

# Teknik ve Hukuki Detaylarıyla Click-Wrap Sözleşmeler

Av. Burak Üçüncü · 4 Haziran 2025 · 12 dk okumaGüncelleme: 4 Ağustos 2025

Click-Wrap sözleşme, bir web sitesi veya yazılım üzerinde kullanıcıların bir metni okuyup “Kabul Ediyorum” gibi bir butona tıklayarak onay verdikleri elektronik sözleşme türüdür. Kullanıcı, kayıt olurken veya bir hizmet/ürün satın alırken karşısına çıkan kullanım koşulları veya lisans metnini onay kutusunu işaretleyip onaylayarak sözleşmeye taraf olur. Bu yöntem, “tıklayarak onaylama” şeklinde gerçekleştirildiği için klasik imzalı sözleşmeye dijital bir alternatif sunar. Click-wrap sözleşmeler; e-ticaret siteleri, yazılım lisansları, mobil uygulama kayıtları ve üyelik platformları gibi birçok alanda yaygın biçimde kullanılmaktadır. Bu sözleşmelerde kullanıcı, koşulları kabul etmezse hizmeti kullanamaz veya satın alma işlemini tamamlayamaz, yani onay verme zorunluluğu vardır. Böylece işletme, kullanıcıdan sözleşme hükümlerini açık irade beyanıyla kabul etmesini sağlamış olur. Buna karşılık sadece web sitesine girildiğinde otomatik kabul varsayan “browse-wrap” sözleşmeler (kullanıcının herhangi bir tıklama eylemi olmadan, siteyi kullanmasıyla hükümlerin kabul edildiğinin varsayıldığı durumlar) click-wrap’e göre hukuki açıdan daha zayıf kabul edilmektedir. Zira click-wrap yönteminde kullanıcıdan aktif bir onay alınmaktadır ve bu nedenle sözleşmenin varlığı ve kullanıcının rızası konusunda daha güçlü delil oluşturur.

Click-wrap sözleşmeler, hukuki nitelik açısından bir “iltihaki (katılmalı) sözleşme” sayılır. Yani sözleşme şartlarının tamamı hizmet sağlayıcı tarafından önceden hazırlanmış olup kullanıcı bu şartları müzakere etmeden kabul etmek durumundadır. Kullanıcının seçim hakkı ya tüm şartlarıyla sözleşmeyi kabul etmek ya da hizmeti kullanmaktan vazgeçmektir. Bu nedenle içerik olarak genel işlem koşulları barındırırlar. Bu tip sözleşmelerde karşı taraf (kullanıcı) şartları değiştirme imkanına sahip olmadığı için, hukuken bazı koruyucu düzenlemeler geçerli olabilir.

## BÖLÜM II

### Hukuki Geçerlilik ve Dayanaklar

Türk Borçlar Kanunu (TBK)’na göre sözleşmeler, tarafların iradelerini karşılıklı ve birbirine uygun olarak açıklamaları ile kurulurlar (TBK m.1). Kanunda özel bir şekil şartı öngörülmedikçe, sözleşme kurulması belirli bir şekle tabi değildir; önemli olan, taraf iradelerinin hukuken açıklanması ve birbirine ulaştırılmasıdır. Bu genel ilke uyarınca, elektronik ortamda kurulan sözleşmeler de hukuken geçerlidir. Nitekim TBK m.1’deki irade açıklaması şartı, internet üzerinden yapılan işlemlerde de sağlanabilir: Web sitesindeki “Kabul Ediyorum” butonuna tıklanması, kullanıcı iradesinin sözleşme teklifini kabul ettiğini gösteren geçerli bir beyan niteliğindedir. Teknik olarak, kullanıcı bu butona tıklayarak hukuken bir kabul beyanı iletmektedir ve bu beyan, elektronik iletişim aracıyla karşı tarafa (hizmet sağlayıcının sistemine) ulaşmasıyla birlikte sözleşme kurulmuş sayılır. Dolayısıyla, bir ürün/hizmet sunan tarafın internet sitesindeki şartları icap (teklif),

kullanıcının bunları tıklayarak onaylaması ise kabul olarak değerlendirilir; bu durumda geçerli bir sözleşme ilişkisi doğar.

Ancak, her ne kadar click-wrap sözleşmelerde şekil serbestisi prensibi geçerli olsa da, genel işlem koşulları ve tüketiciyi koruyucu mevzuat hükümleri devreye girer. TBK m.20-25, önceden hazırlanmış ve müzakere edilmeksizin sözleşmeye dahil edilen genel işlem şartlarını düzenlemektedir. Özellikle TBK m.21 uyarınca, karşı taraf aleyhine ve olağandışı nitelikteki genel şartlar, karşı tarafça özellikle ve ayrıca onaylanmadıkça sözleşme kapsamında sayılmaz (geçersiz kabul edilir). Yani kullanıcıyı beklemediği ölçüde ağır yük altına sokan veya alışılmadık hükümler, salt "kabul et" butonuna tıklamasıyla otomatik olarak bağlayıcı hale gelmez. Bu kural, click-wrap sözleşmelerdeki bazı hükümler için önem arz eder: Örneğin kullanıcıyı dava hakkından feragat ettiren, tek taraflı değişiklik yapma yetkisi tanıyan veya beklenmedik ekstra ücret öngören maddeler, kullanıcı özel olarak dikkatine sunulup onayı alınmadıkça geçersiz sayılabilir. Nitekim doktrinde, click-wrap sözleşmelerde tarafların genel şartları müzakere etme imkânı olmadığı için, esas sözleşme geçerli olsa bile örneğin içindeki hukuk seçimi kloxunun sırf genel işlem koşulu olarak dayatılması halinde geçerlilik taşımayabileceği belirtilmiştir. Bu durum, özellikle sözleşmenin niteliğine ve işin özelliğine yabancı, sürpriz hükümlerin varlığında gündeme gelir. Kanun gereği böyle hükümler yazılmamış addolunur ve sözleşmenin geri kalanı, bu hükümler olmaksızın ayakta kalabilir.

## Tüketicinin Korunması

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK) ve ilgili alt mevzuat, özellikle tüketici ile akdedilen mesafeli sözleşmelerde (internet üzerinden yapılan satışlar vb.) çeşitli özel şartlar öngörmektedir. TKHK m.48 ve Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği'ne göre, bir tüketici internetten ürün/hizmet satın alırken satıcı, sözleşme konusu ürünün temel nitelikleri, toplam fiyatı, teslimat bilgileri, cayma hakkı süresi gibi ön bilgiler içeren Ön Bilgilendirme Formu'nu tüketiciye sunmak ve onayını almak zorundadır. Uygulamada bu, siparişi onaylamadan önce tüketicinin "*ön bilgilendirme koşullarını okudum ve anladım*" şeklinde ayrı bir kutucuğu işaretlemesi şeklinde gerçekleşir. Ön bilgilendirme onayı alınıp tüketici siparişi verdiğinde (örneğin "Siparişi Onayla" butonuna tıklayarak), satıcı en geç sözleşmenin ifası anına kadar sözleşme metnini ve ön bilgilendirmeyi kalıcı bir veri saklayıcısıyla (e-posta gibi) tüketiciye göndermelidir. Aksi takdirde, satıcı mevzuata aykırı davranmış olur ki bu durum sözleşmenin geçerliliğini etkilemese de idari yaptırımlara veya tüketiciye bazı ek haklara yol açabilir (örneğin cayma hakkı süresinin uzaması gibi).

Ayrıca tüketici işlemlerinde, TKHK m.5'te düzenlenen haksız şart hükümleri geçerlidir: Tüketicikle müzakere edilmeden sözleşmeye konulan ve tarafların hak ve yükümlülüklerinde dürüstlük kuralına aykırı dengesizliğe yol açan hükümler kesin hükümsüzdür. Bu kapsamda, örneğin tüketicinin önceden bilgilendirilmediği bir ceza koşulu, tek taraflı değişiklik hakkı veya tüketiciyi bağlayıcı hak kısıtlamaları, haksız şart sayılıp uygulanmayabilir. Özetle, click-wrap sözleşme sağlayan taraf, tüketici mevzuatındaki emredici kurallara (ön bilgilendirme, cayma hakkı, haksız şart yasağı vb.) uymak durumundadır; aksi halde sözleşmenin bazı hükümleri geçersiz sayılabileceği gibi, idari yaptırımlar veya tüketici lehine sonuçlar doğabilecektir.

Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (6563 sayılı) da elektronik ortamda yapılan işlemlere ilişkin bazı yükümlülükler getirir. Bu kanun, hizmet sağlayıcının iletişim bilgilerinin ve sözleşme kurulmasına ilişkin teknik adımların açıkça belirtilmesini, ticari iletişimin (ör. e-posta/SMS ile reklam) ancak alıcının önceden onayıyla yapılmasını vb. şart koşar. Örneğin, elektronik ticaret işletmeleri, yapılan sözleşmelere ilişkin kayıtları belirli bir süre saklamak ve gerektiğinde yetkili mercilere sunmak zorundadır. Yargıtay 3. Hukuk Dairesi E.2021/4000 ve K.2021/11403 sayılı kararında, bir e-ticaret platformunun aracılık hizmeti

sunduğu satışlarda, platformun mesafeli satış sözleşmesinde satıcı taraf olmadığı durumda malın ayıbından sorumlu tutulmayacağına hükmetmiştir. Bu karar, e-ticaret aracı hizmet sağlayıcılarının sorumluluğuna ilişkin olsa da dolaylı olarak platformların sözleşme ilişkisindeki konumunu ve sözleşme metinlerinin taraflarını belirlemenin önemini vurgular. Sonuç olarak, 6563 sayılı Kanun, internet üzerinden yapılan sözleşmelerde şeffaflığı ve kayıt düzenini sağlamaya yöneliktir; click-wrap sözleşmelerle sağlanan kullanıcı onayının ispatı açısından bu kayıtların tutulması önemlidir.

## Kişisel Verilerin Korunması

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) (6698 sayılı), click-wrap sözleşmeler kapsamında özellikle kullanıcıların kişisel verilerinin işlenmesine ilişkin kısımlarda devreye girer. Bir kullanıcı, siteye üye olurken sadece sözleşme koşullarını değil, aynı zamanda kişisel verilerinin nasıl kullanılacağını da onaylıyor olabilir. KVKK'ya göre, kişisel verilerin işlenmesi kural olarak ilgilinin açık rızasına tabidir (KVKK m.5/1). Açık rıza, kanunda *“belirli bir konuya ilişkin, bilgilendirilmeye dayanan ve özgür iradeyle açıklanan rıza”* şeklinde tanımlanır. Bu nedenle, bir kullanıcının üyelik sözleşmesini kabul etmesi sırasında, örneğin ticari elektronik ileti almak veya verilerinin reklam amaçlı kullanılmasına izin vermek gibi ek konularda açık rıza isteniyorsa, bunun ayrı bir onay kutusuyla ve bilgilendirme metniyle alınması gerekir. Sadece “Kullanım Koşullarını okudum, kabul ediyorum” şeklindeki genel bir onay, KVKK kapsamındaki tüm veri işleme faaliyetleri için yeterli sayılmaz. Özellikle gereklilik-ilgillik prensibi gereği, sözleşmenin ifası için zorunlu olmayan veri işleme işlemleri (örneğin pazarlama amaçlı veri paylaşımı) ancak kullanıcının özgür iradesiyle verdiği açık rıza ile yapılabilir.

Bu nedenle uygulamada, sitelerde genellikle “Üyelik Koşullarını kabul ediyorum” yanında “Kişisel verilerimin işlenmesine ilişkin Aydınlatma Metnini okudum” ve ayrıca “Kampanya ve bildirim almak istiyorum” gibi ayrı onay kutucukları bulunur. KVKK, açık rızanın özgürce verilmiş olmasını şart koştuğundan, önceden işaretlenmiş kutular kullanmak veya hizmetten faydalanma şartı olarak gereğinden fazla veri izni istemek, ileride hukuken geçersiz sayılabilir. Kişisel verilerle ilgili hususlarda ayrıca kullanıcıya, verilerinin hangi amaçla işleneceği, kimlere aktarılacağı, ne süre saklanacağı gibi konularda ayrıntılı aydınlatma yükümlülüğü bulunmaktadır (KVKK m.10). Sonuç olarak, click-wrap sözleşme kapsamında kullanıcıdan alınan onaylar, KVKK'ya uygun şekilde kurgulanmalı; gerekirse sözleşme onayı yanında ayrı bir veri işleme izni alınmalıdır. Aksi halde, kullanıcı sözleşmeyi kabul etse bile kişisel verilerin kullanımı açısından hukuka aykırılık ve yaptırım riski doğabilir.

Özetle, Türk hukukunda click-wrap sözleşmeler, **genel olarak geçerli ve bağlayıcı** kabul edilir. Dayanak mevzuat, genel sözleşme hükümleri (TBK), tüketici mevzuatı (TKHK ve ilgili yönetmelikler), e-ticaret ve KVKK gibi çeşitli kanunlardır. Geçerlilik için bu yasal çerçevedeki şartlara uygunluk büyük önem taşır. Uygun şekilde oluşturulmuş bir click-wrap sözleşme, taraflara aynen fiziki ortamda imzalanmış bir sözleşme gibi hak ve borçlar doğurur.

## BÖLÜM III

## Teknik Tasarım ve Kullanıcı Deneyimi (UX)

Click-wrap sözleşmenin kullanıcıya sunuluş biçimi, hem hukuki bağlayıcılık hem de iyi bir deneyim açısından kritiktir. Kullanıcı dostu bir tasarım, hem kullanıcıyı gereksiz zahmete sokmadan bilgilendirir hem de alınan onayın geçerliliğini güçlendirir.

## Sözleşmenin Görünürlüğü

Sözleşme metni veya önemli koşullar kullanıcıya net biçimde sunulmalıdır. İdeal olarak kullanıcı, onay vermeden önce koşulları kolayca görüntüleyebilmelidir (örn. metin kutusunda kaydırarak okuyabileceği bir alanda veya ayrı bir pencerede). Onay kutusu veya butonu, sözleşme metnine atıf yapacak şekilde yakın konumlandırılmalı ve kullanıcı onu görmeden ilerleyememelidir.

Örneğin, üyelik formunun hemen altında "Kullanım Koşullarını okudum ve kabul ediyorum" şeklinde bir metin ve onay kutusu yerleştirilmesi yaygın ve doğru bir uygulamadır. Eğer sadece sitenin altbilgisine bir link koyup "kullanarak kabul etmiş sayılırsınız" gibi bir ibare eklerseniz, kullanıcıların bunu fark etmeme ihtimali yüksek olur ve bu tarz browse-wrap yaklaşımları hukuken geçerlilik bakımından zayıf kalacaktır. Bu nedenle, kabul mekanizmasını mümkün olduğunca görünür ve belirgin kılmak gerekir.

## Açık ve Anlaşılır Dil

Sözleşme koşulları ve onay metni, ortalama bir kullanıcının anlayabileceği sadelikte olmalıdır. Hukuki terimler asgariye indirilmeli, varsa zorunlu yasal ifadeler dışında kalan metin günlük dile yakın olmalıdır. Onay cümlesi de açık olmalı: Örneğin "✓ Okudum, anladım ve kabul ediyorum" gibi net ifadeler kullanılabilir. Eğer onaylanan belge bir "Kullanım Koşulları" veya "Üyelik Sözleşmesi" ise bu terimler belirtilebilir ve yanında metne yönlendiren bir bağlantı bulunmalıdır.

Ayrıca, kullanıcıya sunulan dil kullanıcı kitlesine uygun olmalıdır. Türkiye'deki kullanıcılar için metnin Türkçe olması esastır; gerekiyorsa çok dilli seçenek sunulabilir ancak Türkçe çeviri olmadan onay alındığında hukuken geçerli bir irade beyanından bahsedilemeyecektir. Kısaca, kullanıcı neyi kabul ettiğini anlayacak dilde ve formatta bilgilendirilmelidir.

## Aktif Onay İsteği

Tasarım, kullanıcıdan aktif bir eylemle onay alacak şekilde olmalıdır. En sık uygulanan yöntem, bir metin kutucuğunun yanına konulan boş bir onay kutusunun (checkbox) kullanıcı tarafından işaretlenmesinin istenmesidir. Kullanıcı bu kutuyu işaretlemeyen ilerleyememelidir (örn. "Devam" veya "Kayıt Ol" butonu pasif kalmalı ya da hata uyarısı vermeli). Kutucukların önceden işaretli olması kesinlikle kaçınılması gereken bir durumdur; böyle bir tasarım, gerçek bir açık rıza sayılmayacağı gibi hukuka aykırı olur. Bazı platformlar onay kutusu yerine doğrudan kayıt butonuna entegre bir onay ifadesi kullanmaktadır. Örneğin, kayıt ekranında ayrı bir kutu olmaksızın "Kaydol" düğmesinin hemen altında "Kaydol'a tıklayarak, Şartlar ve Koşullarımızı ve Gizlilik Bildirimimizi kabul ediyorsunuz" şeklinde bir ibare vardır. Bunun geçerliliği tartışmalı olup aktif eylem içerisinde olmayan kullanıcının geçersizlik iddiası hukuken sorun yaratacaktır.

Bu nedenle en sağlam yöntem, birçok büyük şirketin tercih ettiği gibi çift aşamalı onay almaktır: Hem kutu işaretletmek hem de ardından onay/ileri butonuna bastırmak. Bu sayede kullanıcı iki kere düşünüp gerçekten rıza göstermiş olur.

## Sözleşme Metninin Sunumu

Kullanım koşulları/metni mümkün olduğunca kolay erişilebilir olmalıdır. Onay kutusunun yanına sözleşme metninin bağlantısı konulması yaygındır ("Kullanım Koşullarını okuyunuz" gibi). Bu bağlantı tıklandığında metin yeni bir pencerede veya modal (popup) kutuda gösterilebilir. Bazı siteler, onay kutusunun hemen yanında küçük bir metin kutusunda tüm sözleşmeyi listeleyip kaydırılabilir biçimde de sunmaktadır.

Kullanıcılar genellikle tüm metni okumasa da, metne ulaşabildiğinin gösterilmesi hukuken önemlidir. Ayrıca, sözleşme metninin yazıcı dostu veya PDF indirmeye uygun olması kullanıcı deneyimini iyileştirir. İleride delil sunmak açısından da, kullanıcıya onay anında sözleşmeyi kaydetme imkanı vermek iyi bir uygulamadır. Örneğin, bir alışverişi tamamladıktan sonra kullanıcının e-posta adresine sözleşme koşullarının gönderilmesi, kalıcı veri saklayıcısı yoluyla bilgilendirme yükümlülüğünü yerine getirmenizi sağlar. Bazı şirketler, kullanıcıya web sitesinde koşulları onaylatmanın yanı sıra, onay sonrası sözleşmeyi e-posta ile de ileterek ve hatta ikinci kez onay alarak çok katmanlı bir onay süreci kullanmaktadır. Tasarımınızın bu ölçüde ayrıntılı olması şart değilse de, sözleşme metnine erişimi kolaylaştırmak ve onay sonrasında kayıt altına almak hem yasal uyum hem de kullanıcı güveni açısından faydalıdır.

## Zorunlu ve İhtiyari Onayların Ayrımı

Arayüz tasarımında, kullanıcıdan alınacak onay çeşitlerini ayırt etmek önemlidir. Tek bir onay kutusuna tüm koşulları ve izinleri sığdırmaya çalışmak hatalıdır. Örneğin “Üyelik koşullarını ve KVKK metnini okudum, tümünü kabul ediyorum” şeklinde birleşik bir onay yerine, ayrı ayrı onay opsiyonları sunulmalıdır. Zorunlu olan (hizmeti kullanmak için şart olan) sözleşme onayı ayrı, kullanıcıya isteğe bağlı sunulan (örneğin elektronik ticari ileti izni, promosyon izni) onaylar ayrı kutular halinde olmalıdır. Bu, hem yasal gerekliliktir (özellikle KVKK kapsamında “belirli bir konuya ilişkin açık rıza” böyle sağlanır) hem de kullanıcıya tercih imkanı vererek deneyimi iyileştirir. İhtiyari bir onayı vermeyen kullanıcıyı asıl hizmetten mahrum etmemek gerekir (örn. kampanya e-postası izni vermek istemeyen kullanıcı yine de üyelik oluşturabilmelidir). KVK anlamında veri işlemenin hizmet şartına [bağlanması](#) hukuka aykırıdır. Bu nedenle arayüzde bu ayrım net olarak yapılırsa, kullanıcı neye “hayır” diyebileceğini bilir ve gereksiz yere hizmetten vazgeçmez.

## Hata Bildirimleri ve Zorunluluk

Kullanıcı onay vermeden ilerlemeye çalışırsa, sistem uygun bir uyarı vermelidir (örn. “Devam etmek için koşulları kabul etmelisiniz”). Bu uyarının kibar fakat net bir dille olması kullanıcı deneyimini olumsuz etkilemez, aksine kullanıcıya ne yapması gerektiğini gösterir. Ayrıca, onay kutusunun atlanamaması teknik olarak da sağlanmalıdır (sunucu tarafında doğrulama ile). Aksi halde, kutuyu işaretlemekten de formu göndermenin bir yolunu bulan kullanıcılar çıkabilir ve bu da ileride “ben onaylamamıştım” iddialarına yol açabilir. Özetle, onay almadan işlemin tamamlanamayacağı hem teknik hem görsel olarak güvenceye alınmalıdır.

## Tasarımda Tutarlılık ve Basitlik

Onay süreçleri kullanıcı için olabildiğince basit tutulmalıdır. Çok karmaşık veya uzun metinlerle kullanıcıyı bunaltmak, onların rastgele onay vermesine yol açabilir. Bunun bilgilerin özetlendiği, detaylar için “devamını oku” denilebilecek bir tasarım tercih edilebilir. Örneğin, önemli uyarılar veya değişiklikler varsa bunları onay kutusunun yanında kısa bir cümleyle belirtip detayları sözleşme metnine koymak uygun olur. Görsel olarak da butonların ve kutuların boyutu/rengi kullanıcıyı yanıltmayacak şekilde düzenlenmelidir. “Kabul” ve “Reddet” seçenekleri sunuluyorsa (bazı çerez politikalarında olduğu gibi), biri aşırı gizlenmiş diğeri belirgin olmamalıdır. Aksi takdirde alınan onayın rıza niteliği tartışmalı hale gelebilir (özgür irade koşuluna aykırılık iddiası).

## Mobil Cihaz Uyumluluđu

Birçok kullanıcı mobil cihazlardan hizmet almaktadır. Mobil ekranlarda küçük yazılar ve kutular kullanıcı tarafından gözden kaçabilir. Bu nedenle, mobil tasarımda onay kutusu ve metinlerin yeterli büyüklükte ve okunaklı olmasına dikkat edilmelidir. Gerekirse mobil cihazlar için ayrı bir akış tasarlanabilir: Örneğin onay alınacak metin, küçük bir pop-up yerine tam ekran kolay okunur bir sayfada gösterilip “Kabul Ediyorum” düğmesi sunulabilir. Önemli olan, masaüstü ortamda göze çarpan bir uyarının mobilde de aynı derecede fark edilebilir olmasıdır.

## Kayıt ve Log Tutma

Tasarımın ötesinde, hukuki açıdan son derece kritik bir konu, **delillendirmektir**. İşletmeler, kullanıcıların onay işlemlerine ilişkin kayıtları güvenli biçimde tutmalıdır. Özellikle ileride çıkabilecek uyuşmazlıklarda, belli bir kullanıcının belli bir tarihte sözleşmeyi onayladığını ispatlamak gerekebilir. Bunun için kullanıcı onayını zaman damgasıyla loglamak, IP adresini ve tarayıcı bilgisini kaydetmek yaygın bir yöntemdir. Bir kullanıcının hangi versiyon sözleşmeyi kabul ettiği de versiyon numarası veya tarih bilgisiyle kaydedilmelidir. Örneğin “Kullanıcı X, 01.03.2025 22:35’de v1.3 kullanıcı sözleşmesini IP 1.2.3.4 adresinden kabul etti” şeklinde bir kayıt, ileride doğabilecek “ben eski versiyona onay vermiştim, yenisinden haberim yok” iddialarını çürütecektir. Büyük platformlar, veritabanlarında onay olayını saklamanın yanı sıra kullanıcıya e-posta ile de bir onay teyidi göndermekte, böylece çift taraflı doğrulama yapmaktadır.

## Değişikliklerde Yeniden Onay

Click-wrap sözleşmeler genellikle sürekli hizmet ilişkilerinde (ör. sosyal medya platformları, bulut servisleri) kullanılır ve zamanla güncellenmesi gerekebilir. Sözleşme şartlarında yapılacak önemli değişiklikler, kullanıcılara duyurulmalı ve mümkünse yeniden onayları alınmalıdır. Birçok platform, şartlar değiştiğinde kullanıcıyı ilk girişte uyarıp “Güncellenen koşullarımızı kabul etmek için onay verin” şeklinde bir kutucuk gösterir. Bu, hukuken tartışmalı olabilecek “kullanıcıyı tek taraflı değişikliklere tabi kılma” durumunu bertaraf eder çünkü kullanıcı değişen şartları da kabul etmiş olur. Eğer kullanıcı yeni şartları kabul etmezse, hesabının kullanımını kısıtlamak gerekebilir (eski sözleşme koşullarına devam etmek genelde pratik değildir). Önemli olan, sözleşme değişikliklerini şeffaf bir şekilde iletişim kanallarıyla duyurmak (e-posta, bildirim vs.) ve onay mekanizmasıyla perçinlemektir. Aksi takdirde, değişiklikler hakkında sessiz kalıp sadece web sitesine koymak (yani bir tür browse-wrap ile mevcut kullanıcıya dayatmak), hukuken bağlayıcı görülmebilir.

Yukarıdaki prensipler, kullanıcı deneyimini zedelemekten hukuki güvenliğı sağlamaya yöneliktir. Sonuç olarak tasarım ne kadar anlaşılır ve kullanıcıyı bilgilendirici olursa, alınan onayın geçerliliğı de o kadar güçlü olur. İyi bir click-wrap tasarımı, kullanıcıyı sıklardan gerekli adımları attıran bir dengede, bir **bilişim hukuku avukatının** onayından geçmiş olmalıdır.

---

Çevrimiçi sürüm: <https://burakucuncu.com.tr/teknik-ve-hukuki-detaylariyla-click-wrap-sozlesmeler>