

Dr. Leyla KESER BERBER
İstanbul Bilgi Üniversitesi
Bilişim ve Teknoloji Hukuku Enstitüsü Direktörü

**Çevrimiçi Davranışsal
Reklamcılık
(Online Behavioral Advertising)
Uygulamaları Özelinde
Kişisel Verilerin Korunması**



İÇİNDEKİLER

AMAÇ, METODOLOJİ VE KONUNUN SINIRLANDIRILMASI ... V	
SUNUŞ.....VII	VII
ÖZET..... IX	IX
İÇİNDEKİLER..... XI	XI
TANIMLAR XVII	XVII

Birinci Bölüm

Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık (“ÇDR”) Kavramı ve Uygulamaları

I. Dijital Reklamcılık Kavramı ve Uygulamaları 1	1
II. Yenilikçi Bir Dijital Reklamcılık Yöntemi; Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık (ÇDR) 8	8
A. Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık (ÇDR) Dünyasının Aktörleri ve Fonksiyonları 15	15
1. Reklam Veren (Advertisers) 15	15
2. Yayıncılar (Publishers) 16	16
3. Reklam Ağları (Ad Networks) 17	17
B. Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık (ÇDR) Yapabilmenin İlk Adımı Çevrimiçi Hedefleme (Online Targeting) 19	19

1. Çevrimiçi Hedefleme Yapmak Konusunda Veri Elde Etme Yöntemi; Çevrimiçi İzleme (Online Tracking) Teknikleri	21
a. Tarayıcı Çerezleri (Cookies)	23
b. Javascript Dosyaları	23
c. Süperçerezler	24
d. Tarayıcı Parmak İzleri	24
e. Konum İzleme	25
C. İnternet Servis Sağlayıcı Temelli Derin Paket Analizi (Deep Packet Inspection) Yöntemi Kullanılarak Yapılan Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık (ÇDR)	27

İkinci Bölüm

Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık (“ÇDR”) Uygulamalarının Veri Koruması Hukuku (Avrupa Birliği Hukuku, Amerika Birleşik Devletleri Hukuku ve Türk Hukuku) Özelinde Değerlendirilmesi

I. Avrupa Birliği Hukukunda Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık	31
A. 95/46/EC Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Direktifi Hakkında Genel Bilgi	32
B. 2002/58 Sayılı Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin Korunması Direktifi Hakkında Genel Bilgi	33
C. İlgili AB Direktifleri Kapsamında ÇDR Uygulamalarının Değerlendirilmesi	35
1. 2002/58/10 Sayılı Direktif’in 5/3. Maddesi ve 95/46/EC Sayılı Direktif’in Uygulama Alanı	37
2. ÇDR Uygulamaları Kapsamında Bilgilendirme (veya Aydınlatma) Yükümlülüğü	39
a. Bilgilendirme yükümlülüğü hangi bilgileri kapsar?	39
b. Bilgilendirme ne şekilde yapılmalıdır?	40

c. Bilgilendirme kim tarafından yapılmalıdır?	41
3. ÇDR Uygulamaları Kapsamında İzin Alma Yükümlülüğü ..42	
a. İzin Alma Yükümlülüğü Kime Ait Olacaktır?	42
b. Alınacak İzinin Özellikleri ve Kapsamı Ne Olacaktır? ..42	
c. Özel Nitelikli Kişisel Veriler Bakımından Durum Ne Olacaktır?.....	47
4. ÇDR Uygulamaları Kapsamında Kişisel Verilerin İşlenmesi ve Bu Kapsamdaki Yükümlülükler	48
a. İzleme (Tracking).....	48
b. Kullanma	49
c. Profillemeye ve Saklama	50
d. Üçüncü kişilere gönderme	50
5. İşlemeye İlişkin Diğer Yükümlülükler	50
a. Verinin Niteliğine İlişkin Yükümlülükler	51
aa. Amaçla Sınırlı Olma İlkesi:	51
bb. Saklama İlkesi:	51
b. İlgili Kişinin Hakları	57
c. Teknik ve İdari Tedbirlerin Alınmasına Yönelik Yükümlülükler	58
d. Veri Koruma Otoritelerine Bildirime İlişkin Yükümlülükler	58
e. Verilerin Yurtdışına Aktarımı	58
D. Madde 29 Çalışma Grubunun Çerez Kullanımına İlişkin Rıza Alımına İlişkin Rehberi	59
1. Kullanıcılardan Alınan Rızanın Duruma Özgülenmiş Gerekli Bilgilendirmeyi Gerçekleştiriyor Olması	61
2. Rızanın Doğru Zamanda Alınması	61
3. Kullanıcıların Seçimini Aktif Bir Şekilde Gerçekleştirilmesi ..62	
4. Kullanıcıların Rızalarını Serbestçe Verebilmeleri.....	63
5. Raporun Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Faaliyetlerine Etkisi	64

E. Avrupa Birliği Kişisel Verilerin Korunmasına İlişkin Regülasyon Tasarısının Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Üzerindeki Olası Etkileri.....	65
1. Avrupa Birliği'nin Tamamında Kişisel Verilerin Korunmasına İlişkin Tek Bir Düzenlemenin Olması.....	65
2. Avrupa Birliği'nin Tamamında Kişisel Verilerin Korunmasına İlişkin Tek Bir Otoritenin Olması	66
3. Avrupa Birliği Dışında Yer Alan Şirketlerin de Aynı Kuralların Geçerli Olması.....	66
4. Cezaların Daha Etkin Olarak Uygulanması	67
5. Unutulma Hakkı.....	67
6. Veri Taşıma Hakkı ve Rıza.....	68
7. Veri Korumanın Öncelikli Olması.....	68
8. Regülasyonla Getirilen Değişikliklerin Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Faaliyetleri Üzerindeki Kümülatif Etkisinin Değerlendirilmesi	68
F. Avrupa Birliği Kapsamında Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılığa Yönelik Özdenetim Faaliyetleri	70
1. Avrupa Reklam Standartları Birliği ("ARSB") Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Üzerine En İyi Uygulama Tavsiye Kararı ("Karar")	71
a. Bildirim Prensibi	72
b. ÇDR üzerinde kullanıcı seçimi	73
c. Hassas Segmentasyon.....	73
d. Uyumluluk ve Tatbik Programları	74
2. Etkileşimli Reklamcılık Bürosu ("ERB") Avrupa Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Çerçevesi ("Çerçeve")...74	
a. Üçüncü Taraf Bildirimi.....	75
b. ÇDR üzerinde kullanıcı seçimi	76
c. Veri Güvenliđi	76
d. Hassas Segmentasyon.....	76
e. Eđitim.....	77

f. Uyumluluk ve Tatbik Programları	77
II. Amerika Birleşik Devletleri Hukukunda Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Uygulamaları	77
A. Genel Durum.....	77
B. Federal Ticaret Komisyonu (“FTC”) Uygulamaları ve Özdenetim	79
III. Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Uygulamalarının Türk Hukuku Bakımından Değerlendirilmesinde Yararlanılacak Düzenlemeler ve Kapsamları (Mevcut ve Müstakbel Düzenlemeler Açısından)	86
A. Mevcut Düzenlemeler Bakımından.....	86
1. Genel Durum	86
2. Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin Korunması	88
a. Yönetmelik’in Kapsamı ve Önemli Tanımlar	88
b. İşletmecilerin Kişisel Verilerin İşlenmesi Bakımından Yükümlülükleri.....	90
c. Trafik Verileri ve Yer Verilerinin İşlenmesine İlişkin Düzenlemeler	90
3. Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin İşlenmesi ve Gizliliğinin Korunması Hakkında Yönetmelik	91
a. Yönetmelik ile Yapılan Temel Tanımlar.....	92
b. Yönetmelik Kapsamında Getirilen Temel İlkeler	93
c. Yönetmelik Kapsamında Trafik ve Konum Verilerinin İşlenmesi	94
B. Müstakbel Düzenlemeler Bakımından	96
1. Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı (“Tasarı”).....	96
a. Tasarı ile getirilen Temel İlkeler	97
b. Aydınlatma ve İzin	98
c. Tasarı ile getirilen Temel Yükümlülükler	99
d. Tasarı Kapsamında Anonimleştirme	99

C. Türk Hukukunda Yer Alan Düzenlemelerin Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Faaliyetleri Bakımından İncelenmesi ve Örnek Olay İncelemesi	100
1. Türk Hukukunda Yer Alan Düzenlemelerin Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Faaliyetleri Bakımından İncelenmesi	100
2. Örnek Olay İncelenmesi (PHORM SOLUTIONS – TTNET GEZİNTİ)	101
SONUÇ VE ÖNERİLER	107
GÖRÜŞLER.....	111
KAYNAKÇA	117
EK: 2002/58 Sayılı Direktifin 2009/136 Sayılı Direktifle Değişik 5.2. Maddesinde Düzenlenen Çerezlere (Cookies) İlişkin Hükümlerin Üye Ülkelerde İç Hukuklara Aktarılma Şekilleri	119