınbaş Üniversitesi Yayınları Örnek Liste
- EK-10: Yabancı Dillerde Yayımlanmış Eserler Örnek Liste

EK-1 WORLDCAT VERİ TABANI ARAMA SAYFASI GÖRÜNTÜSÜ VE İNDEKSLENEN ESER ÖRNEK LİSTESİ

[Advanced Search](#) [Find a Library](#)

Search results for '**Nobel Akademik Yayıncılık**'

Open Content

Open Access

Format

All Formats (940)

Book (901)

Print book (901)

eBook (1)

Article (35)

Chapter (14)

Downloadable article

(1)

Downloadable archival material (4)

Refine Your Search

Author

[Mehmet Zeki Aydın](#) (13)

[Süleyman Hayri B...](#) (9)

[Arif Sabuncuoğlu](#) (7)

[Gazanfer Erbaşlar](#) (6)

[Salih Güney](#) (6)

[Show more ...](#)

Year

[2016](#) (150)

[2015](#) (126)

[2014](#) (177)

[2013](#) (154)

[2012](#) (139)

[Show more ...](#)

Results 1-10 of
about 940 (.07 seconds)



« First <
Prev 1 2 3 Next >

Save
to:

[Select All](#) [Clear All](#)

Sort
by:

Selected item(s) have been added to [your list](#).

1.  **[Böceklerde \(hexapoda: arthropoda\) morfoloji, fizyoloji ve gelişim](#)**
by Osman Ecevit; Faruk Akyazı; Rana Akyazı
 Print book
Language: Turkish
Publisher: Ankara : Nobel Akademik Yayıncılık, 2012.
©2012

2.  **[Modern dış ticaret kuramları](#)**
by Hayriye Atik; Oğuzhan Türker
 Print book
Language: Turkish
Publisher: Ankara : Nobel Akademik Yayıncılık, 2011.

3.  **[Hasta toplum : cinsiyetçilik, tıbbileştirme ve tüketime dair sağlıklı çözümler](#)**
by Duydu Alptekin;
 Print book
Language: Turkish
Publisher: Ankara : Nobel Akademik Yayıncılık, 2015.

YAYIN SÖZLEŞMESİ

1. SÖZLEŞMENİN TARAFLARI VE KONUSU

Yayıncı: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
Nobel Yayın Grubu bünyesinde; Nobel Akademik Yayıncılık, Nobel Yaşam, Nobel Çocuk, Nobel Sınav, Nobel Bilimsel Eserler, for Dummies Türkiye, Aktif Düşünce Yayınları, Atlas Kitap, Matbu Kitap, İktisat Yayınları, Altınbaş Üniversitesi Yayınları, Ebabel Yayınları, EY Yayınları, İLEM Kitaplığı isimli farklı konularda yayın yapan yayınevleri ve ulusal kitap dağıtım organizasyonumuz Atlas Akademik Basım Ltd. Şti. bulunmaktadır.

Ankara: Kültür Mah. Mithatpaşa Cad. No : 74 B-01/02 Kızılay / Çankaya / ANKARA

Yazar: Banu DENİZLİ ÖZTÜRK

Adres: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, Çalışma Eko. ve Endüstriler Bölümü, Merket / SİVAS

Yukarıda isim ve açık adresleri verilen ve sözleşme boyunca kısaca "yayıncı" ve "Yazar" olarak anılacak olan taraflar; 5846 sayılı "Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu"nda "fikri eser" olarak tanımlanan "İletişim Bilimlerinde Sosyal Ağ Araştırmaları" adlı yayının 1. basımının (550 ADET %10 fireli), basılı olarak yayın ve satış haklarının devri konusunda anlaşmışlardır.

2. HAK VE SORUMLULUKLAR

- 2.1. Yazar, meydana getirdiği yayının orijinal olduğunu, eş zamanlı olarak herhangi bir başka yayın sözleşmesi kapsamında olmadığını, "intihal" e vucut verecek alıntılar bulunmadığını, yayıncının yazılı izni olmaksızın ve sözleşme süresi dolmaksızın adı geçen yayının, yayın haklarının tamamını ya da bir bölümünü üçüncü bir kişiye devretmeyeceğini ve söz konusu yayının T.C. yasaları gereği "suç" oluşturacak herhangi bir nitelik taşımadığını yayıncıya taahhüt eder.
- 2.2. Yayıncı, adı geçen yayını yazarın kendisine teslim ettiği yazar (lar)ın yazılı izni olmaksızın içeriğinde değişiklik yapmayacağını, basılı olarak satışa sunacağını, e-kitap hakkı e internet vb. dijital platformlarda elektronik kitap şeklinde satışa sunacağı tanıtım amacıyla ilgililere ulaştırılacağını taahhüt eder.
- 2.3. Yayıncı, yazar(lar)ın basım işlemi için onay verdiği yayının dizgi ve içerik hatalarından sorumlu değildir. Yazar(lar), yayının bütün içeriğinden sorumludur.
- 2.4. İşbu sözleşme yukarıda belirtilen baskı adedi bitimine kadar geçerlidir.
- 2.5. Yayıncı eserden Editör'e 5 Yazar'a 2 adet verecektir.

3. SÖZLEŞMENİN FESHİ, TAZMİNAT VE UYUŞMAZLIK

- 3.1. Bu sözleşme kapsamında taraflardan biri, taahhüt ettiği edimleri yerine getirmezse, diğer taraf noter kanalıyla yazılı bildirimde bulunmak kaydıyla sözleşmeyi tek taraflı olarak feshedebilir.
- 3.2. Sözleşmede boşluk bulunan hâllerde, 5846 sayılı "Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu" hükümleri uygulanır.
- 3.3. İş bu sözleşmeden doğan uyuşmazlıklarda, Ankara mahkemeleri ve icra daireleri yetkilidir.
- 3.4. Sözleşme 3 maddeden ibaret olup 07.12.2023 tarihinde 2 nüsha olarak hazırlanmış ve taraflarca imzalanmıştır. Sözleşmenin birer nüshası taraflara verilmiştir.

NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK
EĞİTİM DANIŞMANLIK TIC. LTD. ŞTİ.

Adına
Nevzat ARGUN

Yazar

Yazar ismi

Banu DENİZLİ ÖZTÜRK

Tc No:

35191623202

NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM
DANIŞMANLIK TIC. LTD. ŞTİ.

Rasimpaşa Mah. Rütbeli Cad. Nispetiye Sok. Çankaya / Ankara / Türkiye
Tel: 0216 418 2610 Fax: 0216 418 2611 / 0216 418 2612 / 0216 418 2613
Kadıköy / İstanbul / Türkiye Tel: 0216 349 7291