

Rekabet Kurumu Başkanlığından

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2026-1-009
Karar Sayısı : 26-18/536-193
Karar Tarihi : 14.05.2026

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN, Rıdvan DURAN,
Ayşe USLU CEVLEK

B. RAPORTÖRLER: Esra KÜÇÜKİKİZ, Nadire Büşra EKİNCİ, Kübra Nur YILMAZ
KABAR, Alp Tuna MERCİMEK, Harun BAYFİDAN, Fatih
BOZBIYIK, Muhammet DEMİREL

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Resen

D. İNCELENEN

TARAF : - Meta Platforms, Inc.
- Meta Platforms Ireland Limited
- WhatsApp LLC
- Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Limited Şirketi
Temsilcileri: M. Fevzi TOKSOY, Av. Bahadır BALKI
Çamlıca Köşkü - Tekkeci Sokak No:3-5 Arnavutköy, 34345
Beşiktaş/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Meta Platforms, Inc., Meta Platforms Ireland Limited, WhatsApp LLC ve Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Limited Şirketinden oluşan ekonomik bütünlüğün, üçüncü taraf genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotlarının/asistanlarının WhatsApp üzerinden yapay zekâ hizmetlerini birincil hizmet olarak sunabilmelerini sağlayan koşulları, söz konusu hizmetlerin sunulmasını fiili ve ekonomik olarak zorlaştırmayacak şekilde tesis etmesine yönelik geçici tedbir uygulanması.
- (2) **F.DOSYA EVRELERİ:** 15.10.2025 tarihinde, WhatsApp uygulamasına ilişkin olarak “WhatsApp Business Solution Terms” (WhatsApp İşletme Koşulları) başlıklı belgede¹ bazı değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu değişiklik ile yapay zekâ sağlayıcılarının, yapay zekânın birincil hizmet olarak sunulduğu durumlarda, kullanıcılarla WhatsApp üzerinden iletişim kurmaları yasaklanmaktadır. WhatsApp İşletme Koşulları başlıklı belgede yapılan değişiklikler, hâlihazırda WhatsApp üzerinde faaliyet gösteren yapay zekâ sağlayıcıları için 15.01.2026 tarihinde, WhatsApp’a henüz giriş yapmamış yapay zekâ sağlayıcıları bakımından ise 15.10.2025 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Yapılan değişiklikle rakip yapay zekâ sağlayıcılarının kullanıcılara WhatsApp aracılığıyla ulaşması engellenirken, Meta Platforms, Inc., Meta Platforms Ireland Limited, WhatsApp LLC ve Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Limited Şirketinden oluşan META ekonomik bütünlüğüne ait yapay zekâ aracı META AI ise WhatsApp kullanıcıları için erişilebilir olmaya devam etmektedir.

¹ <https://www.whatsapp.com/legal/business-solution-terms>, Erişim Tarihi: 12.04.2026.

- (3) META AI ürününün *WhatsApp* hizmeti ile entegre biçimde sunulması ve rakip yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp*'a erişiminin engellenmesine ilişkin davranışlarının rekabet karşıtı etki doğurabileceği hususlarını içeren 11.02.2026 tarihli ve 2026-1-009/BN-01 sayılı Bilgi Notu Rekabet Kurulunun (Kurul) 12.02.2026 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 26-05/154-M sayı ile Meta Platforms, Inc., Meta Platforms Ireland Limited, WhatsApp LLC ve Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. (hepsi birlikte META) hakkında, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 6. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca resen önaraştırma açılmasına karar verilmiştir.
- (4) Önaraştırma kapsamında, 31.03.2026 tarihinde META'nın Türkiye'deki temsilcisi ve kurulu tek iştiraki olan Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti.'de (META TÜRKİYE) yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir.
- (5) META'dan yerinde inceleme sırasında ve sonrasında 01.04.2026 tarihli, 139836 sayılı yazı ve 16.04.2026 tarihli, 141365 sayılı yazı ile bilgi ve belge talebinde bulunulmuş olup META tarafından gönderilen cevabi yazılar 10.04.2026 tarih, 83086 sayı; 13.04.2026 tarih, 83162 sayı; 21.04.2026 tarih, 83553 sayı ve 27.04.2026 tarih, 83808 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) Ayrıca önaraştırma sürecinde dosya konusu hususların detaylı olarak incelenebilmesi adına (i) yapay zekâ hizmeti sağlayıcıları, (ii) tüketici iletişim hizmetleri sağlayıcıları ve (iii) uygulama mağazası sağlayıcılarından bilgi ve belge talep edilmiştir. Bu çerçevede;
- GEMINI isimli yapay zekâ hizmeti için Alphabet Inc, Google LLC, Google International LLC, Google Ireland Limited ve Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd. Şti'den (hepsi birlikte GOOGLE) 31.03.2026 tarihli ve 139820 sayılı; 16.04.2026 tarihli ve 141364 sayılı,
 - GROK isimli yapay zekâ hizmeti için X Corp.'tan (X) 31.03.2026 tarihli ve 139843 sayılı,
 - COPILOT isimli yapay zekâ hizmeti için Microsoft Corporation ve Microsoft Bilgisayar Yazılım Hizmetleri Ltd. Şti.'den (hepsi birlikte MICROSOFT) 31.03.2026 tarihli ve 139845 sayılı,
 - KUMRU AI isimli yapay zekâ hizmeti için İletken Teknoloji Araştırma ve Geliştirme Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nden (KUMRU) 02.04.2026 tarihli ve 140011 sayılı,
 - CHATGPT isimli yapay zekâ hizmeti için Open AI Foundation'dan (OPEN AI) 08.04.2026 tarihli ve 140558 sayılı,
 - DOLA AI isimli yapay zekâ hizmeti için ByteDance Ltd.'den (BYTEDANCE) 15.04.2026 tarihli ve 141283 sayılı,
 - BIP isimli hizmeti için Turkcell İletişim Hizmetleri AŞ'den (TURKCELL) 02.04.2026 tarihli ve 140013 sayılı,
 - SNAPCHAT isimli hizmeti için Snap Inc.'den 15.04.2026 tarihli ve 141276 sayılı,
 - Apple Inc., Apple Teknoloji ve Satış Limited Şirketi'nden (hepsi birlikte APPLE) 16.04.2026 tarihli ve 141367 sayılı

yazılar ile bilgi ve belge taleplerinde bulunulmuştur.

(7) Ek olarak, Türkiye’de yerleşik olmayan veya Türkiye’de temsilciliği bulunmayan diğer yapay zekâ sağlayıcılarına ulaşmak adına dosya sürecinde hazırlanan bilgi talepleri İngilizce’ye çevrilerek;

- PERPLEXITY isimli yapay zekâ hizmeti için Perplexity AI, Inc.’e (PERPLEXITY) 06.04.2026 tarihinde ve 14.04.2026 tarihinde,
- CLAUDE isimli yapay zekâ hizmeti için Anthropic PBC’ye (ANTHROPIC) 07.04.2026 tarihinde ve 13.04.2026 tarihinde,
- POKE isimli yapay zekâ hizmeti için The Interaction Company of California’ya (INTERACTION) 08.04.2026 tarihinde,
- MISTRAL AI isimli yapay zekâ hizmeti için Mistral AI SAS’e 08.04.2026 tarihinde,
- IRA AI isimli yapay zekâ hizmeti için Rumik Intelligence Private Limited’e 08.04.2026 tarihinde ve 14.04.2026 tarihinde,
- LUZIA AI isimli yapay zekâ hizmeti için Factoría Elcano, S.L.’e 08.04.2026 tarihinde ve 14.04.2026 tarihinde,
- ZAPIA AI isimli yapay zekâ hizmeti için BrainLogic AI SAS’a 14.04.2026 tarihinde,
- PUCH AI isimli yapay zekâ hizmeti için PUCH’a 14.04.2026 tarihinde

e-posta kanalı ile iletilmiştir.

(8) Talep edilen bilgi ve belgelere istinaden;

- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazılar 13.04.2026 tarih, 83161 sayı ve 20.04.2026 tarih, 83558 sayı,
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazılar 15.04.2026 tarih, 83292 sayı ve 22.04.2026 tarih, 83658 sayı,
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazılar 20.04.2026 tarih, 83562 sayı, 27.04.2026 tarih, 83868 sayı ve 27.04.2026 tarih, 83869 sayı,
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazı 10.04.2026 tarih, 83080 sayı,
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazılar 13.04.2026 tarih, 83132 sayı ve 20.04.2026 tarih, 83559 sayı,
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazı 14.04.2026 tarih, 83187 sayı,
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazı 24.04.2026 tarih, 83731 sayı,
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazı 27.04.2026 tarih, 83852 sayı,
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazı 29.04.2026 tarih, 83935 sayı
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazı 28.04.2026 tarih, 83913 sayı
- (.....) tarafından gönderilen cevabi yazı 28.04.2026 tarih, 83909 sayı

ile Kurum kayıtlarına girmiştir.

(9) Öneri araştırma sürecinde hazırlanan 29.04.2026 tarihli ve 2026-1-009/ÖA sayılı Öneri araştırma Raporu, Kurulun 14.05.2026 tarihli toplantısında görüşülmüş olup mezkûr öneri araştırma tarafları hakkında 26-18/536-M sayı ile soruşturma başlatılmış

ve 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesi kapsamında geçici tedbir uygulanmasına ilişkin olarak 14.05.2026 tarihli ve 26-18/536-193 sayılı karar tesis edilmiştir.

- (10) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da özetle; META'nın, üçüncü taraf genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotlarının/asistanlarının *WhatsApp* üzerinden yapay zekâ hizmetlerini birincil hizmet olarak sunabilmelerini sağlayan koşulları, söz konusu hizmetlerin sunulmasını fiili ve ekonomik olarak zorlaştırmayacak şekilde, tesis etmesine yönelik geçici tedbir kararı alınmasının ve geçici tedbir alınmasına yönelik gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 1 ay içerisinde bahse konu geçici tedbir kararında öngörülen yükümlülüklerin yerine getirilmemesi durumunda 4054 sayılı Kanun'un 17. maddesi uyarınca teşebbüs hakkında idari para cezası uygulanmasının uygun olacağı ifade edilmiştir.

H. YAPILAN İNCELEME VE TESPİTLER

H.1. META Hakkında Bilgi

- (11) META grup şirketlerinin nihai ana şirketi olan Meta Platforms, Inc. 2004 yılında Mark ZUCKERBERG ve kurucu ortaklar Dustin MOSKOVITZ, Chris HUGHES ve Eduardo SAVERIN tarafından Harvard Üniversitesi'nde Facebook Inc. ünvanı altında kurulmuş olup 18.05.2012 tarihinden bu yana NASDAQ'ta listelenmektedir. Merkezi Kaliforniya'da bulunan ekonomik bütünlüğün en önemli faaliyet alanları sosyal medya ve iletişim hizmetleridir. Bu kapsamda teşebbüs, birbirinden bazı açılardan farklı olmakla birlikte birbirleriyle sinerji yaratan *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* ve *Messenger* gibi küresel ölçekte milyarlarca kullanıcıya ulaşan platformlar işletmektedir.
- (12) Anılan platformlardan *Facebook*, Şubat 2004'te faaliyete geçmiş, Eylül 2006'da ise Avrupa Birliği (AB) ve Türkiye'deki kullanıcılara açık hale gelmiştir. Mobil uygulama üzerinden veya internet tarayıcısı yoluyla www.facebook.com bağlantısı üzerinden erişilebilen *Facebook*, insanların birbirleri ile bağlantı kurmasına, paylaşımda bulunmasına, iletişim kurmasına ve ilgi alanlarına uygun içerikler keşfetmesine olanak tanımaktadır. Kullanıcıların *Facebook* hizmeti ile etkileşim kurmasının çeşitli yolları bulunmakta olup bunlardan en popüler olanı, her bir kullanıcı için kişiselleştirilmiş hikâyeler ve reklamlar sunan Haber Kaynağı (*News Feed*) hizmetidir. Bunun yanında META, *Facebook* üzerinden *Marketplace* hizmeti ile kullanıcıların ürün alıp satabildiği bir e-ticaret platformu hizmeti de sunmaktadır. *Facebook*'un 2026 yılının Şubat ayı itibarıyla Türkiye'de (.....) aylık aktif kullanıcısı (AAK)², (.....) ortalama günlük aktif kullanıcısı (GAK)³ bulunmaktadır. Aynı dönemde küresel çapta AAK sayısı yaklaşık (.....), GAK sayısı ise (.....) olarak gerçekleşmiştir.
- (13) META'nın diğer bir hizmeti olan *Messenger*, hem işletmeler hem de gerçek kişiler arasında iletişim kurulmasını sağlamaktadır. *Messenger* ayrı bir uygulama olarak kullanıcılara sunulmakla birlikte, *Messenger*'ın kullanılabilmesi için bir *Facebook* hesabı oluşturulması gerekmektedir. Ancak kullanıcılar sonraki süreçte *Facebook* hesaplarını devre dışı bıraksalar dahi *Messenger*'ı kullanmaya devam edebilmektedir⁴. Ayrıca *Messenger* kullanıcılara metin tabanlı mesajlaşmanın ötesinde sesli ve görüntülü arama, dosya paylaşımı ve toplu grup sohbetleri gibi gelişmiş özellikler sunmaktadır. *Messenger*'ın 2026 yılının Şubat ayı itibarıyla Türkiye'de AAK sayısı

² İlgili ayda ilgili hizmeti en az 1 kere kullanan kullanıcı sayısını ifade etmektedir.

³ İlgili ayda her gün hizmeti en az 1 kere kullanan ortalama kullanıcı sayısını ifade etmektedir.

⁴ Bkz. https://www.messenger.com/help/165294433944588/?helpref=hc_fnav Erişim Tarihi: 14.04.2026.

(.....), ortalama GAK sayısı (.....). Aynı dönemde küresel çapta AAK sayısı yaklaşık (.....), ortalama GAK sayısı ise (.....) olarak gerçekleşmiştir.

- (14) *Instagram* ise Ekim 2010'da küresel düzeyde piyasaya sürülmüş olup Nisan 2012'de META tarafından devralınmıştır. *Instagram*'a www.instagram.com bağlantısı üzerinden internet tarayıcıları vasıtasıyla veya uygulama mağazalarından indirilebilen mobil uygulama vasıtasıyla erişilebilmektedir. *Instagram*, kullanıcıların fotoğraf veya video çekmelerine, bunları filtre efektleri ile özelleştirmelerine, arkadaşları veya takipçileri ile fotoğraf akışında paylaşımlarına veya direkt olarak arkadaşlarına göndermelerine olanak tanımaktadır. *Instagram* hizmetine, 2013 yılında "*Doğrudan Mesaj*", 2015 yılında "*Boomerang*", 2016 yılında "*Instagram Hikâyeleri*", 2018 yılında "*Instagram Alışveriş*" gibi özellikler eklenmiştir. Ayrıca *Instagram*, kullanıcılara canlı yayın yapma olanağı sağlayan "*Canlı Odalar*" (*Live Rooms*) işlevi de sunmaktadır. *Instagram*'ın 2026 yılının Şubat ayı itibarıyla Türkiye'de AAK sayısı (.....), ortalama GAK sayısı (.....). Aynı dönemde küresel çapta AAK sayısı yaklaşık (.....), ortalama GAK sayısı ise (.....) olarak gerçekleşmiştir.
- (15) META'nın başka bir hizmeti olan *WhatsApp*, kullanıcılarının kendi aralarında iletişim kurabilmeleri için bireysel veya gruplar halinde kullanılabilen, anlık yazılı ve/veya sesli mesajlaşma, görüntülü ve/veya sesli arama hizmetleri sunmaktadır. *WhatsApp* temel olarak internet bağlantısı bulunan akıllı telefonlar üzerinden erişilebilen bir uygulamadır. Ancak söz konusu hizmet, tarayıcı tabanlı "*WhatsApp Web*" uygulaması ve bilgisayara yüklenebilen "*WhatsApp Masaüstü*" uygulaması vasıtasıyla, gönderilip alınan mesajların akıllı telefon ve bilgisayar arasında senkronize edilmesi suretiyle, farklı cihazlarda da eş zamanlı olarak kullanılabilir. Ayrıca Mart 2021 itibarıyla, sesli ve görüntülü aramalar, *WhatsApp Masaüstü* uygulamasında da kullanılabilir hale gelmiştir. *WhatsApp* 2022 yılında eklenen *Topluluklar* (*Communities*) ile okul, mahalle veya iş yerleri gibi yapıların, ilgili tüm alt gruplarını tek bir ana panelden yönetmesini sağlayan bir özelliği kullanıma sunmuştur. *WhatsApp*'ın iletişimleri uçtan uca şifreleme ile koruduğu, bu nedenle *WhatsApp*'ın söz konusu iletişimlere erişemediği ve mesajları okuyamadığı belirtilmektedir⁵. *WhatsApp*'ın 2026 yılının Şubat ayı itibarıyla Türkiye'de AAK sayısı (.....), ortalama GAK sayısı (.....). Aynı dönemde küresel çapta AAK sayısı yaklaşık (.....), ortalama GAK sayısı ise (.....) olarak gerçekleşmiştir.
- (16) *WhatsApp* 2018 yılında, işletmelere müşterileriyle mesajlaşma imkânını sağlayan "*WhatsApp Business Application Programming Interface (WhatsApp İşletme API veya WABAPI)*" hizmetini sunmuştur. İşletmelerin müşterilerine mesaj göndermelerine ve müşterilerinden mesaj almalarına imkân tanıyan WABAPI uygulaması, doğrudan *WhatsApp* API entegrasyonu veya üçüncü taraf "*İşletme Çözüm Sağlayıcıları*" (*Business Solution Providers*) vasıtasıyla, işletmelerin kendi sistemlerine ve iş akışlarına entegre edilmektedir. WABAPI, işletmelerin, müşteri tarafından başlatılan konuşmalara yanıt vererek *WhatsApp* aracılığıyla müşteri hizmetleri desteği sağlamasına ve/veya müşterilere herhangi bir zamanda şablonlu bildirimler göndermesine olanak tanımaktadır.
- (17) Son olarak, META tarafından AB haricinde 2023 yılının Temmuz ayında küresel olarak piyasaya sürülen *Threads*, *Instagram* tarafından sunulan ve kullanıcıların herkese açık sohbetleri görüntüleyip paylaşmasına olanak tanıyan bir uygulamadır. Kullanıcılar *Threads*'te kendi gönderilerini (*thread*) paylaşabilmekte, diğer kullanıcıların gönderilerine yanıt verebilmekte ve diğer profilleri takip edebilmektedir. *Thread*'ler ve

⁵ Bkz. <https://faq.whatsapp.com/820124435853543>, Erişim Tarihi: 20.04.2026.

yanıtlar; kısa metinler, bağlantılar, fotoğraflar, videolar veya bunların kombinasyonlarını içerebilmektedir⁶. Diğer yandan, *Threads*'in Türkiye'de kullanıma sunulmasının ardından Kurulun 03.08.2023 tarihli ve 23-36/667-M sayılı kararı uyarınca başlatılan önaraştırmada, META'nın *Threads* uygulaması aracılığıyla elde edilen verileri *Instagram* uygulamasından elde edilen veriler ile birleştireceği tespit edilmiş, bunun üzerine *Threads* uygulaması aracılığıyla elde edilen verilerin *Instagram* uygulamasından elde edilen veriler ile birleştirilmesinin engellenmesi yönünde bir geçici tedbir uygulanmasına karar verilmiştir⁷. META, geçici tedbir kararının gereğini yerine getirmek adına 30.04.2024 tarihi itibarıyla tüm *Threads* kullanıcılarının profillerini devre dışı bıraktığını ve söz konusu kullanıcıların bu tarihten itibaren *Threads*'i kullanamayacaklarını bildirmiştir⁸. Dolayısıyla *Threads*, mevcut durumda Türkiye'de hizmet sunmamaktadır.

- (18) META ürün ve hizmetlerini kullanan bireysel kullanıcılardan ücret almamaktadır. Bununla birlikte META, sahip olduğu platformlar (*Facebook*, *Instagram*, *Messenger* ve *WhatsApp*)⁹ aracılığıyla kullanıcı davranışları, ilgi alanları ve demografik veriler temelinde hedefli reklamcılık imkânı sunmaktadır. Kurulun 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı *Facebook/WhatsApp* kararında belirtildiği üzere META, hizmetlerin sunulması sırasında topladığı kullanıcı verilerini “*Reklamların ve reklamcılık hizmetlerinin etkililiğini ve dağılımını ölçme, hizmetleri hangi kullanıcıların kullandığını öğrenme ve kullanıcıların internet siteleri, uygulamalar ve hizmetlerle nasıl etkileşim kurduğunu anlama konularında reklam verenlere ve diğer ortaklara yardımcı olmak*” amacıyla kullanmaktadır¹⁰. Yoğun kullanıcı verisi toplanmasına dayalı gelişmiş reklam algoritmaları ve veri analitiği araçları, META'nın gelirlerinin büyük bölümünü oluşturan reklam ekosisteminin temelini teşkil etmekte ve teşebbüsün küresel pazardaki rekabet gücünü artırmaktadır. Aşağıdaki tabloda 2022-2025 döneminde teşebbüsün Türkiye'de ve küresel ölçekte elde ettiği toplam gelire ve bunun ne kadarlık bölümünün reklam gelirlerinden oluştuğuna yer verilmektedir.

Tablo 1: META'nın 2022-2025 Döneminde Türkiye ve Küresel Pazarlardaki Gelirleri (ABD Doları)

Yıllar	Bölge	Reklam Gelirleri	Toplam Gelir	Reklam Gelirlerinin Toplam Gelirler İçerisindeki Oranı (%)
2022	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)
	Küresel	(.....)	(.....)	(.....)
2023	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)
	Küresel	(.....)	(.....)	(.....)
2024	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)
	Küresel	(.....)	(.....)	(.....)
2025	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)
	Küresel	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: META Cevabi Yazısı

- (19) Yukarıda yer alan tablodan görüldüğü üzere, teşebbüsün gerek küresel ölçekte gerek Türkiye'de, gelirlerinin % (.....)' fazlasını çevrim içi reklamcılık faaliyetlerinden elde ettiği gelir oluşturmaktadır. Türkiye özelinde bakıldığında, 2022-2025 döneminde,

⁶ Bkz. <https://help.instagram.com/788669719351544/> Erişim Tarihi: 14.04.2026.

⁷ Kurulun 08.02.2024 tarihli ve 24-07/125-50 sayılı kararı.

⁸ Kurulun 07.11.2024 tarihli ve 24-45/1053-450 sayılı kararı.

⁹ Söz konusu gelir ağırlıklı olarak *Facebook*, *Instagram* ve *Messenger*'da yayınlanan reklamlardan elde edilmektedir. Bununla birlikte META, 2026 yılında *WhatsApp* üzerinden de reklam gösterimi gerçekleştirmeye başlamıştır. Bkz. <https://faq.whatsapp.com/337473702666585>, Erişim Tarihi: 20.04.2026.

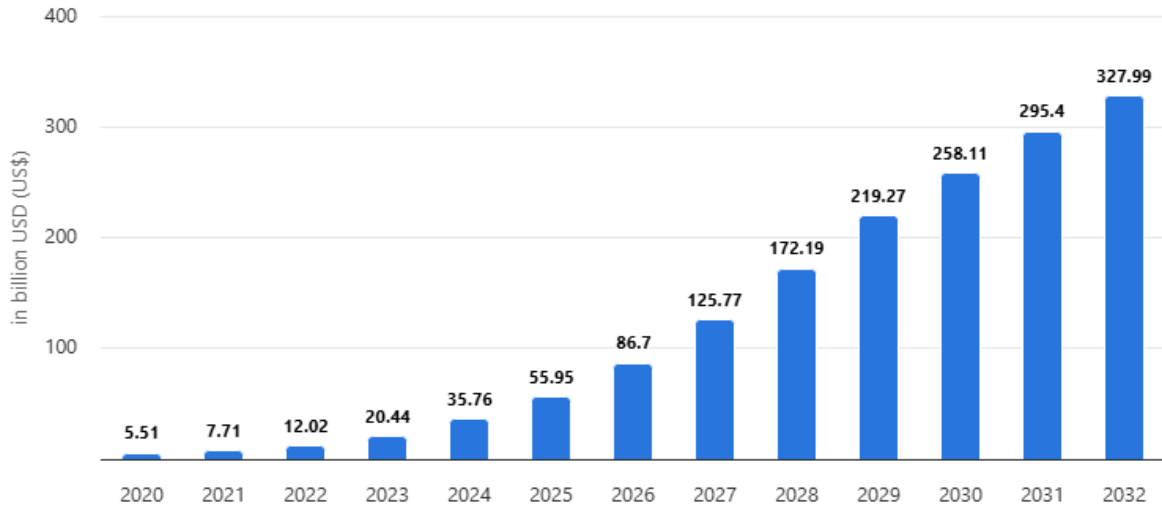
¹⁰ Kurulun 20.10.2022 tarihli ve 22-48/706-299 sayılı kararı.

reklam gelirlerinin toplam gelire oranı yaklaşık %(.....) ila %(.....) aralığında seyretmektedir.

H.2. Yapay Zekâ Sektörüne İlişkin Genel Bilgi

- (20) Yapay zekâ teknolojileri, son yıllarda ekonomik, endüstriyel ve toplumsal yapılar üzerinde dönüştürücü etkiler yaratarak dijital ekonominin temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Özellikle üretken yapay zekâ sistemlerinin gelişimi, insan-makine etkileşimini yeniden şekillendirmekte ve içerik üretimi, karar alma süreçleri ve verimlilik artışı gibi alanlarda önemli değişimlere yol açmaktadır. Bu gelişmeler doğrultusunda, yapay zekâ ekosisteminin hızla büyüdüğü, söz konusu teknolojilere yönelik yatırımların ve kullanıcı talebinin önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki grafikte ilk olarak, yapay zekâ hizmetlerinin küresel çaptaki pazar büyüklüğünün seyrine yer verilmektedir.

Grafik 1: Üretken Yapay Zekâ Hizmetlerinin Küresel Çaptaki Pazar Büyüklüğü (Milyar ABD Doları)

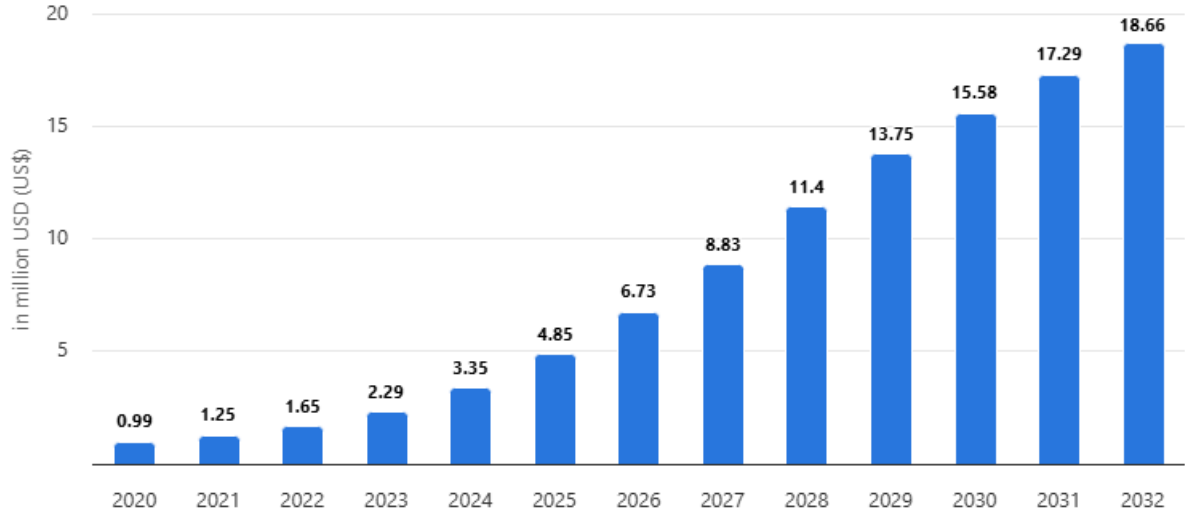


Kaynak: Statista¹¹

- (21) Grafik 1 incelendiğinde, yapay zekâ hizmetlerinin küresel pazar büyüklüğünün 2020 yılından 2025 yılına kadar istikrarlı olarak artan bir eğilim izlediği görülmektedir. 2020 yılında yaklaşık 5,5 milyar ABD Doları seviyesinde olan pazar büyüklüğünün, özellikle 2024 yılı ile birlikte ivme kazanmak suretiyle katlanarak büyüdüğü anlaşılmaktadır. Söz konusu büyümenin 2027-2032 yılları arasında da devam edeceği ve 2032 yılı itibarıyla 327 milyar ABD Dolarının üzerine çıkacağı tahmin edilmektedir. Bu artış, yapay zekâ teknolojilerinin farklı sektörlerde hızla benimsenmesi, veri işleme kapasitesindeki gelişmeler ve teşebbüslerin verimlilik arayışlarının güçlenmesiyle açıklanabilecektir. Büyüme oranlarının belirgin şekilde yükselmesi, yapay zekânın yalnızca yenilikçi bir teknoloji olmaktan çıkıp temel bir ekonomik unsur haline geldiğini ve küresel ölçekte stratejik bir yatırım alanı olarak konumlandığını göstermektedir.

¹¹ <https://www.statista.com/outlook/tmo/artificial-intelligence/worldwide?srsId=AfmBOOpYGGcbdWHGZmf2Zwx-YidvX0bpG1K0-2kT1VWED3snNcURDmR#market-size> Erişim Tarihi: 29.04.2026.

Grafik 2: Üretken Yapay Zekâ Hizmetlerinin Türkiye'deki Pazar Büyüklüğü (Milyon ABD Doları)

Kaynak: Statista¹²

- (22) Grafik 2 incelendiğinde, yapay zekâ hizmetlerinin küresel çaptaki pazar büyüklüğü seyrine benzer bir durumun Türkiye bakımından da söylenebileceği görülmektedir. Zira pazar büyüklüğünün 2020-2026 döneminde kesintisiz ve kademeli olarak artış eğilimi gösterdiği, 2020 yılında yaklaşık 1 milyon ABD doları seviyesinde olan büyüklüğün, özellikle 2025 itibarıyla belirgin bir yükseliş sergilediği görülmektedir. 2026-2032 döneminde ise artış seyrinin devam edeceği ve 2032 itibarıyla pazarın yaklaşık 19 milyon ABD doları büyüklüğüne ulaşacağı tahmin edilmektedir. Pazar büyüklüğünde gözlenen bu artış, yapay zekâ hizmetlerinin kullanım alanlarının giderek genişlediğine ve söz konusu alana yönelik yatırımların artış gösterdiğine işaret etmektedir. Bu kapsamda, sektörün henüz tam anlamıyla doyumluğa ulaşmadığı ve önümüzdeki dönemde büyüme potansiyelini koruyacağı değerlendirilmektedir.
- (23) Yapay zekâ teknolojilerinin hızla büyümesi ve stratejik bir alan hâline gelmesi, bu alana yönelik düzenleyici ve rekabet hukuku temelli incelemeleri de beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda, çeşitli kamu kurumları, yapay zekâ pazarlarının işleyişini analiz eden raporlar yayımlamış ve düzenleyici girişimlerde bulunmuştur. Avrupa Birliği (AB) düzeyinde, “Yapay Zekâ Yasası (AI Act)” ile risk temelli bir yaklaşım benimsenmiş ve özellikle “yüksek riskli” yapay zekâ sistemleri için sıkı yükümlülükler öngörülmüştür.
- (24) AB’ye ilave olarak, farklı yargı bölgelerindeki rekabet otoriteleri tarafından da yapay zekâ değer zincirine ve bunun rekabetçi etkilerine ilişkin çeşitli sektör raporları yayımlanmıştır. Bu kapsamda, Birleşik Krallık Rekabet ve Piyasalar Otoritesi

¹²https://www.statista.com/outlook/tmo/artificial-intelligence/turkey?srsId=AfmBOopYGGcbdWHG_Zmf2Zwx-YidvX0bpG1K0-2kT1VWED3snNcURDmR#market-size Erişim Tarihi: 29.04.2026.

(Competition and Markets Authority-CMA)¹³, Fransa Rekabet Otoritesi¹⁴, Japonya Rekabet Otoritesi¹⁵ ve Güney Kore Rekabet Otoritesi¹⁶ tarafından yayımlanan raporlarda; yapay zekâya ilişkin temel modeller, üretken yapay zekâ modelleri, bunların geliştirilmesindeki maliyetler ve ölçek ekonomileri, bu pazarlarda öne çıkan oyuncuların veri ve altyapı üzerindeki kontrolleri ile bunun uzun vadede piyasa yapısına etkileri ele alınmıştır.

- (25) Genel olarak yapay zekânın, yalnızca belirli görevleri yerine getiren geleneksel sistemlerden farklı olarak, geniş bir görev yelpazesinde kullanılabilen genel amaçlı modellere doğru evrildiği söylenebilecektir. Bu kapsamda, Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü (The Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD); yapay zekâ sistemlerini, açık veya örtük hedeflere yönelik olarak aldığı verilerden, fiziksel veya sanal ortamları etkileyebilecek tahminler, içerikler, öneriler veya kararlar gibi sonuçları nasıl üreteceğini belirleyen makine tabanlı sistemler olarak tanımlamaktadır¹⁷. AB düzeyinde de OECD tarafından yapılan tanıma benzer şekilde kapsamlı bir tanım benimsenmiştir. Yapay Zekâ Yasası'nın "Tanımlar" başlıklı 3. maddesinde yapay zekâ sistemleri "...farklı özerklik seviyelerinde çalışmak üzere tasarlanmış ve devreye alındıktan sonra uyum yeteneği gösterebilen, açık veya örtük amaçlar doğrultusunda aldığı girdilerden yola çıkarak tahminler, içerik, öneriler veya fiziksel veya sanal ortamları etkileyebilecek kararlar gibi çıktılar üretebilen makine tabanlı bir sistem" şeklinde tanımlanmıştır.
- (26) Söz konusu tanım, yapay zekâ sistemlerinin kapsamını belirlemek amacıyla birden fazla unsuru bir araya getirmektedir. Bu çerçevede yapay zekâ sistemleri; (i) makine tabanlı bir sistem olma, (ii) değişken özerklik seviyeleriyle çalışmak üzere tasarlanmış olma, (iii) dağıtımdan sonra uyarlanabilirlik sergileyebilme, (iv) açık veya örtük hedefler doğrultusunda çalışma, (v) aldığı girdilerden, çıktılarının nasıl üretileceğini çıkarsama, (vi) tahminler, içerik, tavsiyeler veya kararlar içerme, (vii) fiziksel veya sanal ortamları etkileyebilme¹⁸ olmak üzere yedi temel unsurdan oluşmaktadır.
- (27) Söz konusu tanımın unsurları birlikte değerlendirildiğinde, yapay zekâ teknolojisinin yalnızca teknik bir yazılım yapısı olmanın ötesine geçerek veri işleme, öğrenme ve çıktı üretme süreçlerini bütüncül bir şekilde gerçekleştiren dinamik sistemlerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Bahsedilen özellikleri sayesinde yapay zekâ teknolojileri, kullanıcı düzeyinde bilgiye daha hızlı erişim ve bilgiyi dönüştürme kolaylıkları sağlarken, sektör düzeyinde iş süreçlerini köklü şekilde dönüştürmektedir. Nitekim yapay zekâ teknolojilerinde son yıllarda yaşanan gelişmeler, yalnızca teknik alanla

¹³ Bkz. "AI Foundation Models: Initial Report", https://assets.publishing.service.gov.uk/media/65081d3aa41cc300145612c0/Full_report.pdf, Erişim Tarihi: 24.04.2026

¹⁴ Bkz. "Competitive Functioning of the Generative Artificial Intelligence Sector", https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/2025-04/24a05_eng_1.pdf, Erişim Tarihi: 24.04.2026

¹⁵ Bkz. "Report Regarding Generative AI (ver. 1.0)", <https://www.jftc.go.jp/file/250606.pdf>, Erişim Tarihi: 24.04.2026

¹⁶ Bkz. "Generative AI and Competition", <https://aifray.com/koreas-antitrust-watchdog-issues-genai-competition-report-mulls-merger-control-regime-amendments/>, Erişim Tarihi: 24.04.2026

¹⁷ OECD (2024), "Artificial Intelligence, Data and Competition" s. 10.

¹⁸ Approval of the content of the draft Communication from the Commission - Commission Guidelines on the definition of an artificial intelligence system established by Regulation (EU) 2024/1689 (AI Act), para.9.

sınırlı kalmamış; ekonomik yapı, endüstriyel üretim süreçleri ve toplumsal ilişkiler dâhil olmak üzere birçok alanı etkilemiştir. Bu dönüşümün merkezinde ise “üretken yapay zekâ” sistemleri yer almaktadır.

- (28) Üretken yapay zekâ; geniş veri kümeleri içerisindeki örüntülerden yararlanarak metin, görüntü, ses, video ve kod gibi yeni ve çeşitli içerikler üreten yapay zekâ sistemlerini ifade etmektedir¹⁹. Üretken yapay zekâ değer zincirinin; “yapay zekâ altyapısı”, “yapay zekâ modellemesi” ve “yapay zekâ uygulaması” olmak üzere üç ana seviyeden oluştuğu söylenebilecektir. Yapay zekâ altyapısı, yapay zekânın geliştirilmesi ve uygulamaya alınması için gerekli donanım ve yazılım kaynaklarını kapsamaktadır. Yapay zekâ modellemesi ise farklı veri kümeleri kullanılarak büyük ölçekli modellerin programlanmasını ve eğitilmesini kapsayan, üst pazarda yer alan temel modelleme sürecini içermektedir²⁰. Son olarak yapay zekânın uygulamaya alınması (*AI deployment*), yapay zekâ modellerinin gerçek dünya uygulamaları ve sistemlerine entegre edilmesine odaklanmaktadır²¹. Bununla birlikte, yapay zekâyâ ilişkin değer zinciri, birçok geleneksel piyasadan farklı olarak doğrusal bir yapı arz etmemektedir. Dolayısıyla, değer zincirinde yer alan düzeyler arasındaki sınırların ve hiyerarşinin aşırı katı biçimde yorumlanması, gerçeği tam olarak yansıtmayabilecektir²². Bu sınırlar dikkate alınarak, üretken yapay zekâ değer zinciri, temel girdileri içerecek biçimde aşağıda gösterilmektedir:

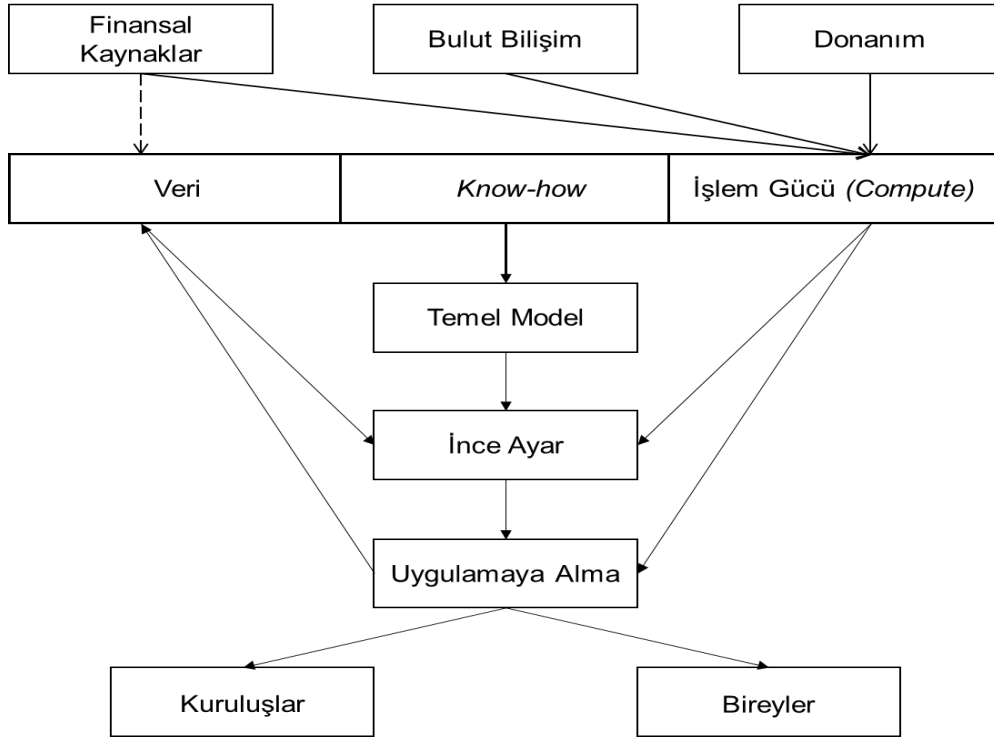
¹⁹ RUSSELL S. J., ve NORVIG P. (2010), *Artificial Intelligence A Modern Approach (3rd Edition b.)*, Upper SaddleRiver, NJ: Prentice Hall.

²⁰ HOPNER T. ve STREITFEILD L., (2023), *ChatGPT, Bard & Co.: An Introduction to AI for Competition and Regulatory Lawyers*.

²¹ HÄRLIN T., ROVA G. B., SINGLA A., SOKOLOV O., & SUKRAHEVSKY A. (2023, April). “Exploring opportunities in the generative AI value chain” McKinsey Digital.

²² OECD (2024), *Artificial Intelligence, Data and Competition*, https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/05/artificial-intelligence-data-and-competition_9d0ac766/e7e88884-en.pdf, Erişim Tarihi: 15.04.2026.

Şekil 1: Üretken Yapay Zekâ Değer Zinciri



Kaynak: OECD (2024), Artificial Intelligence, Data and Competition.

- (29) Üretken yapay zekâ değer zincirine biraz daha yakından bakılacak olursa, ilk olarak yapay zekâ altyapısı hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır. Şekil 1’de yer verilen unsurlardan veri ve işlem gücü (hesaplama), yapay zekânın işlevselliği için kritik öneme sahip olan yapay zekâ altyapısının iki temel bileşenidir. Yapay zekâ altyapısının veriyle ilişkili boyutları; verinin oluşturulması, toplanması ve hazırlanması süreçlerinin yanı sıra, yapay zekâ bileşenleri arasında verimli veri aktarımını ve iletişimi mümkün kılan ağ altyapısını da içermektedir²³. Yapay zekâ temel modellerinin eğitimi için büyük ve kaliteli veri setlerine ihtiyaç duyulmaktadır²⁴. Zira bu modeller, büyük ölçekli veri kümeleri üzerinde önceden eğitilmekte ve daha sonra belirli görevler için bu modellere ince ayar uygulanmaktadır. Bu bağlamda, veriler temel modellerin başarısı açısından hayati bir rol oynamakta; veri miktarı ve çeşitliliği arttıkça model performansının da yükseldiği kabul edilmektedir²⁵. Bununla birlikte, veri girdilerinin yalnızca eğitim aşamasında değil, modelin kullanım sürecinde de geri besleme mekanizmaları yoluyla sürekli olarak güncellenebildiği görülmektedir.
- (30) Öte yandan güncel araştırmalar, modellerin geliştirilmesinde ve başarısında, veri miktarı kadar veri kalitesinin ve güncel olmasının da belirleyici olduğunu göstermektedir²⁶. Bir diğer deyişle, temel modeller, performans açısından yalnızca

²³ HÄRLIN ve diğerleri (2023).

²⁴ CARUGATI (2023), “Competition In Generative Artificial Intelligence Foundation Models”, s. 4-5.

²⁵ Konu hakkında ampirik bir çalışma için bkz. KAPLAN, J. & MCCANDLISH, S. & HENIGHAN, T. & Brown, B. T. & CHESS, B. & REWON, C. & GRAY, S. & RADFORD, A. & WU, J. & AMODEI, D. (2020), “Scaling Laws for Neural Language Models”, Cornell University, <https://arxiv.org/abs/2001.08361> veya <https://doi.org/10.48550/arXiv.2001.08361>, Erişim Tarihi: 15.04.2026.

²⁶ CARUGATI (2023), s. 4-5. Nitekim bazı modeller, daha küçük ancak yüksek kaliteli veri kümeleriyle eğitildiklerinde, büyük fakat düşük kaliteli veriyle eğitilen modellere benzer performans sergileyebilmektedir. Bkz. GENG, A., Lİ, L., et al. (2023). Koala: A Dialogue Model for Academic Research”, <https://bair.berkeley.edu/blog/2023/04/03/koala/>, Erişim Tarihi: 15.04.2026.

veri hacmine değil, aynı zamanda verinin niteliğine ve güncelliğine de yüksek derecede bağımlıdır. Ayrıca, veri geri bildirim döngüleri aracılığıyla oluşturulan verilerin de rekabetçi bir unsur olarak öneminin giderek arttığı görülmektedir. Kullanıcılar temel modelleri kullandıkça diyalog verileri oluşturmada, diyalog verileri modellerin öğrenme kapasitesini artırmakta ve bu döngü yüksek ağ etkileri yaratmaktadır²⁷. Bu durum, kullanıcı etkileşimlerinin kalite ve yoğunluğu arttıkça, modellerin rekabet avantajlarını daha da pekiştirmesiyle sonuçlanabilmektedir. Söz konusu geri bildirim mekanizmalarının, üretken yapay zekâ sistemlerinde kümülatif veri avantajları yaratabildiği ve pazarda erken hareket eden teşebbüsler lehine sonuç doğurabileceği değerlendirilmektedir.

- (31) Yapay zekâ sistemlerinin eğitimi, çalıştırılması ve ticarileştirilmesi süreçlerinin tamamı, yüksek düzeyde bilgi işlem gücüne olan ihtiyaçla şekillenmektedir²⁸. Bilgi işlem gücüne erişim, temel modellerin geleneksel makine öğrenmesi ve derin öğrenme sistemlerine kıyasla çok daha büyük ölçekli veri kümeleriyle -çoğu zaman milyarlarca parametreden oluşan- içeriklerle eğitilmesi sebebiyle üretken yapay zekâ yaşam döngüsünün tüm seviyelerinde kritik öneme sahiptir²⁹. Örneğin, temel modellerin en yaygın örneklerinden biri olan büyük dil modellerinin (*Large Language Models*, LLM'ler)³⁰ performanslarını belirleyen başlıca unsurlar arasında, sahip oldukları eğitilebilir parametre sayısı öne çıkmaktadır³¹. Parametre sayısındaki artış, modelin dil örüntülerini daha karmaşık biçimde öğrenmesini ve çeşitli görevleri daha yüksek doğrulukla yerine getirmesini sağlamaktadır³². Bu doğruluk artışı ise yalnızca büyük hacimli veriyle değil, aynı zamanda yüksek işlem gücüyle mümkün olmaktadır. Bahse konu işlem gücü, CPU (*Central Processing Unit*, Merkezî işlem birimi), GPU (*Graphics Processing Unit*, Grafik işlem birimi) ve TPU (*Tensor Processing Unit*, Tensör İşlem Birimi) gibi hızlandırıcı (*acceleration*) çipler aracılığıyla fiziksel donanım düzeyinde sunulabildiği gibi³³; Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure ve Google Cloud gibi hizmet sağlayıcılarının sunduğu bulut tabanlı altyapılar düzeyinde de sağlanabilmektedir.
- (32) Bulut bilişim hizmetleri sağlayıcıları, kullanıcılarına internet üzerinden işlem donanımı, depolama, sunucular ve süper bilgisayar teknolojileri de dâhil olmak üzere donanım kaynakları kiralayarak bilgi işlem yetenekleri sunmaktadır³⁴. Geliştiriciler bu

²⁷ CARUGATI (2023), s. 4-5.

²⁸ OECD (2024), s. 32.

²⁹ OECD (2024), s. 32.

³⁰ Dil modelleri (*Language Models*, LM'ler), büyük veri kümelerinden öğrendikleri örüntüler sayesinde çeşitli görevleri yerine getirebilen yapay zekâ sistemleridir. Makine öğrenimi süreciyle eğitilen bu modeller, örneğin kedilerle ilgili verilerden kedileri tanımayı öğrenebilir. GPT gibi üretken dil modelleri, sıradaki kelime ya da kelime parçasını (belirteç) tahmin ederek çalışmaktadır. Bu yapı, büyük veri kümeleriyle daha hızlı ve etkili eğitim yapılmasını sağlamaktadır. Zira LM'lerin başarılı olabilmesi için geniş veriyle önceden eğitilmeleri gerekmektedir. LLM'ler ise, çok büyük veri setleri üzerinde eğitilmiş, milyarlarca (hatta trilyonlarca) parametreye sahip daha gelişmiş bir dil modelidir. AMAZON, ANTHROPIC, BAIDU, DEEPMIND, GOOGLE, HUGGING FACE, META, OPEN AI ve YANDEX dâhil olmak üzere birçok firma ve araştırma kurumu LLM'ler geliştirmiştir. Bkz. CARUGATI (2023), s. 2.

³¹ CARUGATI (2023), s. 3; RAE, J.W. & BORGEAUD, S. & Cai, T. & MILLICAN, K. & HOFFMANN, J. & SONG, F. ve arkadaşları (2021), "Scaling Language Models: Methods, Analysis & Insights from Training Gopher", Cornell University, <http://arxiv.org/abs/2112.11446>, s. 22, Erişim Tarihi: 15.04.2026.

³² CARUGATI (2023), s. 3.

³³ CMA (2023), Initial Report, s. 33.

³⁴ CARUGATI (2023), s. 8.

sistemleri kullanarak temel modellerin eğitiminde kendi donanımlarını kurmadan ürün geliştirmesi yapabilmekte ve lansman sonrası hizmet sunabilmektedir³⁵.

- (33) Üretken yapay zekâ değer zincirinin ikinci katmanı olan yapay zekâ modellemesi ise farklı veri kümeleri kullanılarak büyük ölçekli modellerin programlanması ve eğitilmesi sürecini ifade etmektedir³⁶. Temel modeller; geniş ölçekli ve çoğunlukla çeşitli veri kümeleri üzerinde, öz-denetimli öğrenme gibi yöntemlerle eğitilen, ardından farklı alanlardaki çok sayıda alt göreve uyarlanabilen, yüksek genelleme kapasitesine sahip genel amaçlı yapay zekâ modelleri olarak tanımlanmaktadır³⁷. Bu kapsamda, söz konusu modeller metin, görüntü, video ve ses gibi farklı veri türlerini girdi olarak işleyebilmekte, bu sayede doğal dildeki girdilerin işlenmesi ve farklı biçimlerde çıktılar üretilmesi mümkün hâle gelmektedir. Kullanışlı modeller elde edilebilmesi için modelin parametrelerini (veya katmanlarını) dolduracak yeterli miktarda güvenilir veriye ihtiyaç duyulmaktadır³⁸. GOOGLE tarafından geliştirilen GEMINI, META tarafından geliştirilen LLaMA, OPEN AI tarafından geliştirilen GPT serileri, MICROSOFT tarafından geliştirilen Turing-NLR modeli ve Stability AI tarafından geliştirilen Diffusion modelleri temel modellerin başlıca örnekleri arasında yer almaktadır.
- (34) Modelleme aşamasının ikinci sırasında yer alan ince ayar³⁹ süreci, önceden eğitilmiş temel modellerin belirli görevler veya alanlar için özelleştirilmesini ve optimize edilmesini içeren, modellerin gerçek dünya uygulamalarındaki performansını ve uyumluluğunu artıran temel bir aşamadır⁴⁰. Bu süreç, örneğin eğitim verilerinde yer alan istenmeyen önyargıların (*bias*) veya üslup sorunlarının ortadan kaldırılması amacıyla ilave eğitimlerin uygulanmasını kapsamaktadır⁴¹. İnce ayar süreci, temel modellerin farklı sektörlerde ve kullanım alanlarında yeniden kullanılabilmesine olanak tanıyarak temel modelleri çok yönlü bir araç haline getirmekte ve göreve özgü olma eğiliminde olan geleneksel yapay zekâ modellerinden farklılaştırarak daha esnek ve çok yönlü bir yapıya kavuşturmaktadır. Dolayısıyla bu modeller, sadece son kullanıcı uygulamalarında değil, aynı zamanda sohbet robotlarını güçlendirme, kod yazma asistanları oluşturma ve görüntü, video ve ses gibi farklı veri türlerini girdi olarak işleyebilme gibi farklı alanlarda da kullanılmaktadır.
- (35) Yapay zekâ temel modellerinin geliştirilmesinde rekabet etmeyi amaçlayan teşebbüslerin, yalnızca modellerin nasıl geliştirileceğine değil; aynı zamanda bu

³⁵ CARUGATI (2023), s. 10.

³⁶ HOPNER T. ve STRETFEILD L., (2023), *ChatGPT, Bard & Co.: An Introduction to AI for Competition and Regulatory Lawyers*.

³⁷ Bkz. RISHI, B. & DREW, A. H. & EHSAN, A. & RUSS, A., & SIMRAN, A. & SYDNEY Von A. & MICHAEL S. B., JEANNETTE, B. & ANTOINE, B. & EMMA, B., ve arkadaşları (2021), "On The Opportunities And Risks Of Foundation Models", Cornell University, arXiv preprint arXiv:2108.07258, <https://doi.org/10.48550/arXiv.2108.07258>, s. 2, Erişim Tarihi: 15.04.2026; AWAIS, M. & NASEER, M. & KHAN, S. & ANWER, R. M. & CHOLAKKAL, H. & SHAH, M. & YANG, M. H. & KHAN, F. S. (2025), "Foundation Models Defining a New Era in Vision: a Survey and Outlook", IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence, vol. 47, no: 4, <https://arxiv.org/pdf/2307.13721>, s. 3, Erişim Tarihi: 15.04.2026; KARA, M. (2025), "Yapay Zekâ Temel Modelleri Ekosistemi ve Stratejik İş Birliği Anlaşmaları", s. 3.

³⁸ OECD (2024).

³⁹ İnce ayar, belirli veri kümelerini kullanarak belirli yetenekler veya iyileştirmeler eklemek için önceden eğitilmiş modellere uygulanabilen isteğe bağlı bir ek işlemdir. Bkz. CMA, "AI Foundation Models Initial Report" (2023) s. 11.

⁴⁰ HOPNER ve STRETFEILD (2023).

⁴¹ OECD (2024).

modellerin farklı kullanım senaryolarına göre nasıl optimize edileceğine ilişkin ileri düzey teknik uzmanlığa sahip olmaları gerekmektedir⁴². Nitekim CMA'nın bulgularına göre, temel model geliştiricilerine yönelik iş ilanlarında genellikle veri bilimcileri, NLP⁴³ (*Natural Language Processing, Doğal Dil İşleme*) ve bilgisayarlı görü⁴⁴ (*computer vision*) uzmanları, makine öğrenimi mühendisleri gibi yüksek vasıflı ve çoğu zaman lisansüstü akademik eğitime sahip bireyler hedeflenmektedir⁴⁵. Öyle ki OECD'ye göre, tüm veri ve bilgi işlem altyapısı mevcut olsa dahi, gerekli uzmanlık ve yetenekten yoksun olan bir oyuncunun rekabetçi bir temel model geliştirmesi mümkün görünmemektedir⁴⁶. Dolayısıyla uzmanlaşmış yeteneklerin istihdam edilmesi ve kaybedilmemesi/elde tutulması önemli maliyetleri de beraberinde getirmektedir.

- (36) Nihayet yapay zekânın uygulamaya alınması (*deployment*), yapay zekâ modellerinin nihai kullanıcılara (bireylere ve kuruluşlara) değer ve hizmet sunacak şekilde fiilen hayata geçirilmesi sürecini ifade etmekte, dolayısıyla belirli görevler veya kullanım senaryoları için ince ayara tabi tutulmuş yapay zekâ modellerinin devreye alınmasını kapsamaktadır. Bu aşamada teşebbüsler kendi geliştirdikleri temel modeli kullanabildikleri gibi üçüncü taraf sağlayıcılarca açık kaynak kodlu olarak tasarlanan temel modelleri de (örneğin META tarafından geliştirilen Llama) kullanabilmektedir. Bu çerçevede, bazı sektör oyuncularını uygulamaya alma aşamasında bilişim gücü, sermaye ve teknik insan kaynağına erişimin önemini koruduğunu, ancak bu girdilerin giderek daha geniş bir pazar katılımcısına erişilebilir hale geldiğini belirtmektedir⁴⁷. Dolayısıyla, bu aşamada, üretken yapay zekâ uygulamasının performansının, nihai kullanıcılara ulaştırıldığı dağıtım kanallarının ve kullanıcı verilerine erişimin rekabet açısından daha kritik unsurlar haline geldiği ifade edilmektedir.
- (37) Yukarıda yer alan bilgiler dâhilinde, üretken yapay zekâ uygulamalarının temel modellerin oluşturduğu teknolojik altyapısının son kullanıcıya yansıyan çıktıları olarak değerlendirildiğini belirtmek mümkündür. Uygulamaya alma sürecinin nasıl şekilleneceği, sağlayıcıların benimsediği ticarileştirme yöntemlerine ve müşterilerin talep ettiği modellere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Hâlihazırda abonelik hizmetleri, lisanslama ve danışmanlık tipi hizmetler dâhil olmak üzere farklı modeller uygulanmaktadır.
- (38) Nihai kullanıcılara sunulan yapay zekâ hizmetleri; internet sitesi ve mobil uygulama kanallarıyla kullanıcılara doğrudan sunulabildiği gibi teşebbüslerin kendi hizmetlerine (arama motoru, sosyal medya uygulaması, internet tarayıcısı, mesajlaşma uygulaması gibi) veya üçüncü taraf teşebbüslerin platformlarına (mesajlaşma

⁴² CMA (2023), Initial Report, s. 38-39.

⁴³ Doğal dil işleme (*Natural Language Processing, NLP*), bilgisayarlara insan dilini yorumlama, işleme ve anlama yeteneği veren bir makine öğrenimi teknolojisidir. Bkz. [https://aws.amazon.com/tr/what-is/nlp/#:~:text=Do%C4%9Fal%20dil%20i%C5%9Fleme%20\(NLP\)%2C,ses%20ve%20metin%20verilerine%20sahiptir.,](https://aws.amazon.com/tr/what-is/nlp/#:~:text=Do%C4%9Fal%20dil%20i%C5%9Fleme%20(NLP)%2C,ses%20ve%20metin%20verilerine%20sahiptir.,) Erişim Tarihi: 15.04.2026.

⁴⁴ Bilgisayarlı görü, bilgisayarlara görsel dünyayı yorumlamak ve anlamak için eğiten bir yapay zekâ alanıdır. Bkz. https://www.sas.com/tr_tr/insights/analytics/computer-vision.html, Erişim Tarihi: 15.04.2026.

⁴⁵ CMA (2023), Initial Report, s. 38-39.

⁴⁶ OECD (2024), s. 21-22.

⁴⁷ Öte yandan, model geliştirme aşamasında yüksek GPU ve altyapı maliyetleri, teşebbüslerin karşılaştığı en önemli güçlükler arasında yerini korumaktadır. Bunun yanı sıra, (.....) tarafından, küresel ölçekte faaliyet gösteren OPEN AI, GOOGLE ve ANTHROPIC gibi oyuncularla rekabet edebilmenin zor olması da dile getirilen bir diğer zorluktur.

uygulaması gibi) entegre olarak da sunulabilmektedir. Dosya kapsamında görüşlerine başvurulmuş teşebbüsler, Türkiye’de nihai kullanıcılara sunulan belli başlı yapay zekâ hizmetlerinin COPILOT (MICROSOFT), META AI (META), PERPLEXITY AI (PERPLEXITY), CLAUDE (ANTHROPIC), GEMINI (GOOGLE) ve CHATGPT (OPEN AI) olduğunu ifade etmektedir. Bu çerçevede aşağıdaki tabloda, teşebbüslerin kendilerine ait internet sitesi, mobil uygulaması ve masaüstü uygulamasına ilişkin dağıtım kanalları bazında Türkiye’de faaliyete başlama tarihlerine yer verilmektedir.

Tablo 2: Nihai Kullanıcılara Sunulan Yapay Zekâ Uygulamalarının Türkiye’de Faaliyete Başlama Tarihleri

Teşebbüs	Yapay Zekâ Uygulaması	Faaliyete Başlama Tarihi		
		İnternet Sitesi	Mobil Uygulama	Masaüstü
META	META AI	Ekim 2025	Aralık 2025	-
OPEN AI	CHATGPT	Kasım 2022	Mayıs 2023 (iOS) Temmuz 2023 (Android)	Mayıs 2024 (macOS) Kasım 2024 (Windows)
ANTHROPIC	CLAUDE	Mayıs 2024	Mayıs 2024 ⁴⁸ (iOS) Temmuz 2024 ⁴⁹ (Android)	Şubat 2026 ⁵⁰
GOOGLE	GEMINI	Aralık 2023 ⁵¹	Kasım 2024 ⁵² (iOS) Ağustos 2024 ⁵³ (Android)	Nisan 2026 ⁵⁴
MICROSOFT	COPILOT	Ekim 2024	Ekim 2024 (iOS) Ekim 2024 (Android)	Şubat 2025 (macOS) Ekim 2024 (Windows)
X	GROK	Ocak 2025	Ocak 2025 (iOS) Mart 2025 (Android)	-
BYTEDANCE	DOLA AI	Ocak 2025	Eylül 2025	Ocak 2025
INTERACTION	POKE	-	Eylül 2025	-

Kaynak: Teşebbüslerden ve Kamuya Açık Kaynaklardan Elde Edilen Bilgiler.

- (39) Yukarıdaki tablodan görüldüğü üzere, OPEN AI’ya ait CHATGPT Kasım 2022’de Türkiye’de faaliyet göstermeye başlayan ilk yapay zekâ hizmeti olmuştur. CHATGPT’yi takip eden ikinci hizmet olarak GOOGLE’a ait GEMINI yer almakta,

⁴⁸ <https://www.ilounge.com/news/claude-ai-arrives-on-ipad-and-iphone>, Erişim Tarihi: 28.04.2026.

⁴⁹ <https://techcrunch.com/2024/07/16/anthropic-releases-claude-app-for-android/>, Erişim Tarihi: 28.04.2026.

⁵⁰ <https://www.ilounge.com/news/claude-ai-arrives-on-ipad-and-iphone>, Erişim Tarihi: 28.04.2026.

⁵¹ <https://blog.google/innovation-and-ai/technology/ai/google-gemini-ai/#sundar-note>, Erişim Tarihi: 28.04.2026.

⁵² <http://techcrunch.com/2024/11/14/google-launches-gemini-app-for-ios-worldwide/>, Erişim Tarihi: 28.04.2026.

⁵³ <https://blog.google/products-and-platforms/products/gemini/made-by-google-gemini-ai-updates/>, Erişim Tarihi: 28.04.2026.

⁵⁴ <https://arstechnica.com/gadgets/2026/04/google-launches-search-app-for-windows-gemini-app-for-mac/>, Erişim Tarihi: 28.04.2026.

GEMINI'yi CLAUDE ve COPILOT takip etmektedir. Hakkında önaraştırma yürütülen META ise pazara en son giriş yapan oyunculardan biri konumundadır.

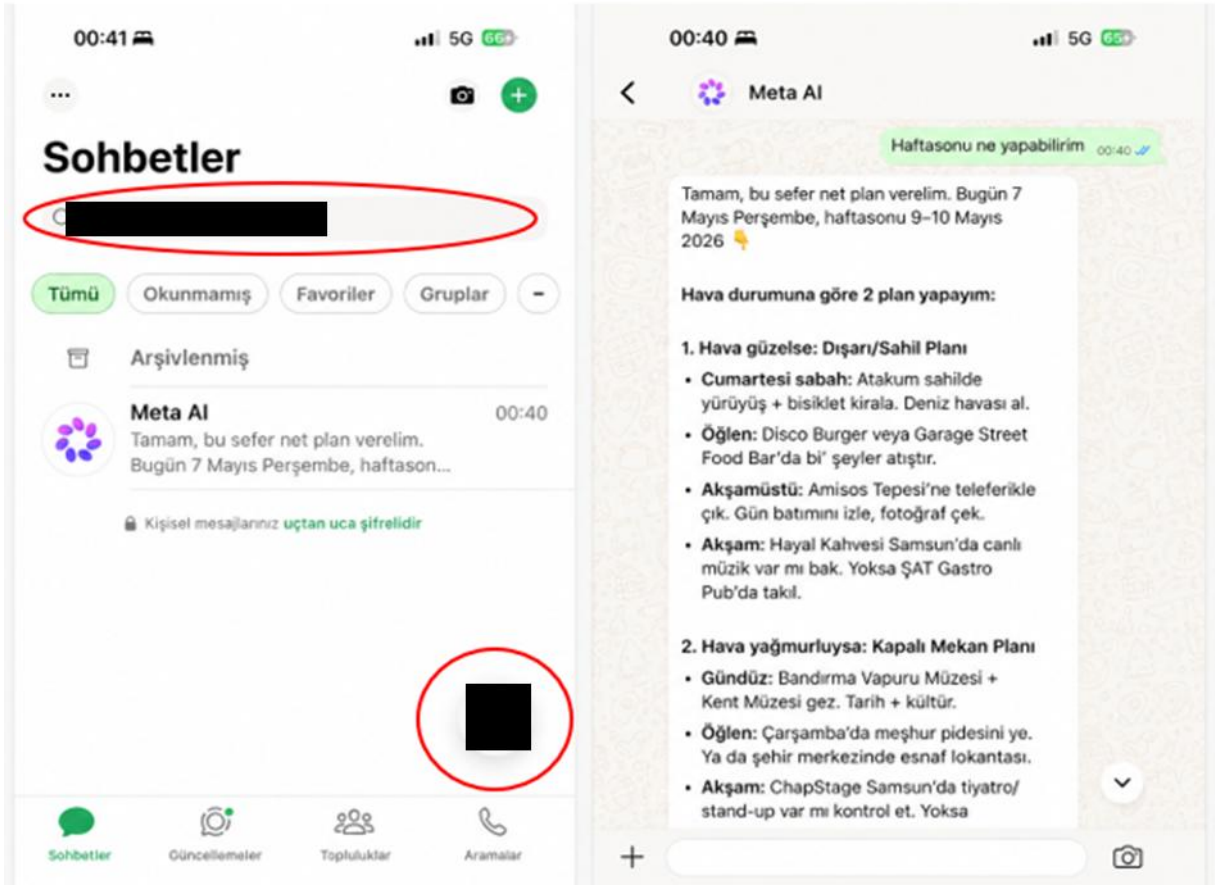
- (40) Yukarıdaki tablo, yapay zekâ hizmetlerinin bağımsız bir uygulama veya internet sitesi gibi doğrudan dağıtım kanallarını göstermektedir. Bununla birlikte, daha önce belirtildiği üzere teşebbüsler, yapay zekâ hizmetlerini mevcut hizmetlerine veya üçüncü taraf platformlara entegre ederek de nihai kullanıcılara sunabilmektedir.

H.3. META AI Hakkında Bilgi

- (41) META, 2023 yılında "META AI" adlı yapay zekâ hizmetini piyasaya sürmüştür. META AI, kullanıcıların doğal dil ile yönelttiği sorulara yanıt üretme, metin oluşturma ve özetleme, öneri sunma ve çeşitli konularda bilgi sağlama gibi işlevleri yerine getirmek üzere tasarlanmıştır. Ayrıca META AI, metin ve sesli komutlar aracılığıyla kullanıcılarla etkileşim kurabilmekte, içerik üretimi ve yaratıcı öneriler geliştirmenin yanında belirli ölçüde görsel içerik oluşturma ve düzenleme işlevlerini de desteklemektedir. META tarafından, META AI'nın belirli kullanım senaryosu ile sınırlı olmaksızın farklı konularda kullanıcı etkileşimi kurabilmesi ve çeşitli içerik türlerine yönelik üretkenlik işlevlerini desteklemesinden ötürü hizmetin genel amaçlı yapay zekâ asistanı olarak sınıflandırılabilirliği belirtilmektedir.
- (42) META AI, META tarafından geliştirilen ve LLM üzerine inşa edilen açık kaynaklı Llama (*Large Language Model META AI*) temel modelini kullanmaktadır. Açık kaynaklı olması sebebiyle Llama, üçüncü taraflarca yeni modeller ve alt uygulamalar (*downstream*) geliştirilmek üzere açıkça erişilebilir ve lisanslanabilir bir temel model türünü teşkil etmektedir.
- (43) META AI, ilk olarak Eylül 2023'te ABD'de META'ya ait diğer hizmetlere entegre biçimde sunulmaya başlamıştır. İzleyen dönemde erişim kanalları genişletilmiş, Nisan 2025 itibarıyla ABD'de diğer META uygulamalarından bağımsız bir internet sitesi ve yerel mobil uygulama üzerinden de erişilebilir hale getirilmiştir.
- (44) Türkiye bakımından ise Ekim 2025'ten itibaren *WhatsApp* ile entegre olarak kullanıma sunulan META AI'nın internet sitesinin de aynı dönemde erişime açıldığı, yerel mobil uygulamanın ise Aralık 2025'te kullanıma sunulduğu belirtilmektedir. Türkiye'deki kullanıcılar bakımından 30.10.2025 tarihinde Türkçe dil desteği sağlanmaya başlanılmıştır⁵⁵.
- (45) Yukarıda yer alan bilgilerden anlaşılabileceği üzere, META AI'nın *WhatsApp* mesajlaşma hizmeti ile olan entegrasyonu sayesinde *WhatsApp* kullanıcılarına META'nın yapay zekâ sohbet aracı sunulmaktadır. Aşağıdaki ekran görüntüsünde META'nın, *WhatsApp* uygulamasına mavi renkli daire şeklinde bir simge eklemek suretiyle META AI hizmetini doğrudan uygulama arayüzüne yerleştirdiği ve kullanıcıların ayrıca bir kurulum veya indirme işlemi yapmasına gerek olmaksızın bu hizmete erişimi mümkün kıldığı görülmektedir.

⁵⁵ Bkz. <https://webrazzi.com/2025/10/30/meta-duyurdu-bugunden- itibaren-yapay-zekâ-asistani-meta-ai-turkiye-deki-kullanıcılara-acılacak/>, Erişim Tarihi: 27.04.2026

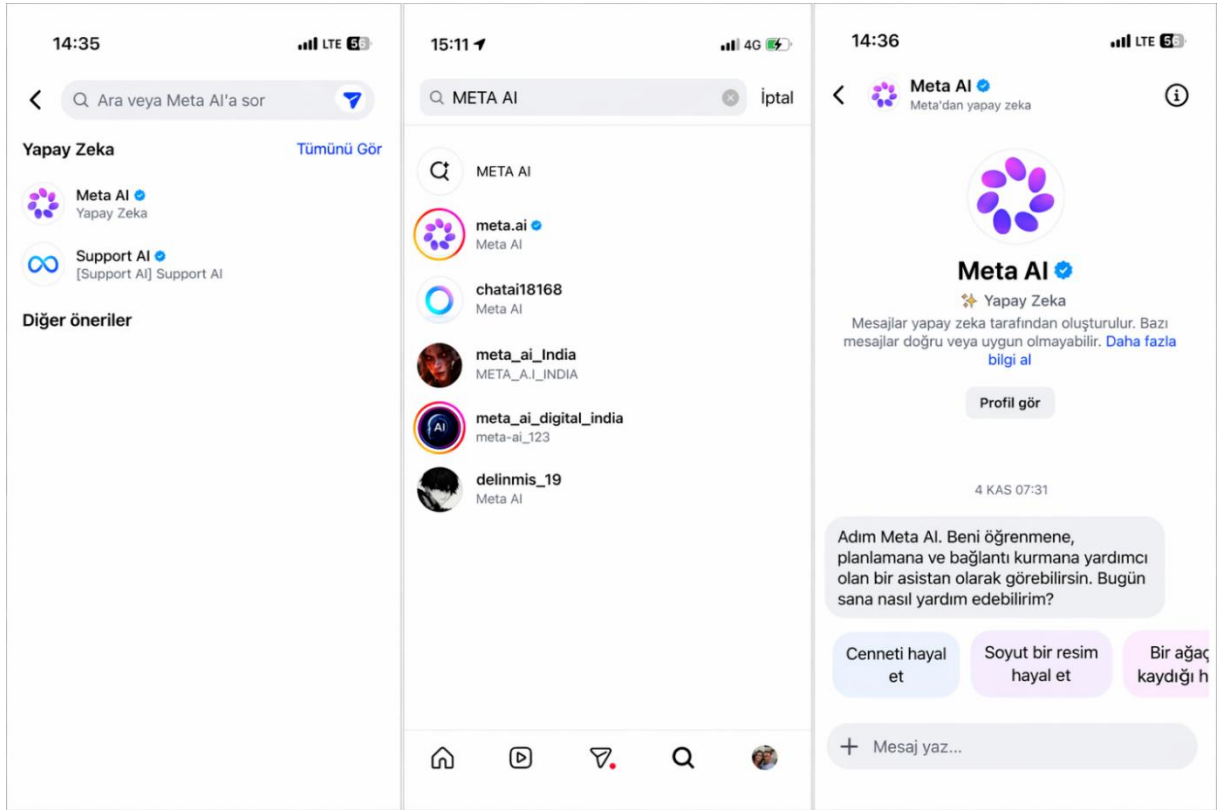
Şekil 2: META AI Ürününün WhatsApp Mobil Uygulamasındaki Görünümü



Kaynak: Dosya kapsamında alınan ekran görüntüleri

- (46) Türkiye'deki kullanıcılar META AI'ya, *WhatsApp*'ta bulunan ve yukarıda görseline yer verilen özel simgeye ilave olarak, arama çubuğu üzerinden veya bireysel ve grup sohbetlerinde "@META AI" ifadesi kullanarak da erişim sağlayabilmektedir. Bununla birlikte, META AI'nın META hizmetleri ile entegrasyonu *WhatsApp* ile sınırlı değildir. Türkiye'deki kullanıcılar *WhatsApp*'a ilave olarak *Facebook*, *Messenger* ve *Instagram* üzerinden de META AI'ya erişebilmektedir⁵⁶. Söz konusu entegrasyon kapsamında *WhatsApp* ile benzer şekilde META AI'ya uygulama arayüzü içinde sabit bir erişim noktası üzerinden ulaşılabilmekte ve kullanıcıların sohbet ekranı içinden doğrudan yapay zekâ etkileşimi başlatabilmesi mümkün olmaktadır. Bu çerçevede, devam eden kısımda META AI'ya *Instagram*, *Facebook* ve *Messenger* uygulamaları üzerinden erişimin nasıl gerçekleştiğine ilişkin bilgilere ve ekran görüntülerine yer verilmektedir.
- (47) *Instagram* kullanıcıları *Instagram* üzerinden META AI özelliklerini kullanmak istediklerinde bunu "Mesajlar" ve "Keşfet" sekmelerinin üst kısmında yer alan arama çubuğu aracılığıyla veya doğrudan META AI sohbeti başlatarak yapabilmektedir. Aşağıda yer verilen şekilde görüldüğü üzere, her iki yöntem de META AI ile bir sohbet penceresi açmaktadır.

⁵⁶ META AI'ya Ray Ban Meta gözlükleri üzerinden de erişilebilmektedir. Ancak bu özellik Türkiye'de henüz mevcut değildir.

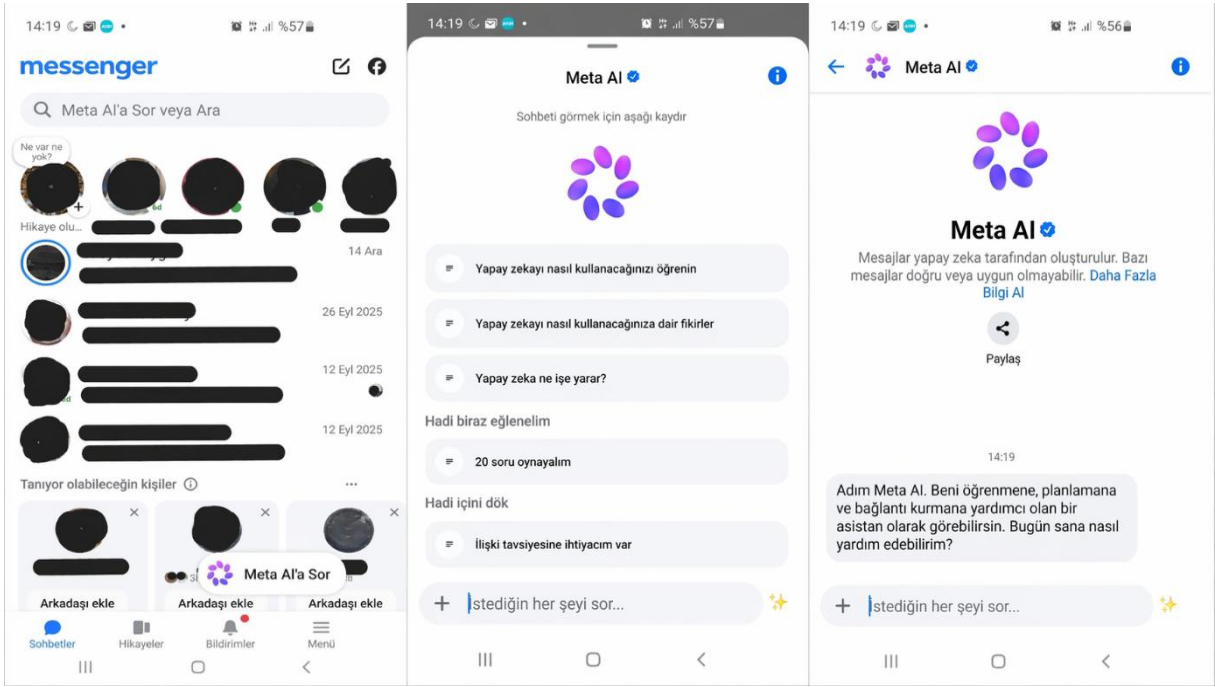
Şekil 3: META AI Ürününün *Instagram* Mobil Uygulamasındaki Görünümü⁵⁷

Kaynak: Dosya kapsamında alınan ekran görüntüleri

- (48) *Facebook* kullanıcıları ise META AI'ya uygulama arayüzünde yer alan arama ve mesajlaşma (*Messenger*) fonksiyonları aracılığıyla erişebilmekte ve bu kanallar üzerinden META AI ile sohbet etkileşimi kurabilmektedir⁵⁸. META AI'nın *Facebook* uygulamasındaki görüntüsü aşağıda yer almaktadır:

⁵⁷ Görseldeki ilk ekran *Instagram* içinde yer alan "Mesajlar" sekmesinden erişimi, ikincisi ise "Keşfet" sekmesinden erişimi göstermektedir. Her iki ekrandan da META AI'ya tıklandığında üçüncü ekran ile karşılaşılmaktadır.

⁵⁸ Bkz. <https://www.facebook.com/help/233006642672988/>, Erişim Tarihi: 26.04.2026.

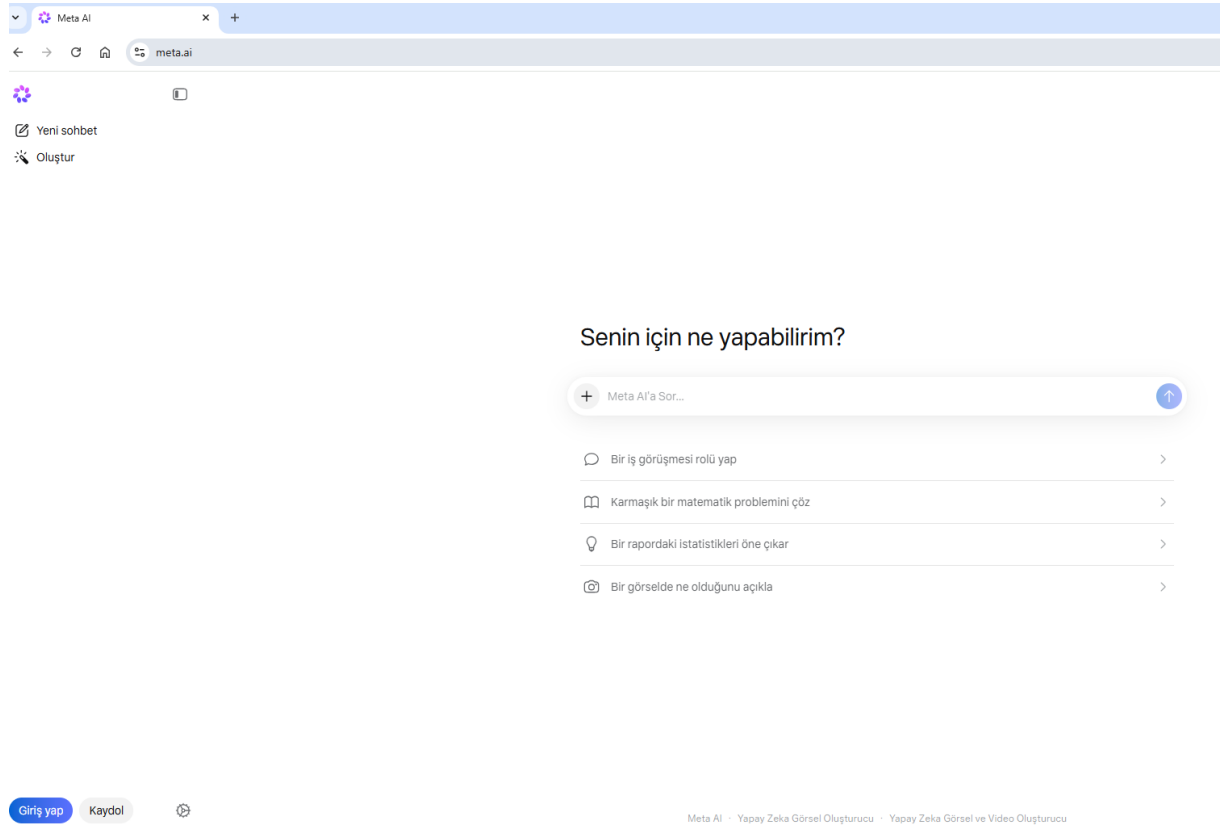
Şekil 4: META AI Ürününün Facebook Mobil Uygulamasındaki Görünümü⁵⁹

Kaynak: Dosya kapsamında alınan ekran görüntüleri

- (49) Bununla birlikte META AI hizmeti, META'nın *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* ve *Messenger* hizmetlerinden bağımsız bir ürün olarak da sunulmaktadır. Dolayısıyla hizmet, kullanıcıların META ekosistemi dışında da erişim sağlayabildiği bağımsız bir yapay zekâ aracı olarak da faaliyet göstermektedir. Aşağıdaki ekran görüntüsünden görüldüğü üzere, META AI'ya ayrı bir internet sitesi (<https://www.meta.ai/>) üzerinden ve mobil uygulama aracılığıyla doğrudan erişilebilmektedir.

⁵⁹ Görseldeki ilk ekran Facebook içinde yer alan "Mesajlar" sekmesinden erişimi, ikincisi ise "Arama" sekmesinden erişimi göstermektedir. Her iki ekrandan da META AI'ya tıklandığında üçüncü ekran ile karşılaşılmaktadır.

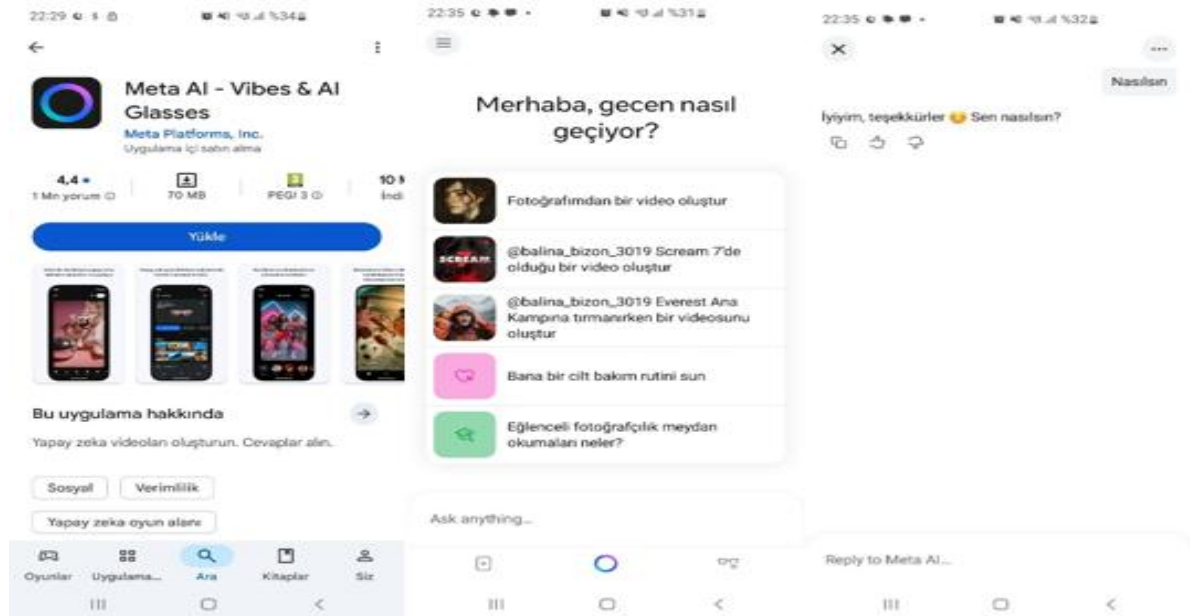
Şekil 5: META AI Ürününe İnternet Sitesi Üzerinden Erişim



Kaynak: Dosya kapsamında alınan ekran görüntüleri

- (50) Ayrıca yukarıda belirtildiği üzere Aralık 2025'ten beri META AI hizmetine, Türkiye'de iOS ve Android işletim sistemine sahip cihazlarda uygulama mağazaları (App Store ve Play Store) aracılığıyla indirilebilen ayrı bir mobil uygulama üzerinden de erişim sağlanabilmektedir.

Şekil 6: Android İşletim Sistemine Sahip Mobil Cihaz Üzerinden META AI Aracına Erişim



Kaynak: Dosya kapsamında alınan ekran görüntüleri

- (51) Özetle META AI; META tarafından geliştirilen, LLM temelli bir yapay zekâ aracı olup; doğal dil girdilerine dayalı olarak yanıt üretme, metin ve içerik oluşturma ile öneri sunma işlevlerini yerine getirmek üzere tasarlanmıştır. META AI hizmetine ise *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* ve *Messenger*'in yanı sıra internet sitesi ile mobil uygulama kanalları üzerinden de erişilebilmektedir.

H.4. META AI Hakkında Diğer Ülkelerde Yürütülen İncelemeler

- (52) META hakkında, işbu dosya kapsamında ele alınan *WhatsApp* ve META AI hizmetlerinin sunumuna ilişkin olarak çeşitli ülkelerde birtakım incelemeler yürütülmektedir. Aşağıdaki başlıklarda söz konusu incelemelerin en güncel durumuna ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

İtalya Rekabet Otoritesinin Soruşturması ve Geçici Tedbir Kararı⁶⁰

- (53) İtalya Rekabet Otoritesi (*Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato* - AGCM), 22.07.2025 tarihinde META hakkında, *WhatsApp* mesajlaşma hizmeti ile META AI yapay zekâ asistanı hizmetinin birlikte ve entegre şekilde sunulmasına ilişkin eylemler nedeniyle soruşturma başlatmıştır. Soruşturmanın odağında, META AI hizmetinin *WhatsApp* uygulamasına önceden yüklü olarak sunulması ve uygulama içinde rakip hizmetlere kıyasla daha görünür ve ayrıcalıklı bir konumda yer alması suretiyle iki hizmet arasında fiilî bir bağlama (*tying*) ilişkisi kurulup kurulmadığı yer almaktadır. Bu kapsamda AGCM, söz konusu entegrasyonun, yapay zekâ sohbet botu veya yapay zekâ asistan hizmetleri pazarında rekabeti olumsuz etkileyip etkilemediğini ve bu çerçevede Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Antlaşma'nın (ABİDA) 102. maddesi anlamında hâkim durumun kötüye kullanılması teşkil edip etmediğini incelemektedir.
- (54) Bununla birlikte AGCM, 25.11.2025 tarihli kararıyla soruşturmanın kapsamını genişleterek *WhatsApp*'ın, *WhatsApp* İşletme Koşulları'nda yaptığı sözleşme değişikliklerini de incelemeye dâhil etmiştir. Nitekim daha önce de belirtildiği üzere, META tarafından 15.10.2025 tarihinde yürürlüğe konulan yeni koşullar uyarınca, genel amaçlı yapay zekâ sohbet botu ve yapay zekâ asistanı sağlayıcılarının *WhatsApp* kanalına erişmesi veya bu kanalı *WhatsApp* kullanıcılarına doğrudan yapay zekâ robotu ve asistan hizmeti sunmak amacıyla kullanması yasaklanmıştır. Böylece soruşturmanın konusu, META AI'nın *WhatsApp* ile entegre biçimde sunulmasına dayalı bağlama iddiasının yanı sıra, rakip yapay zekâ hizmet sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden kullanıcıya erişiminin sözleşmesel düzenlemeler yoluyla sınırlandırılmasının da hâkim durumun kötüye kullanılması niteliği taşıyıp taşımadığının değerlendirilmesini kapsayacak şekilde bütüncül olarak genişletilmiştir. Bu kapsamda AGCM, esas soruşturmanın yanı sıra META hakkında bir geçici tedbir süreci başlatmış ve nihayetinde 24.12.2025 tarihinde söz konusu değişikliklere yönelik olarak META hakkında geçici tedbir kararı vermiştir.
- (55) AGCM, geçici tedbir değerlendirmesi kapsamında, *WhatsApp* İşletme Koşulları ile getirilen sözleşmesel sınırlamaların, genel amaçlı yapay zekâ sağlayıcılarının kritik bir dağıtım kanalına erişimini ortadan kaldırarak özellikle yeni ve ölçeklenme aşamasındaki teşebbüsler bakımından pazara giriş engellerini artırdığını tespit etmiştir. Mesajlaşma uygulamaları üzerinden entegre biçimde sunulan yapay zekâ hizmetlerinin kullanıcılar nezdinde sağladığı erişim kolaylığı ve yerleşik kullanım alışkanlıkları dikkate alındığında, söz konusu erişimin kaldırılmasının kısa vadede telafisi güç rekabetçi etkiler doğurabileceği değerlendirilmiştir. META tarafından ileri

⁶⁰ <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2025/12/A576>, Erişim Tarihi: 04.04.2026.

sürülen teknik ve operasyonel gerekçelerin ise somut ve doğrulanabilir verilerle desteklenmemesi ve ayrıca platformun belirli yapay zekâ çözümlerine ev sahipliği yapmaya devam etmesi nedeniyle, söz konusu dışlayıcı uygulamaların nesnel bir zorunlulukla açıklanamadığı sonucuna varılmıştır. Bu çerçevede, META AI'nın *WhatsApp* ile ayrıcalıklı entegrasyonu ve rakip sağlayıcıların sözleşmesel düzenlemeler yoluyla dışlanması ile birlikte değerlendirildiğinde, META'nın eylemlerinin rekabet üzerinde ciddi ve telafisi güç zararlar doğurma ihtimali yarattığı kabul edilmiştir. Dolayısıyla AGCM, soruşturma sonuçlanıncaya kadar ilgili hükümlerin uygulanmasının askıya alınmasına karar vermiştir.

- (56) AGCM'nin geçici tedbir kararı sonrasında META, 30.12.2025 tarihinden itibaren İtalya ülke koduyla kayıtlı telefon numarasına sahip *WhatsApp* kullanıcıları bakımından genel amaçlı yapay zekâ sohbet robotlarına erişimi yeniden sağlamıştır. Akabinde META, 16.02.2026 tarihinde *WhatsApp* İşletme Koşulları'nda yaptığı değişiklik ile genel amaçlı yapay zekâ sağlayıcılarının söz konusu hizmete erişimini belirli bir ücretlendirme rejimine tabi kılmıştır. Bu çerçevede, 16.03.2026 itibarıyla yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden sağladığı hizmette, İtalyan telefon numaralarına gönderdikleri her mesaj için 0,0691 ABD doları (yaklaşık 3,10 TL)⁶¹ ücret talep edilmeye başlanmıştır.
- (57) META'nın anılan eylemlerine ilişkin olarak, bir sonraki başlıkta ayrıntılı şekilde açıklanacağı üzere, Avrupa Komisyonu (Komisyon) da 04.12.2025 tarihinde bir soruşturma başlatmıştır. Bununla birlikte, AGCM'nin aynı konuya ilişkin soruşturmayı daha önce başlatmış olması nedeniyle İtalya, başlangıçta Komisyon incelemesinin kapsamı dışında bırakılmıştır. Ancak Komisyonun 15.04.2026 tarihli basın duyurusuna göre, soruşturmanın kapsamı daha sonra İtalya'yı da içerecek şekilde genişletilmiş ve böylece tüm Avrupa Ekonomik Alanı'nı (AEA) kapsar hale getirilmiştir⁶².

Komisyonun Soruşturması ve İtiraz Bildirimi⁶³

- (58) Komisyon, 04.12.2025 tarihinde META'nın üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* altyapısına erişimini sınırlayan politika değişikliğinin ABİDA'nın 102. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla soruşturma başlatmıştır. Komisyon, söz konusu politika değişikliğinin AEA'da faaliyet gösteren üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden kullanıcıya erişimini fiilen engelleyebileceğine ilişkin ön bulgulara işaret etmiştir. Buna karşılık META'nın kendi yapay zekâ hizmeti olan META AI'nın platform üzerinde erişilebilir kalmaya devam ettiği belirtilmiştir. Bu çerçevede META'nın eylemlerinin, mesajlaşma hizmetlerindeki pazar gücünü yapay zekâ asistanı hizmetleri pazarına aktarmak suretiyle dışlayıcı etkiler doğurup doğurmadığı incelenmektedir.
- (59) Komisyon ayrıca 09.02.2026 tarihli duyurusunda⁶⁴, META'ya geçici tedbir uygulanmasına yönelik bir "İtiraz Bildirimi" (*Statement of Objections*) gönderildiğini ve üçüncü taraf genel amaçlı yapay zekâ asistanlarının *WhatsApp*'tan dışlanması ilk bakışta (*prima facie*) hâkim durumun kötüye kullanılması niteliği taşıyabileceği yönünde ön değerlendirme yapıldığını açıklamıştır. Komisyon, *WhatsApp*'ın yapay zekâ asistanı hizmetlerinin kullanıcıya ulaşması bakımından önemli bir erişim kanalı

⁶¹ 29.04.2026 itibarıyla Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) ABD doları alış kuru (1 ABD Doları=44,98 TL) üzerinden Türk Lirasına çevrilmiştir. META tarafından uygulanan ücretlendirme politikasına raporun ilerleyen kısımlarında yer verilmektedir.

⁶² https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_26_805, Erişim Tarihi: 29.04.2026

⁶³ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_2896, Erişim Tarihi: 06.04.2026.

⁶⁴ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_26_310, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

niteliğinde olduğunu ve söz konusu uygulamanın rakip sağlayıcıların pazara giriş ve büyümesini ciddi ve telafisi güç biçimde zedeleme riski taşıdığını belirtmiş; bu nedenle soruşturma süreci tamamlanmadan önce geçici tedbir uygulanmasını değerlendirdiğini ifade etmiştir. META, söz konusu İtiraz Bildirimi'ne 02.03.2026 tarihinde yanıt vermiştir. Akabinde, AB ve Brezilya'da faaliyet gösteren yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp*'a sınırlı bir süreyle (bir yıl) yeniden erişebilmesine izin vereceğini duyurmuştur. Bununla birlikte META, bu erişimi İtalya'daki uygulamaya paralel şekilde ücretlendirmeye tabi tutarak, erişimi yeniden tesis etmekle birlikte ekonomik koşulları değiştiren yeni bir düzenlemeyi yürürlüğe koymuştur⁶⁵. Bu çerçevede, 11.03.2026 itibarıyla yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden sağladığı hizmet kapsamında, AB telefon numaralarına gönderilen mesajlar, ilgili ülkenin tabi olduğu ücret tarifesine göre ücretlendirilmeye başlanmıştır. Ücretlendirme tutarları mesaj başına en düşük 0,0592 ABD Doları (Batı Avrupa ülkeleri, yaklaşık 2,66 TL) ile en yüksek 0,1597 ABD Doları (Hollanda, yaklaşık 7,18 TL) aralığında değişmektedir^{66,67}.

- (60) Komisyon, 09.02.2026 tarihinde ilettiği İtiraz Bildirimi'nin ardından 15.04.2026 tarihinde META'ya "Tamamlayıcı İtiraz Bildirimi" (*Supplementary Statement of Objections*) göndermiştir. Anılan bildirimde, Komisyonun ön incelemesine göre, META'nın *WhatsApp*'a erişimi yeniden tesis etmekle birlikte bu erişimi ücretlendirme koşuluna bağlayan yeni politikasının önceki erişim kısıtlamasıyla eşdeğer nitelikte olduğu belirtilmiştir. Bu çerçevede Komisyon, erişimin ücretlendirilmesi suretiyle getirilen yeni düzenlemenin, üçüncü taraf yapay zekâ asistanlarının *WhatsApp* üzerinden kullanıcıya erişimini fiilen zorlaştırarak önceki fiilî dışlama etkisini sürdürdüğüne ilişkin ön bulgulara ulaşmıştır.
- (61) Komisyona göre META'nın söz konusu davranışları, hızla gelişen yapay zekâ asistanları pazarında rakip teşebbüslerin pazara giriş ve genişleme imkânlarını sınırlama riski taşımaktadır. Bu kapsamda Komisyon, söz konusu politika değişikliklerinin rekabet üzerinde ciddi ve telafisi güç zararlar doğurma riski taşıdığı kanaatiyle geçici tedbir uygulanmasını değerlendirdiğini duyurmuştur⁶⁸.

Brezilya Rekabet Otoritesinin Soruşturması ve Geçici Tedbir Kararı⁶⁹

- (62) Brezilya Rekabet Otoritesi (*Administrative Council for Economic Defense - CADE*) tarafından da META hakkında, 21.11.2025 tarihinde *WhatsApp* İşletme Koşulları kapsamında yürürlüğe konulan yeni sözleşme ve politika değişikliklerinin üçüncü taraf yapay zekâ sohbet botu ve yapay zekâ asistanı sağlayıcılarının platforma erişimini kısıtladığı iddiaları üzerine soruşturma başlatılmıştır. Soruşturma kapsamında, META'nın sözleşme değişikliklerinin rakip yapay zekâ hizmet sağlayıcılarının kullanıcıya erişimini sınırlandırarak rekabeti bozucu etki doğurup doğurmadığı incelenmektedir.
- (63) CADE, ön inceleme aşamasında *WhatsApp*'ın mesajlaşma pazarında son derece yüksek kullanıcı yaygınlığına sahip olduğunu ve META'nın bu pazardaki güçlü konumunu, yapay zekâ çözümleri pazarında rekabet avantajı sağlamak amacıyla kullanabileceğine işaret eden ciddi emareler bulunduğunu değerlendirmiştir. Bu

⁶⁵ <https://content.mlex.com/#/content/1717353/>, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

⁶⁶ <https://business.whatsapp.com/products/platform-pricing>, Erişim Tarihi: 29.04.2026.

⁶⁷ 29.04.2026 itibarıyla TCMB ABD doları alış kuru (1 ABD Doları=44,98 TL) üzerinden Türk Lirasına çevrilmiştir.

⁶⁸ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_26_805, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

⁶⁹ <https://content.mlex.com/#/content/1707133/> Erişim Tarihi: 06.04.2026.

çerçevede, söz konusu sözleşme değişikliklerinin, rakip yapay zekâ hizmet sağlayıcılarını dışlayıcı nitelikteki bir stratejinin parçası olabileceği ve hâkim durumun kötüye kullanılması teşkil edebileceği yönünde ilk bakışta yeterli şüphe olduğu sonucuna varılmıştır. Bu değerlendirme doğrultusunda CADE, hem ihlalin varlığına ilişkin kuvvetli emarelerin mevcut olduğu hem de uygulamanın devamı hâlinde rekabet yapısı bakımından telafisi güç zararlar doğabileceği kanaatine ulaşmış ve 12.01.2026 tarihinde META'nın üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının WABAPI'ye erişimini yasaklayan yeni sözleşme hükümlerinin uygulanmasını geçici olarak durdurmasına yönelik geçici tedbir kararı vermiştir.

- (64) META, söz konusu geçici tedbir kararına uyum sağlamak amacıyla üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının WABAPI'ye erişimini yeniden tesis ettiğini bildirmiştir. Bununla birlikte META, Brezilya'da diğer ülke uygulamalarına paralel biçimde bu erişimi ücretlendirmeye tabi tutmuştur⁷⁰. Bu çerçevede, 11.03.2026 itibarıyla yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden sağladığı hizmette, Brezilya telefon numaralarına gönderdikleri her mesaj için 0,0625 ABD doları (yaklaşık 2,81 TL)⁷¹ ücret talep edilmeye başlanmıştır.
- (65) META tarafından geçici tedbir süresi içerisinde yürürlüğe konulan ücretlendirme yapısını inceleyen CADE, 18.03.2026 tarihinde META'nın geçici tedbir kararında öngörülen yükümlülüklerle aykırı davrandığı sonucuna ulaşmıştır⁷². CADE kararında, söz konusu tedbirin yalnızca önceki sözleşme hükümlerinin uygulanmamasını değil, aynı zamanda benzer sonuçlar doğurabilecek yeni düzenlemelerden kaçınılmasını ve önceki koşulların korunmasını da kapsadığını belirtmiştir. Bu nedenle, ücretlendirme uygulamasının erişimi şeklen yeniden tesis etmekle birlikte platforma erişimin ekonomik koşullarını değiştirdiği ve bu nedenle geçici tedbir öncesindeki durumun (*status quo ante*) tam olarak yeniden sağlanmadığını değerlendirmiştir.
- (66) Bu kapsamda META hakkında 17.03.2026 tarihinden başlamak üzere günlük 250.000 Brezilya Reali tutarında idari para cezası uygulanmasına karar verilmiş; söz konusu cezanın, META'nın geçici tedbir kapsamında öngörülen yükümlülüklerle tam uyum sağladığını ortaya koyuncaya kadar işlemeye devam edeceği ifade edilmiştir⁷³.

Doğu ve Güney Afrika Rekabet Otoritesi Soruşturması

- (67) Doğu ve Güney Afrika Ortak Pazarı (*Common Market for Eastern and Southern Africa – COMESA*) bünyesinde faaliyet gösteren COMESA Rekabet ve Tüketici Komisyonu, 17.02.2026 tarihinde yayımladığı duyuru ile META'nın *WhatsApp* işletme altyapısı kapsamında üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının erişimini sınırladığına ilişkin iddialar üzerine bir inceleme başlatmıştır. COMESA, META'nın *WhatsApp* İşletme Koşulları'nda 15.10.2025 tarihinde yaptığı değişiklikler sonucunda genel amaçlı yapay zekâ hizmeti sağlayıcılarının WABAPI'ye erişiminin engellendiğini, buna karşılık META'nın kendi yapay zekâ hizmetinin platforma entegre edilmeye devam ettiğini saptamıştır.
- (68) COMESA'ya göre söz konusu uygulamaların, *WhatsApp*'ın son kullanıcıya erişim bakımından kritik bir "geçit" (*gateway*) niteliği taşıması nedeniyle, yapay zekâ hizmet

⁷⁰ <https://content.mlex.com/#/content/1718451/>, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

⁷¹ 29.04.2026 itibarıyla TCMB ABD doları alış kuru (1 ABD Doları=44,98 TL) üzerinden Türk Lirasına çevrilmiştir.

⁷² <https://content.mlex.com/#/content/1724224/>, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

⁷³ Söz konusu karara CADE nezdinde META tarafından itiraz edilmiş, ancak itiraz kabul edilmemiştir. Bkz. <https://content.mlex.com/#/content/1724222/>, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

sağlayıcılarının müşterilere ulaşmasını önemli ölçüde zorlaştırma ve bu suretle ortak pazarda rekabeti önemli ölçüde azaltma riski bulunmaktadır. Bu çerçevede COMESA, META'nın ilgili pazarda hâkim durumda bulunduğu dair makul şüphe bulunduğunu ve söz konusu davranışların hâkim durumun kötüye kullanılması teşkil edebileceğini değerlendirmektedir⁷⁴.

H.5. İlgili Pazara Yönelik Değerlendirmeler

- (69) Önaraştırma kapsamında, ilgili ürün pazarlarına ilişkin değerlendirmeler *WhatsApp* ve META AI'nın sağladığı hizmetler bakımından yapılmıştır. İlk olarak; tüketici iletişim hizmetleri ile (i) sosyal ağ platformları üzerinden sunulan iletişim hizmetleri, (ii) kurumsal iletişim hizmetleri ve (iii) telekom operatörleri tarafından sunulan SMS/MMS ve e-posta gibi geleneksel iletişim hizmetleri arasında ikame ilişkisinin bulunmaması; ayrıca iletişim hizmetlerinin fonksiyonel özellikler, kullanılan cihaz ve işletim sistemine dayalı alt kırımlara ayrılmasına yer olmaması nedenleriyle, *WhatsApp* bakımından ilgili ürün pazarının “tüketici iletişim hizmetleri” olarak tanımlanması gerektiği değerlendirilmiştir.
- (70) İkinci olarak, META AI'nın sağladığı hizmet bakımından değerlendirme yapılmıştır. Bu çerçevede dosya kapsamındaki analizlerin, kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmaksızın; kullanıcıların doğal dil ile yönelttiği sorulara yanıt üretme, metin oluşturma ve özetleme, öneri sunma, çeşitli konularda bilgi sağlama, metin ve sesli komutlar aracılığıyla kullanıcılarla etkileşim kurabilme, içerik üretimi ve yaratıcı öneriler geliştirmenin yanında belirli ölçüde görsel içerik oluşturma ve düzenleme gibi işlevleri yerine getirebilen “*genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanları*” pazarı bakımından yapılabileceği değerlendirilmiştir. İlgili coğrafi pazar ise “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

I. DEĞERLENDİRME

I.1. Hâkim Durum Değerlendirmesi

- (71) Dosya kapsamında *WhatsApp*'ın “tüketici iletişim hizmetleri” pazarındaki konumunun değerlendirilmesi adına hem küresel ölçek hem de Türkiye verileri incelenmiştir. Küresel ölçekte bakıldığında, *Statista* verilerine göre, 2013 yılında 200 milyon aylık aktif kullanıcıya sahip olan *WhatsApp*⁷⁵, 2025 yılının Ekim ayı itibarıyla aylık aktif kullanıcı sayısını 3 milyara çıkarmıştır. *Messenger*'ın ise aylık aktif kullanıcı sayısı aynı tarih itibarıyla 942 milyon olmuştur⁷⁶. Bu bakımdan, *WhatsApp*'ın aylık aktif kullanıcı sayısı, en yakın rakibi *Weixin/WeChat*'in kullanıcı sayısının iki katından fazla olmuştur. *Messenger* ise 942 milyon kullanıcı ile *Telegram*'ın hemen ardında yer almaktadır. Yine *Statista* verilerine göre, *WhatsApp* ve *Messenger*'ın küresel ölçekte 2025 yılı Ağustos ayı itibarıyla aylık indirilme sayısı (*WhatsApp* 35,14 milyon, *Messenger* 17,77 milyon indirilme) en yakın rakibi *Telegram*'ın (28,14 milyon indirilme) yaklaşık 1,9 katı olmuştur. *WhatsApp* özelinde bakıldığında ise hizmetin ilgili dönemde en fazla indirilen

⁷⁴https://comesacompetition.org/wp-content/uploads/2026/02/NOTICE_OF_COMMENCEMENT_OF_INVESTIGATION_WEBSITE.pdf, Erişim Tarihi: 29.04.2026.

⁷⁵ Bkz. <https://www.statista.com/statistics/260819/number-of-monthly-active-whatsapp-users/>, Erişim Tarihi: 12.04.2026.

⁷⁶ Bkz. <https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>, Erişim Tarihi: 12.04.2026.

mesajlaşma uygulaması olduğu ve indirilme sayısının en yakın rakibi *Telegram*'ın 1,25 katı olduğu dikkat çekmektedir⁷⁷.

- (72) Bunlara ek olarak, Digital 2026 Global Overview Report (Digital 2026 Raporu)⁷⁸ kapsamında yapılan anketin sonuçlarına göre⁷⁹, anket katılımcılarının en fazla *Facebook*, *YouTube* ve *Instagram*'ı kullandığını beyan ettiği görülmektedir. Söz konusu uygulamaların hemen ardından %54 kullanım oranıyla *WhatsApp*'ın, onun ardından %38,4 kullanım oranıyla *Messenger*'in geldiği görülmektedir. Dolayısıyla META'nın tüketici iletişim hizmetleri pazarında yer alan iki uygulamasının, geniş bir perspektiften "sosyal medya uygulamaları" arasında dahi ilk 5'te yer aldığı, ayrıca *WhatsApp*'ın en fazla kullanım oranına sahip mesajlaşma uygulaması olduğu anlaşılmaktadır. Anket çalışmasının yanında, sosyal medya uygulamalarının aktif kullanıcı sayılarını gerçek kullanım verisine dayanarak 100 endeks puanı üzerinden sıralayan başka bir çalışmada⁸⁰, *WhatsApp*'ın 86,5 puanla *YouTube*'dan sonra geldiği ve ikinci sırada yer aldığı ortaya koyulmaktadır⁸¹. Ayrıca *WhatsApp*, tüketici iletişim hizmetleri arasında en fazla aktif kullanıcıya sahip uygulama olarak konumlanmaktadır.
- (73) Kullanıcı sayılarının yanında, kullanıcıların hizmette geçirdikleri süre de pazar gücünün ortaya koyulmasında önem arz etmektedir. Digital 2026 Raporu verilerine göre, kullanıcılar sosyal medya ve video uygulamalarından (*TikTok*, *YouTube* ve *Instagram*) sonra en fazla süreyi *WhatsApp* uygulamasında geçirmektedir. Kullanıcılar *WhatsApp*'ta günlük ortalama 59 dakika geçirirken, bunu 53 dakika ile *imo* takip etmektedir. *Messenger* ise günlük 20 dakika kullanılmaktadır⁸². *WhatsApp*'ın, ağırlıklı olarak içerik tüketimine dayalı platformlara yakın bir kullanım süresine sahip olması, söz konusu hizmetin kullanıcı dikkati bakımından önemli bir konuma sahip olduğunu göstermektedir.
- (74) Kamuya açık verilerin yanı sıra dosya kapsamında bilgi istenen tüketici iletişim hizmeti sağlayıcıları tarafından sunulan veriler de *WhatsApp*'ın küreseldeki konumuna ilişkin bir önceki değerlendirmeleri destekler nitelikte olmuştur. Elde edilen verilerden, *WhatsApp*'ın kullanıcı sayılarının rakiplerinin oldukça üstünde olduğu gözlemlenebilmektedir. Nitekim 2026 yılında küresel ölçekte *WhatsApp*'ın AAK sayısının yaklaşık (.....) ve GAK sayısının yaklaşık (.....) seviyelerinde olduğu anlaşılmaktadır. Rakipler incelendiğinde ise en yakın rakip konumunda olan (.....) 2026 yılı itibarıyla yaklaşık (.....) AAK ve yaklaşık (.....) GAK sayısına eriştiği, böylelikle *WhatsApp* ve *Messenger*'dan sonra pazardaki üçüncü oyuncu olduğu görülmektedir. Öte yandan *WhatsApp*, (.....) AAK bakımından (.....) katı, GAK bakımından (.....) katı oranında kullanıcı hacmine erişmiştir. (.....) dışında kalan rakiplerin ise AAK ve GAK sayıları itibarıyla META'ya rekabetçi baskı uygulama kabiliyetinden oldukça uzak olduğu söylenebilecektir.

⁷⁷ <https://www.statista.com/statistics/1263360/most-popular-messenger-apps-worldwide-by-monthly-downloads/>, Erişim Tarihi:20.04.2026.

⁷⁸ Bkz. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-global-overview-report>, Erişim Tarihi:20.04.2026.

⁷⁹ İlgili rapor kapsamında "tüketici iletişim hizmetleri" olarak ele alınan mesajlaşma uygulamaları, herhangi bir kategori baz alınmaksızın en geniş haliyle "sosyal medya platformları" arasında sayılmaktadır.

⁸⁰ Digital 2026 Raporu, s. 414.

⁸¹ Çalışmada, en fazla aktif kullanıcıya sahip uygulama olan *YouTube*'un endeks değeri 100 olarak kabul edilmiş, diğer uygulamaların endeks değerleri ise aktif kullanıcı sayılarının *YouTube*'un aktif kullanıcı sayısına oranlanması suretiyle hesaplanmıştır.

⁸² Digital 2026, s. 414.

- (75) Dosya kapsamında sektördeki oyunculardan elde edilen verilere göre, 2024-2026/2 döneminde kullanıcılar incelenen uygulamalar arasında en fazla süreyi *WhatsApp*'ta geçirmektedir. *WhatsApp*, kullanıcıların en fazla zaman geçirdiği uygulama konumunu incelenen dönemin tamamında ve söz konusu dönemdeki her bir ay itibarıyla korumaktadır. *WhatsApp*'ı sırasıyla (.....), (.....) ve (.....) takip etmektedir. Son olarak, teşebbüslerden elde edilen veriler doğrultusunda, küresel ölçekte *WhatsApp*'ın 2024-2026/2 döneminde AAK bakımından pazar payının %(.....) aralığında, GAK bakımından pazar payının %(.....) aralığında seyrettiği ve bunu yine META'ya ait *Messenger*'ın takip ettiği görülmektedir. 2026 yılı Ocak ayı itibarıyla bakıldığında ise AAK bakımından pazarın %(.....)'(.....); GAK bakımından %(.....)'(.....) *WhatsApp* aracılığıyla META'nın hâkimiyetinde bulunduğu görülmektedir. *Messenger*'ın dâhil edilmesiyle ise META'nın AAK bakımından pazar payı %(.....)'(.....), GAK bakımından pazar payı %(.....) çıkmaktadır.
- (76) Türkiye pazarı bakımından da *WhatsApp* en sık kullanılan tüketici iletişim hizmetleri arasında yer almaktadır. Nitekim Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması'na⁸³ göre 2025 yılında bireylerin en fazla kullandıkları sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları %88,6 ile *WhatsApp*, %72,9 ile *YouTube* ve %68,1 ile *Instagram* olmuştur.
- (77) Dijital 2026 Türkiye raporunda⁸⁴ yer alan benzer bir çalışmanın sonuçlarına göre, Ekim 2025 itibarıyla *Instagram* %89,5 ile ilk sırada yer alırken, *WhatsApp* %88,9 ile ikinci sırada, *Telegram* %53,9 ile altıncı sırada, *Messenger* ise %41 ile sekizinci sırada bulunmaktadır.
- (78) Türkiye Oyun Sektör Raporlarına (2022-2023-2024-2025 yılı raporları)⁸⁵ göre *WhatsApp* 2022 yılından itibaren rakiplerine kıyasla daha yüksek indirme sayılarına ulaşmıştır. Bu kapsamda, *WhatsApp*'ın 2022 yılında 15 milyon, 2023 yılında 20 milyon, 2024 ve 2025 yıllarında ise sırasıyla 15 milyon ve 7,5 milyon kez indirildiği görülmektedir. Buna karşılık, başlıca rakipleri olan *Telegram* ve *Snapchat*'in indirme sayılarının ilgili dönemde genel olarak 10 milyon seviyesinde seyrettiği ve 2025 yılı itibarıyla 7 milyon seviyesine gerilediği anlaşılmaktadır⁸⁶. Bu çerçevede, *WhatsApp*'ın incelenen dönem boyunca en fazla indirilen uygulama olduğu ve özellikle 2022 yılında en yakın rakiplerine kıyasla yaklaşık iki kat daha fazla indirildiği anlaşılmaktadır. Bunun yanında, Türkiye'de sosyal medya uygulamalarının aktif kullanıcı sayılarını gerçek kullanım verisine dayanarak 100 endeks puanı üzerinden sıralayan Dijital 2026 Türkiye raporunda⁸⁷, 2025 yılının Ağustos ayında *WhatsApp*'ın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Anılan rapora göre *WhatsApp* sosyal medya uygulamaları gibi tüketici iletişim hizmetlerinden daha geniş bir pazarda ele alındığında dahi 100 endeks puanıyla en fazla aktif kullanıcıya sahip uygulama olmuştur. *WhatsApp*, tüketici iletişim hizmetleri pazarındaki en yakın rakibi *Telegram*'dan %33 oranında daha fazla kullanıcıya erişirken *Snapchat*'in yaklaşık 4 katı kadar kullanıcıya sahip olmuştur. Yine Dijital 2026 Türkiye Raporu incelendiğinde *WhatsApp*'ta günlük ortalama kullanım

⁸³ Bkz. <https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/53925> Erişim Tarihi: 16.04.2026.

⁸⁴ Bkz. <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/h3ubY.pdf> Erişim Tarihi: 16.04.2026.

⁸⁵ Bkz. <https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr/turkiye-oyun-sektoru-raporlari/>, Erişim Tarihi: 20.04.2026.

⁸⁶ İlgili raporda Türkiye'de en fazla indirilen mobil uygulamalar listelenmiş, ancak dosya kapsamında bu uygulamalar içerisinde "tüketici iletişim hizmetleri" pazarına dâhil olanlar seçilmiştir. Ek olarak, ilgili veriler öngörü ve ortalama rakamları yansıtmaktadır.

⁸⁷ Dijital 2026 Türkiye, s. 82.

süresinin, içerik tüketimine dayalı platformlar olarak değerlendirilebilecek *Instagram*, *YouTube* ve *TikTok*'un hemen ardından geldiği görülmektedir. Bu kapsamda, *WhatsApp*'ta kullanıcıların günlük ortalama 49 dakika vakit geçirdiği; *Telegram*'da 22 dakika, *imo*'da 14 dakika, *Snapchat*'te 6 dakika ve *Messenger*'da ise 5 dakika süre geçirdiği anlaşılmaktadır⁸⁸. *WhatsApp*'ta geçirilen sürenin *Telegram*'a kıyasla yaklaşık iki kat, *imo*'ya kıyasla yaklaşık 3,5 kat, *Snapchat*'e kıyasla yaklaşık sekiz kat fazla olduğu anlaşılmaktadır.

- (79) Söz konusu kamuya açık veriler; *WhatsApp*'ın tüketici iletişim hizmetleri pazarındaki güçlü konumuna bir gösterge niteliğindedir. Ancak *WhatsApp*'ın Türkiye pazarındaki konumunun daha açık bir biçimde ortaya konulabilmesi amacıyla pazardaki oyuncuların GAK ve AAK sayıları da incelenmiştir. Elde edilen verilerden, *WhatsApp*'ın kullanıcı sayılarının küreseldeki görünümüne paralel şekilde rakiplerinin oldukça üstünde olduğu gözlemlenebilmektedir. 2026 yılında *WhatsApp*'ın AAK sayısının toplamının yaklaşık (.....) ve GAK sayısının toplamının yaklaşık (.....) seviyelerinde olduğu anlaşılmaktadır. Rakipler incelendiğinde ise en yakın rakip konumunda olan (.....) 2026 yılı itibarıyla (.....) AAK ve (.....) GAK sayısına eriştiği, böylelikle AAK bakımından *WhatsApp* ve *Messenger*'dan sonra pazardaki üçüncü oyuncu olduğu; GAK bakımından ise *WhatsApp*'tan sonraki ikinci oyuncu olduğu görülmektedir. Öte yandan, *WhatsApp* (.....) AAK bakımından (.....) katı, GAK bakımından (.....) katı oranında kullanıcı hacmine erişmiştir. (.....) dışında kalan rakiplerin ise yine küreselde olduğu gibi Türkiye'de de AAK ve GAK sayıları itibarıyla META'ya rekabetçi baskı uygulama kabiliyetinden oldukça uzak kaldığı söylenebilecektir. Bunlara ek olarak, dosya kapsamında; META, (.....) ve (.....) elde edilen veriler ışığında, 2024-2026/2 döneminde Türkiye'de GAK başına ilgili hizmette harcanan ortalama günlük süreler incelenmiştir. Buna göre kullanıcılar incelenen uygulamalar arasında en fazla süreyi *WhatsApp*'ta geçirmektedir. *WhatsApp*, (.....) dakikanın üzerinde ((.....) dakika aralığında) kullanım süresiyle kullanıcıların en fazla zaman geçirdiği uygulama konumunu, veri sağlayabildiği dönem bakımından korumaktadır. *WhatsApp*'ı dalgali bir grafiğe sahip olsa da (.....) ((.....) dakika aralığında) yakından takip etmekte, (.....) ardından ise daha durağan bir grafik sergileyen (.....) ((.....) dakika aralığında) ve (.....) ((.....) dakika aralığında) gelmektedir. *WhatsApp*'ın Türkiye'deki konumunu ortaya koyması açısından son olarak, teşebbüslerin, 2024 ilâ 2026 yıllarındaki ortalama kullanıcı sayıları ile en güncel veriler uyarınca tüketici iletişim hizmetlerinde sahip oldukları pazar payları incelenmiştir. Buna göre; *WhatsApp*'ın incelenen dönemlerde AAK bakımından pazar payının %(.....)-(.....) aralığında, GAK bakımından pazar payının %(.....)-(.....) aralığında seyrettiği ve bunu AAK bakımından META'ya ait *Messenger*'ın, GAK bakımından ise (.....) takip ettiği görülmektedir. Ayrıca 2026 yılı Ocak ayı itibarıyla AAK bakımından pazarın %(.....), GAK bakımından %(.....) *WhatsApp* aracılığıyla META'nın hâkimiyetinde bulunduğu anlaşılmaktadır.
- (80) Teşebbüsün ve rakiplerinin pazardaki konumu hâkim durum değerlendirmesi bakımından önemli bir gösterge olmakla birlikte bu göstergenin pazara giriş engelleri ve alıcı gücü ile birlikte ele alınması gerekmektedir. Bu noktada ağ etkileri, geçiş maliyetleri ve ölçek ve kapsam ekonomileri pazara giriş engelleri bakımından önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmakta; bu unsurlar aynı zamanda hâlihazırda pazarda yerleşik olan teşebbüsler bakımından pazar konumunu güçlendiren bir görünüm sergilemektedir.

⁸⁸ Dijital 2026 Türkiye, s. 86.

- (81) Şebeke dışsallıkları, platform ekonomilerinin yapı taşını oluşturmakta ve hizmet sunumunda ekonomik etkinliğin sağlanması adına pazarda belirli bir operasyonel ölçeğe ulaşılmasını zorunlu kılmaktadır. Sistemin “kurulu tabanı” (*installed base*) olarak tanımlanan bu büyüklük; ağ etkilerinin çıktıları ve ağın toplam değerini belirleyen temel göstergelerden biridir. Kurulu taban kapasitesi; ilgili teknolojik ürün veya hizmetin güncel kullanıcı hacmi ile kullanıcıların alternatif platformlara geçiş maliyetleri (*switching costs*) ve imkânları doğrultusunda analiz edilmektedir. Şebeke dışsallıklarının tüketici iletişim hizmetleri bakımından görünümü ise şu şekilde açıklanabilecektir. Bir kullanıcının bir tüketici iletişim hizmetine kaydolması (*WhatsApp* gibi) ve bahse konu hizmeti kullanması için o hizmeti kullanan ve iletişim kuracağı yeterli sayıda bireysel kullanıcının iletişim hizmetinin ağında bulunması gerekmektedir. Bu durumda pazara yeni girmek veya pazarda büyümek isteyen bir tüketici iletişim hizmeti sağlayıcısının giriş maliyetleri giriş engeli yaratacak kadar yüksek olmasa dahi ilgili hizmetin, kullanıcıların gözünde cazip hale gelmesi ya da kullanıcılar tarafından hâlihazırda kullanılan hizmete alternatif teşkil edebilmesi için ilgili kullanıcının çevresindeki belirli sayıdaki kişinin de o hizmeti kullanıyor olması gerekmektedir. Bu durum ise potansiyel oyuncular bakımından, pazara girişi zorlaştıran bir unsur haline gelmektedir. Ayrıca, belli bir ölçeğe ulaştıktan sonra, platforma yeni bir üyenin eklenmesinin platforma maliyeti yok denecek kadar azdır. Bu husus da yine pazarda yerleşik teşebbüslerin kullanıcı tabanlarını kolayca genişletmelerine, pazara giriş yapacak yeni teşebbüslerin kullanıcı tabanı elde etmede zorlanmalarına ve dolayısıyla bu teşebbüsler için bir pazara giriş engeli yaratılmasına neden olmaktadır⁸⁹.
- (82) Yukarıda kullanıcı sayılarına ilişkin yer verilen bilgilerden görüldüğü üzere *WhatsApp* küresel olarak 3 milyar aylık aktif kullanıcı sayısı ile en yakın rakibi *Weixin/WeChat*’in 2 katından fazla kullanıcıya sahiptir. Öneri döneminde bilgi talep edilen teşebbüslerden elde edilen bilgilere göre, *WhatsApp*’ın en yakın rakibi (.....) yaklaşık (.....) katı AAK’ya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bu fark GAK sayısı bazında daha da açılmaktadır. Zira *WhatsApp* en yakın rakibinin yaklaşık(.....) katı GAK sayısına sahiptir. Türkiye bakımından, *WhatsApp* (.....) fazla kullanıcıya sahipken en yakın rakibi (.....) ise (.....) kullanıcıya ulaşamamıştır. Ek olarak, *WhatsApp*’ın yaklaşık (.....) günlük kullanıcısı mevcut iken en yakın rakibi (.....) günlük kullanıcı sayısının (.....) dahi ulaşamaması dikkat çekmektedir.
- (83) Ele alınan tüm veriler ve yapılan değerlendirmeler birlikte dikkate alındığında, tüketici iletişim hizmetleri pazarında belirgin şekilde gözlemlenen şebeke dışsallıkları, kullanıcı sayısı yüksek olan platformların daha fazla kullanıcı çekmesini sağlayarak pazarın yoğunlaşmasına yol açmaktadır. Nitekim Kurulun *Facebook/WhatsApp* kararında Çevrim İçi Reklamcılık Sektör İncelemesi kapsamında gerçekleştirilen anket çalışmasına atıf yapılmış ve kullanıcıların çevrim içi iletişim uygulamalarını tercih etme nedenleri arasında, %40,1 oranı ile yakın çevrenin kullanması, %16 oranı ile kullanım kolaylığı ve %16,5 oranı ile herkes tarafından tercih edilmesi gibi hususların etkili olduğu belirtilmiştir. Söz konusu kullanım tercihleri hizmet bazında özelleştirildiğinde ise; *WhatsApp* kullanıcılarının %55,6’sının, ilgili hizmeti kullanma nedeninin “yakın çevrenin kullanması” olarak belirttiği ifade edilmiştir. Bu çerçevede, *WhatsApp*’ın sahip olduğu geniş kullanıcı tabanının, hem mevcut kullanıcıların platformda kalmasını teşvik ettiği hem de yeni kullanıcıların katılımını artırdığı; dolayısıyla söz konusu hizmetin ilgili pazardaki güçlü konumunu pekiştirdiği ve sürdürülebilir kıldığı değerlendirilmektedir.

⁸⁹ Kurulun *Facebook/Whatsapp* kararı, para. 346.

- (84) Bu noktada kullanıcı alışkanlıklarına değinilmesi yerinde olacaktır. Zira teorik olarak kullanıcıların alternatif iletişim kanallarına geçme imkânı bulunmaktadır. Ancak bireylerin sosyal çevresinin belirli bir platformda yoğunlaşması, mesajlaşma uygulamaları arasında birlikte işlerliğin olmaması, mesajlaşma geçmişinin taşınamaması ve kullanıcı alışkanlıkları gibi unsurlar bireyler bakımından fiili geçiş engelleri yaratmaktadır. Bu durum kullanıcıların mevcut hizmet sağlayıcılarını değiştirmeye dirençli olmasına neden olmakta ve kilitlenme etkisi (*lock-in*) doğurmaktadır. Bu sonuç ise kullanıcılar tarafından yoğun şekilde tercih edilen iletişim kanalının rakiplere kıyasla rekabette avantajlı konuma gelmesine, rakiplerin ise kullanıcı çekmekte zorlanmasına neden olmaktadır.
- (85) İlgili pazarın özelliklerinden kaynaklanan giriş engellerinin yanı sıra teşebbüsten kaynaklanan giriş engellerinden biri olan “veri gücü” de bu aşamada ele alınması gereken önemli parametrelerden biridir. 2009’da faaliyete başlamış olan ve 2014’ten beri META çatısı altında kullanıcılara hizmet veren *WhatsApp*’ın kullanıcı sayısı, yukarıda detaylıca yer verildiği üzere, rakiplerinden oldukça fazladır. Bu durumda META’nın *WhatsApp* üzerinden uzun bir döneme yayılan çok sayıda kullanıcı verisini içeren oldukça geniş olan bir veri setine sahip olduğu söylenebilecektir. Söz konusu veri seti; kullanıcıların ilgili hizmete kaydolurken sundukları telefon numarası, isim, cihaz bilgisi gibi verilerin yanı sıra, uygulamayı kullanmak suretiyle üretilmesine vesile oldukları, uygulama kullanım sıklığı, kullanım süresi, kullanılan zaman dilimi gibi faaliyet verilerini içermektedir⁹⁰. Ayrıca bu veri setleri kullanıcıların etkileşim biçimleri (sesli mesajlar, görüntülü mesajlar, metin mesajları), dil tercihleri ve kullanım alışkanlıkları gibi unsurlar da içermekte; teşebbüse bu hususlar bakımından önemli analiz yapabilme yeteneği kazandırmaktadır. Dolayısıyla teşebbüsün elinde bulunan veri setinin, *WhatsApp*’ın kullanıcı tercihlerine daha uygun bir şekilde tasarlanması bakımından kritik nitelikte olduğu ve rakip hizmetlerin önüne geçirdiği değerlendirilmektedir.
- (86) Ele alınması gereken son husus ise alıcı gücüne ilişkindir. Bir teşebbüsün, müşterilerinin alternatif temin kaynakları hakkında yeterince bilgili olması ve makul bir süre içerisinde başka bir sağlayıcıya geçmek ya da kendi arzını yaratmak imkânına sahip olması durumunda ilgili teşebbüsün alıcı gücüne sahip olduğu ifade edilebilecektir. Ancak, META tarafından sunulan iletişim hizmeti dağınık ve organize hareket etme imkânından yoksun bir kullanıcı grubuna yöneliktir. Zira *WhatsApp*’tan büyük alıcılardan oluşan bir kullanıcı grubundan ziyade bireysel kullanıcılar yararlanmaktadır. Dolayısıyla bireysel kullanıcıların META ile pazarlık yaparak hizmetin sunum şeklinde ve şartlarında değişiklik yaptırmaları mümkün değildir. Bu nedenle, tüketici iletişim hizmetleri bakımından alıcı gücünün bulunmadığı değerlendirilmektedir.
- (87) Nihai olarak META’nın sahip olduğu büyük ölçekli kullanıcı tabanı, teşebbüs lehine işleyen güçlü şebeke dışsalılıklarının varlığı, veri avantajı dikkate alındığında teşebbüsün ilgili ürün pazarında rakiplerinden, müşterilerinden ve nihai kullanıcılarından bağımsız davranabilme imkânı sağlayan bir pazar gücüne sahip olduğu ve bu çerçevede *WhatsApp* aracılığıyla tüketici iletişim hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

⁹⁰ Kurulun Facebook/Whatsapp kararı, para. 373.

I.2 META'nın Dosya Konusu Eylemleri

I.2.1. META'nın Eylemlerine İlişkin Kronolojik Süreç

Genel Amaçlı Üretken Yapay Zekâ Sohbet Robotları/Asistanlarının WhatsApp Üzerinden Faaliyet Gösterebilmesini Sağlayan WABAPI'nin Kullanıma Sunulması

- (88) META, İşletme Koşulları belgesinde, genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanları pazarında faaliyet gösteren teşebbüslere yönelik sözleşme koşullarında değişikliğe gitmiştir. Söz konusu değişiklik ile bu teşebbüslerin, yapay zekâ hizmetlerini birincil işlev olarak sundukları durumlarda, ilgili hizmetleri *WhatsApp* üzerinden son kullanıcılarına sunmaları yasaklanmıştır.
- (89) Daha önce belirtildiği üzere META, işletmelere *WhatsApp*'ta müşteriler ile iletişimi kolaylaştırmaya ve geliştirmeye yönelik çeşitli araçlar sunmaktadır. Bu araçlar arasında, işletmelerin kullanıcılarla mesajlaşma altyapısı üzerinden etkileşim kurmasına imkân tanıyan WABAPI de yer almaktadır. İnceleme konusu davranışın, söz konusu API'nin kullanım koşullarını düzenleyen İşletme Koşulları'nda yapılan değişiklikler yoluyla hayata geçirilmiş olması nedeniyle ilk olarak anılan API'ye ilişkin bilgi verilmesi yerinde olacaktır.
- (90) WABAPI, işletmelerin *WhatsApp* mesajları aracılığıyla kullanıcılara müşteri desteği sunmasına ve pazarlama içerikleri iletilmesine imkân tanımak amacıyla 01.08.2018 tarihinde kullanıma sunulmuştur. İşletmeler söz konusu API'ye doğrudan entegrasyon yoluyla veya META tarafından yetkilendirilmiş üçüncü taraf "İşletme Çözüm Sağlayıcıları" aracılığıyla erişebilmektedir. Bu kapsamda işletmelerin ilk olarak bir META İşletme Yöneticisi hesabı (*Meta Business Manager Account*) oluşturmaları ve işletme adı, internet sitesi, adres ve telefon numarası gibi işletmeye ilişkin bilgileri sağlamaları gerekmektedir. Akabinde söz konusu hesapların META tarafından doğrulanması gerekmektedir. Bu doğrulama süreci kapsamında META; teşebbüsün işletme lisansının veya vergi levhasının, adres doğrulaması için fatura belgelerinin ve teşebbüsün alan adıyla eşleşmesi gereken bir e-posta adresinin sunulmasını talep etmektedir. Meta İşletme Yöneticisi hesabının doğrulanmasını takiben ise işletmeler, *WhatsApp* İşletme Hesabı oluşturmaktadır. Bu aşamada teşebbüs; görünen işletme adını eklemekte, WABAPI'ye bağlanacak olan telefon numarasını seçerek kayıt ettirmekte ve bu numara teşebbüsün resmi WABAPI numarası hâline gelmektedir. Böylelikle API erişimi elde edilmektedir.
- (91) WABAPI, işletmelerin müşteri desteği ve pazarlama mesajlarını büyük ölçekte göndermelerine ve etkileşimleri otomatikleştirmelerine olanak tanıyan ve işletmelerde kurulu bir çözüm olarak kullanıma sunulmuştur. Bu çerçevede, 2018 yılında piyasaya sürüldüğünde, işletmeler tarafından kendi sunucularında barındırılmış veya üçüncü taraf "İşletme Çözüm Sağlayıcıları" aracılığıyla yönetilmiştir. Ancak META, Mayıs 2022'de WABAPI'yi bulut tabanlı bir Cloud API altyapısına taşımıştır. Bu kapsamda META, işletmede kurulu API desteğini sonlandırmış ve işletmelerin WABAPI'ye doğrudan META'nın altyapısı üzerinden erişmesini mümkün hâle getirmiştir. Türkiye bakımından Cloud API'ye geçiş ise, diğer coğrafi pazarlara kıyasla daha geç olacak şekilde, Mayıs 2024 itibarıyla gerçekleştirilmiştir.
- (92) META tarafından WABAPI'nin esasında *WhatsApp*'tan gelir elde etmek amacıyla piyasaya sürüldüğü belirtilmektedir. Zira mevcut durumda işletmeler, WABAPI tarafından sunulan dört mesaj kategorisi aracılığıyla aşağıda belirtilen hizmetleri

gerçekleştirebilmektedir. Söz konusu dört mesaj kategorisinin üçü için META tarafından işletmelerden ücret tahsil edilmektedir.

- **Pazarlama:** Pazarlama mesajları; işletmelerin farkındalık oluşturma, satışlarını artırma ve müşterileri yeniden hedefleme gibi çeşitli amaçlarla müşterileri ile iletişim kurmasına imkân tanımaktadır. Bu mesajlar, önceden hazırlanmış şablonlara dayanmakta olup teklifler ve promosyonlar, ilgili ürün önerileri ile tamamlanmamış sepetlere ilişkin hatırlatmalar gibi içerikleri kapsayabilmektedir.
- **Bilgilendirme:** Bu mesajlar tanıtım amacı taşımamakta olup kullanıcıya özgü nitelik taşımakta, kullanıcı tarafından talep edilen paket teslimatına ilişkin güncellemeler ile kullanıcı açısından önem arz eden işlem ve güvenlik uyarıları (örneğin kasırga uyarısı) gibi bilgilendirmeleri içermektedir. Söz konusu mesajlar da önceden hazırlanmış şablonlara dayanmaktadır.
- **Kimlik Doğrulama:** Kimlik doğrulama mesajları, önceden hazırlanmış şablonlara dayanmakta olup işletmelerin kimlik doğrulama amacıyla tek kullanımlık şifreler iletmesine imkân tanımaktadır.
- **Hizmet:** Hizmet mesajları, işletmelerin müşteri taleplerini karşılmasına yönelik olarak iletişim kurulmasını sağlamaktadır. Diğer mesaj kategorilerinden farklı olarak bu mesajlar önceden tanımlanmış şablonlara dayanmamakta, müşteri taleplerinin niteliğine bağlı olarak değişkenlik gösterebilmesi nedeniyle çoğunlukla serbest metin yanıtları içermektedir. Ayrıca bu türdeki mesajlar kullanıcının işletmeye mesaj göndermesi ile başlamakta ve işletmelerin ücretsiz olarak yanıt verebildiği yirmi dört saatlik bir iletişim penceresi oluşturmaktadır. Söz konusu süre, kullanıcının her yeni mesajıyla yeniden başlamaktadır.

- (93) META, işletmelerden pazarlama, bilgilendirme ve kimlik doğrulama mesajları bakımından ücret almakta; hizmet mesajları bakımından ise ücretlendirme uygulamamaktadır. (.....)
- (94) WABAPI'ye ilişkin fiyatlandırma sistemi, ülke bazında belirlenen tarifeler çerçevesinde küresel ölçekte uygulanmaktadır. Söz konusu fiyat tarifi de 01.07.2025 itibarıyla, gönderilen mesajın kategorisine (kimlik doğrulama, bilgilendirme ve pazarlama) göre değişen mesaj başına ücretlendirme esasına dayanmaktadır. Bu kapsamda; Türkiye'de bilgilendirme, pazarlama ve kimlik doğrulama mesajları için sırasıyla 0,0009 ABD Doları (yaklaşık 4 kuruş), 0,0109 ABD Doları (yaklaşık 50 kuruş) ve 0,0009 ABD Doları (yaklaşık 4 kuruş) tutarında ücret uygulanmaktadır⁹¹.
- (95) Öte yandan, hizmet mesajlarına mevcut durumda ücret uygulanmamakla birlikte, META'nın bu kategori için ücretlendirme stratejisinin zaman içinde değişim gösterdiği belirtilmelidir. Bu kapsamda, 2018 yılından 2022 yılına kadar müşteri destek mesajları olarak tanımlanan hizmet mesajları, başlangıçta kullanıcıların anlık destek taleplerine yanıt verebilmelerini sağlamak adına pazarlama ve bilgilendirme mesajlarının doğal bir uzantısı olarak kabul edilmiş ve ücretlendirmeye tabi tutulmamıştır. Ancak META,

⁹¹ Bununla birlikte, mesaj hacimleri kademeli fiyatlandırmaya tabi olup kullanım arttıkça birim maliyet azalmaktadır. Örneğin, Türkiye bakımından kimlik doğrulama mesajları ilk 2.000.000 mesaj için 0,0009 ABD Doları (yaklaşık 4 kuruş), 2.000.000-10.000.000 aralığındaki mesajlar için ise 0,0008 ABD Doları (yaklaşık 3,6 kuruş) üzerinden ücretlendirilmektedir. Detay için bkz. [https://business.whatsapp.com/products/platform-pricing?country=Turkey¤cy=Dollar%20\(USD\)&category=Service](https://business.whatsapp.com/products/platform-pricing?country=Turkey¤cy=Dollar%20(USD)&category=Service), Erişim Tarihi: 28.04.2026.

Şubat 2022 itibarıyla WABAPI’de mesaj bazlı fiyatlandırmadan sohbet bazlı fiyatlandırmaya geçmiş ve hem işletme hem de kullanıcı tarafından başlatılan sohbetler için ücret tahsil etmeye başlamıştır. Kasım 2024’te ise META, daha fazla işletmenin kullanıcı tarafından başlatılan sorguları yanıtlamada WABAPI kullanmasını teşvik etmek ve WhatsApp üzerindeki işletme-müşteri etkileşimini artırmak amacıyla hizmet mesajlarını yeniden ücretsiz hâle getirmiştir.

Üçüncü Taraf Genel Amaçlı Üretken Yapay Zekâ Sohbet Robotları/Asistanlarının WhatsApp Üzerinde Faaliyet Göstermeye Başlaması

- (96) Yukarıda da belirtildiği üzere, işletmeler WABAPI’ye kayıt sürecini tamamladıktan sonra söz konusu altyapı aracılığıyla kullanıcılarına pazarlama, bilgilendirme, kimlik doğrulama ve hizmet olmak üzere dört kategori bakımından mesaj gönderebilmektedir. Pazarlama, bilgilendirme ve kimlik doğrulama mesajları için işletmelerden ücret tahsil edilirken, hizmet kategorisi bakımından (Şubat 2022-Kasım 2024 arasında ücretlendirmeye tabi tutulsa da) mevcut durumda herhangi bir ücretlendirme uygulanmamaktadır. Bu çerçevede, İşletme Koşulları’nda gerçekleştirilen değişiklikten önce *WhatsApp* üzerinde faaliyet gösteren genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanları da kullanıcıları ile hizmet mesajları kapsamında etkileşim kurmaktaydı. Söz konusu teşebbüsler bu iletişim kanalı üzerinden kullanıcıların ilettiği mesajlara anlık ve serbest metin yanıtları vererek sohbet temelli hizmetlerini sunmaktaydı.
- (97) Öneri sürecinde üçüncü taraf genel amaçlı yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarının bazıları tarafından META’nın başlangıçta *WhatsApp* entegrasyonuna yönelik kolaylaştırıcı ve destekleyici bir yaklaşım benimsediği ifade edilmiştir. Zira META’nın kamuya açık beyanlarında da genel amaçlı yapay zekâ sohbet robotları/asistanları aracılığıyla yürütülen konuşmaya dayalı mesajlaşma modelinin, *WhatsApp* üzerindeki iletişimin ve sunulan hizmetlerin geleceği olarak konumlandırıldığı anlaşılmaktadır. Nitekim META tarafından 29.09.2023 tarihinde yayımlanan “*Enabling developers to create innovative AIs on Messenger and WhatsApp (Geliştiricilerin Messenger ve WhatsApp Üzerinde Yenilikçi Yapay Zekâlar Oluşturmasının Teşvik Edilmesi)*” başlıklı belgede, yapay zekâ temelli bir sohbet robotu ile gerçekleştirilen mesajlaşmayı simüle eden bir görsele yer verildiği ve “*Her geliştiricinin başlangıç yapabilmesini kolaylaştırıyoruz; bu nedenle geliştirici kayıt ve uyum sürecini basitleştiriyor ve mesajlaşma uygulamalarımız içinde yeni konuşmaya dayalı deneyimler geliştirilmesini mümkün kılan yapay zekâlar için API’lerimize erişim sağlıyoruz*” ifadelerinde bulunulduğu görülmektedir⁹².
- (98) Buna ilave olarak META, İşletme Koşulları belgesinde değişiklik yapmadan önce, genel amaçlı yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarının *WhatsApp* üzerinden kullanıcılarla etkileşim kurmasına yönelik teknik destek de dâhil olmak üzere çeşitli imkânlar sağlamıştır. Bu kapsamda, (.....) tarafından iletilen cevabi yazı ve eklerinde yer alan yazışmalar incelendiğinde; (.....)’nın WABAPI entegrasyon süreçlerinde META ile doğrudan iletişime geçtiği, (.....) görülmüştür. Anılan yazışmalarda, (.....) anlaşılmaktadır. Ayrıca, ilgili işletme hesaplarının sistem üzerinde aktif hâle getirilmesine yönelik işlemlerin gerçekleştirildiği (.....) görülmektedir. Bunun yanında, entegrasyon sürecinde ortaya çıkan teknik sorunlar (.....) bakımından META ile iletişim

⁹² Bkz. <https://developers.facebook.com/blog/post/2023/09/29/innovative-ais-on-messenger-and-whatsapp/>, Erişim Tarihi: 28.04.2026

kurulduğu ve bu sorunların giderilmesine yönelik teknik destek sağlandığı anlaşılmaktadır.

- (99) META'nın bu yaklaşımının bir sonucu olarak, üçüncü taraf genel amaçlı yapay zekâ sohbet robotları/asistanları WABAPI'ye kaydolarak işletme hesapları açmış ve bu altyapı üzerinden kullanıcılarına hizmet sunmaya başlamıştır. İnceleme sürecinde, İspanya menşeli LUZIA'nın *WhatsApp*'ta hesap açarak faaliyet gösteren ilk teşebbüs olduğu anlaşılmıştır. LUZIA, lansmanından itibaren dağıtım stratejisini mesajlaşma uygulamaları üzerinden belirlemiş ve öncelikle *WhatsApp* ile *Telegram* kanallarına odaklanmış, akabinde kendi mobil uygulamasını ve internet sitesini geliştirmiştir⁹³. *WhatsApp*'ta hesap oluşturan son teşebbüslerden biri olan INTERACTION'a ait POKE da faaliyetlerini mesajlaşma uygulamaları üzerine kurmuş olup *iMessage*, *Telegram* ve *WhatsApp*'ta (otoritelerin müdahale ettiği sınırlı bölgelerde) yer almaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların POKE'u bir mobil uygulama veya internet sitesi aracılığıyla kullanması mümkün değildir. Bu çerçevede; CHATGPT, COPILOT ve PERPLEXITY gibi daha büyük ölçekli ve bilinen yapay zekâ hizmetlerinin yanında, azımsanmayacak sayıda küçük ölçekli teşebbüsün de hesap oluşturarak *WhatsApp* üzerinden faaliyet göstermeye başladığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, en azından 2023 yılından itibaren kayda değer bir süre boyunca çeşitli teşebbüslerin *WhatsApp* platformunu son kullanıcılara ulaştırmak için kullandığı görülmektedir.
- (100) Yukarıda yer alan hususlara ilave olarak, META'nın yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden faaliyet göstermesine yalnızca teknik destek sağlamakla kalmadığı, aynı zamanda bu faaliyetleri teşvik edici nitelikte değerlendirmelerde bulunduğu da anlaşılmaktadır. Nitekim (.....) tarafından gönderilen cevabi yazının ekinde bulunan ve META çalışanı tarafından (.....) hesabını aktif etmesinden sonra, (.....), iletilen e-postada "(.....)" ifadelerine yer verildiği görülmektedir.

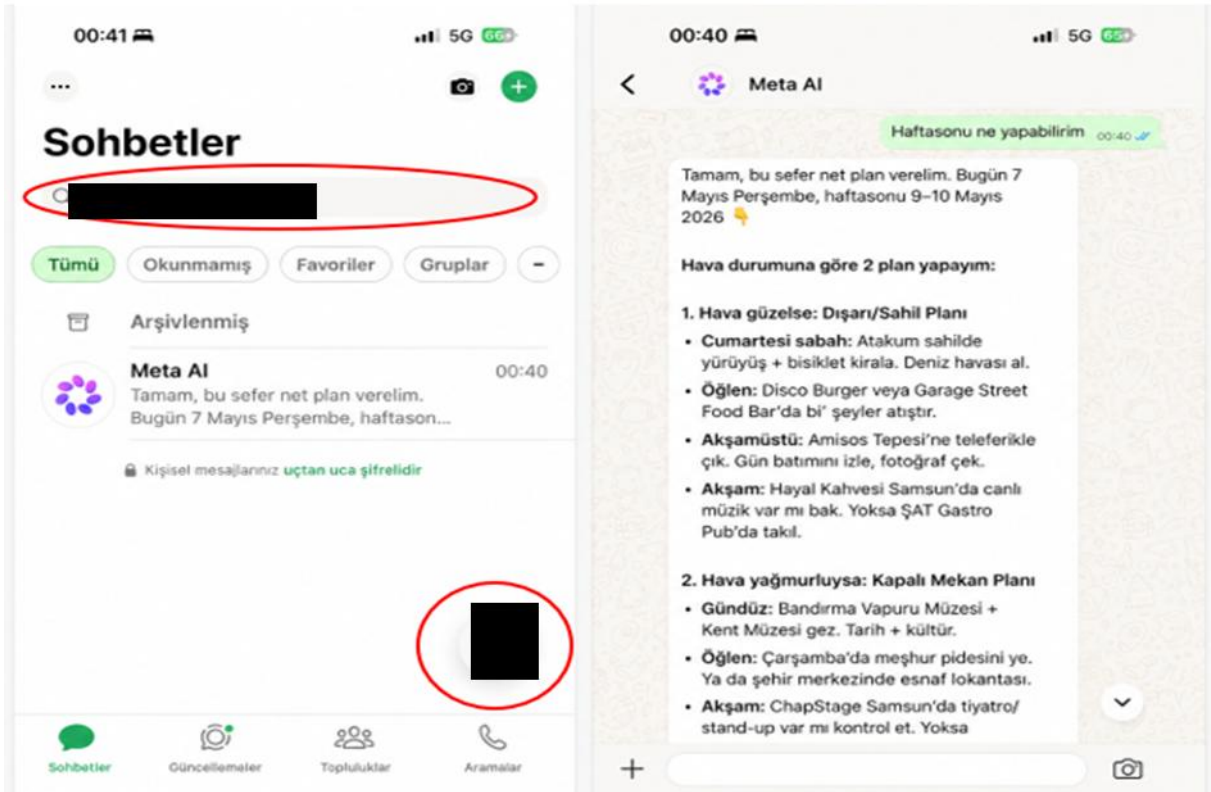
META'nın META AI Ürünü Sunması ve WhatsApp ile Entegre Etmesi

- (101) META, META AI adlı ürününü ilk olarak Eylül 2023'te ABD'de META'ya ait diğer hizmetlere entegre biçimde sunmaya başlamıştır. İzleyen dönemde erişim kanallarını genişletmiş, Nisan 2025 itibarıyla META AI'yı diğer META uygulamalarından bağımsız bir internet sitesi ve yerel mobil uygulama üzerinden de erişilebilir hale getirmiştir.
- (102) AB açısından bakıldığında, AGCM'nin kararında yer alan bilgilere göre, META AI'nın AB'deki lansmanının 2025 yılının Mart ayı itibarıyla gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede 2025 yılının Mart ayından itibaren META AI, *WhatsApp* ile entegre biçimde sunulmaktadır. Türkiye bakımından ise META AI'nın Ekim 2025'ten itibaren *WhatsApp* ile entegre olarak kullanıma sunulduğu, aynı dönemde internet sitesinin de erişime açıldığı, yerel mobil uygulamanın ise Aralık 2025'te kullanıma sunulduğu belirtilmektedir. Türkiye'deki kullanıcılar bakımından 30.10.2025 tarihinde Türkçe dil desteği sağlanmaya başlanılmıştır⁹⁴. Dolayısıyla META AI'nın piyasaya sürülmesi ilk olarak ABD'de Eylül 2023'te gerçekleşmiş olsa da ürünün coğrafi kapsamının genişlemesi ve dağıtım kanallarının çeşitlenmesi esas olarak 2025 yılı itibarıyla gerçekleşmiştir. Aşağıdaki şekilde, META AI'nın *WhatsApp* içerisindeki konumuna tekrar yer verilmektedir.

⁹³ AGCM (2025), *META AI*.

⁹⁴ Bkz. <https://webrazzi.com/2025/10/30/meta-duyurdu-bugunden-itibaren-yapay-zekâ-asistani-meta-ai-turkiye-deki-kullanıcılara-acılacak/>, Erişim Tarihi: 27.04.2026.

Şekil 7: META AI Ürününün WhatsApp Mobil Uygulamasındaki Görünümü



Kaynak: Dosya kapsamında alınan ekran görüntüleri

- (103) META, *WhatsApp* uygulamasına mavi renkli daire şeklinde bir simge eklemek suretiyle META AI hizmetini doğrudan uygulama arayüzüne yerleştirmiştir. Bu çerçevede, kullanıcıların ayrıca herhangi bir kurulum veya indirme işlemi gerçekleştirmesine gerek olmaksızın söz konusu hizmete kolayca erişiminin mümkün kılındığı, *WhatsApp*'ın açılmasıyla birlikte META AI'ya yüksek görünürlük düzeyi ve erişim kolaylığıyla ulaşılabildiği değerlendirilmektedir. Ayrıca söz konusu erişim biçimi ile META AI'nın İşletme Koşulları'ndaki değişiklikten önce (*üçüncü taraf genel amaçlı yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarının WhatsApp üzerinde faaliyet gösterebildiği dönemde*) rakiplerine kıyasla daha görünür ve avantajlı şekilde konumlandırıldığı da belirtilmelidir. Bunun yanı sıra, META tarafından kullanıcılara söz konusu simgeyi kaldırmak veya devre dışı bırakmak için herhangi bir tercih de sunulmamaktadır.
- (104) META AI'ya, *WhatsApp*'ta bulunan ve yukarıda görseline yer verilen özel simgeye ilave olarak, arama çubuğu üzerinden veya bireysel ve grup sohbetlerinde "@META AI" ifadesi kullanarak da erişim sağlanabilmektedir.

İşletme Koşulları'nda Gerçekleştirilen Değişiklik

- (105) Genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanlarının ve diğer işletmelerin *WhatsApp* mesajlaşma altyapısı üzerinden sundukları hizmetlerin kullanımına ilişkin koşullar, *WhatsApp İşletme Çözümleri (WhatsApp Business Solution)* kapsamında belirlenen İşletme Koşulları ile düzenlenmektedir. Söz konusu koşullar, WABAPI de dâhil olmak üzere mesajlaşma altyapısının kullanımına doğrudan uygulanmakta, bu çerçevede işletmelerin anılan altyapıya erişimi, bu altyapıyı kullanma biçimleri ve sunabilecekleri hizmetlerin kapsamı META tarafından belirlenen kurallar çerçevesinde şekillenmektedir. Bu doğrultuda, İşletme Koşulları'nda yapılan değişiklikler,

WABAPI'nin kullanımını ve bu API üzerinden sunulan hizmetleri doğrudan etkilemektedir.

- (106) META, kendi ürünü olan META AI'nın 2025 yılı içerisinde kullanıcılar nezdinde benimsenmesini artırmaya ve farklı dağıtım kanalları aracılığıyla yaygınlaştırmaya yönelik girişimlerinin ardından, 15.10.2025 tarihinde yaptığı değişiklik ile İşletme Koşulları belgesine "AI Providers" (Yapay Zekâ Sağlayıcıları) başlıklı bir bölüm eklemiştir. Anılan bölümde, yapay zekâ ve makine öğrenmesi temelli hizmet ve teknolojileri geliştiren veya sunan teşebbüslerin, bu hizmetlerin WhatsApp üzerinden sunulan faaliyetin birincil unsurunu oluşturduğu durumlarda, söz konusu yapay zekâ hizmetlerini son kullanıcılara sunmak amacıyla WhatsApp'a doğrudan veya dolaylı şekilde erişemeyecekleri ve bu altyapıyı kullanamayacakları açıkça düzenlenmiştir. Söz konusu sözleşme hükmünün ilgili bölümüne aşağıda yer verilmektedir:

Orijinal Metin:

"Providers and developers of artificial intelligence or machine learning technologies, including but not limited to large language models, generative artificial intelligence platforms, general-purpose artificial intelligence assistants, or similar technologies as determined by Meta in its sole discretion ("AI Providers"), are strictly prohibited from accessing or using the WhatsApp Business Solution, whether directly or indirectly, for the purposes of providing, delivering, offering, selling, or otherwise making available such technologies when such technologies are the primary (rather than incidental or ancillary) functionality being made available for use, as determined by Meta in its sole discretion. Notwithstanding the foregoing, you may retain an AI Provider as your Third Party Service Provider in accordance with these WhatsApp Business Solution Terms. In such cases, you may not directly or indirectly allow Business Solution Data, including any anonymous, aggregate, or derived forms of Business Solution Data, to be used to create, develop, train, or improve any machine learning or artificial intelligence systems, models, or technologies, including large language models (collectively, "AI Models"); provided that you may use Business Solution Data to fine-tune an AI Model that is for your exclusive use, so long as this does not result in Business Solution Data being used to create, develop, train, or improve any other AI Models. We may terminate your account and revoke your access if we reasonably determine that you have breached these restrictions. This Section survives termination of these WhatsApp Business Solution Terms."

Tercümesi:

"Yapay Zekâ Sağlayıcıları. Büyük dil modelleri, üretken yapay zekâ platformları, genel amaçlı yapay zekâ asistanları veya Meta'nın kendi takdirine göre benzer teknolojiler dâhil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere, yapay zekâ ya da makine öğrenimi teknolojileri sağlayan ve geliştiren kişi ve kuruluşlar ("Yapay Zekâ Sağlayıcıları"), söz konusu teknolojilerin kullanım için sunulan temel (yan veya ikincil olmayan) işlev olduğu durumlarda, bu teknolojileri sağlamak, sunmak, teklif etmek, satmak veya başka şekilde erişilebilir kılmak amacıyla WhatsApp İşletme Çözümü'ne doğrudan ya da dolaylı olarak erişmekten veya kullanmaktan, Meta'nın kendi takdirine bağlı olarak yapılacak değerlendirme çerçevesinde, kesin olarak men edilmiştir. Yukarıdakilere rağmen, bu WhatsApp İşletme Çözümü Koşulları'na uygun olarak bir Yapay

Zekâ Sağlayıcısı'nı Üçüncü Taraf Hizmet Sağlayıcınız olarak görevlendirebilirsiniz. Bu gibi durumlarda, anonimleştirilmiş, toplulaştırılmış veya türetilmiş biçimleri dâhil olmak üzere İşletme Çözümü Verileri'nin, büyük dil modelleri dahil olmak üzere herhangi bir makine öğrenimi veya yapay zekâ sistemi, modeli ya da teknolojisinin (topluca "Yapay Zekâ Modelleri") oluşturulması, geliştirilmesi, eğitilmesi veya iyileştirilmesi amacıyla doğrudan ya da dolaylı olarak kullanılmasına izin veremezsiniz. Bununla birlikte, yalnızca sizin münhasır kullanımınıza yönelik bir Yapay Zekâ Modeli'ni detaylı ayar yapmak için İşletme Çözümü Verileri'ni kullanabilirsiniz; ancak bu kullanımın, söz konusu verilerin başka herhangi bir Yapay Zekâ Modeli'nin oluşturulması, geliştirilmesi, eğitilmesi veya iyileştirilmesi için kullanılmasına yol açmaması gerekir. Bu kısıtlamaların ihlal edildiğini makul şekilde tespit etmemiz halinde hesabınızı kapatabilir ve erişiminizi iptal edebiliriz. Bu bölüm, WhatsApp İşletme Çözümü Koşulları'nın sona ermesinden sonra da yürürlükte kalmaya devam eder."

- (107) İşletme Koşulları'nda yer verilen birincil unsur ayrımının ise sunulan hizmetin temel işlevinin yapay zekâ asistanı veya sohbet botu niteliğinde olup olmadığına göre yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, İşletme Koşulları'nda "Yapay Zekâ Sağlayıcıları" olarak tanımlanan ve kullanıcılara doğrudan LLM veya üretken yapay zekâ platformları gibi teknolojileri sunan, etkileşimin ağırlıklı olarak bu teknoloji çerçevesinde gerçekleştiği kullanım biçimleri, yasaklanan birincil hizmetler olarak değerlendirilmektedir. Buna karşılık, bir işletmenin yapay zekâ teknolojilerini "yan veya yardımcı" nitelikte, yalnızca kendi faaliyetlerini desteklemek veya müşteri etkileşimini kolaylaştırmak amacıyla kullandığı durumlar kısıtlama dışında tutulmaktadır. Örneğin, müşteri desteği sağlamak amacıyla üçüncü taraf modellere (örneğin OPEN AI) dayalı bir yapay zekâ asistanı kullanan bir seyahat şirketinin bu hizmeti WABAPI aracılığıyla sunması engellenmemektedir. Benzer şekilde, genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanları; pazarlama, bilgilendirme ve kimlik doğrulama kategorileri kapsamında kalmak kaydıyla kullanıcılarına mesaj göndermeye devam edebilmektedir. Bu çerçevede, söz konusu teşebbüslerin hizmetlerini tanıtan pazarlama mesajları, uygulama kullanımına ilişkin bilgilendirme içerikleri ile kimlik doğrulama amacıyla tek kullanımlık şifre iletimine yönelik mesajlar göndermeleri mümkündür.
- (108) Yukarıda detaylarına yer verilen değişikliğin yürürlüğe giriş tarihi, teşebbüslerin 15.10.2025 tarihi itibarıyla WhatsApp üzerinden yapay zekâ temelli sohbet hizmeti sunup sunmadıklarına göre farklılaştırılmıştır. Bu kapsamda, anılan tarih itibarıyla söz konusu hizmeti WhatsApp üzerinden sunan COPILOT, CHATGPT, PERPLEXITY, POKE, DOLA AI, IRA, PUCH, LUZIA ve ZAPIA isimli sağlayıcılar bakımından değişikliğin 15.01.2026 tarihinde yürürlüğe girmesi öngörülmüş; buna karşılık bu nitelikte bir hizmet sunmayan teşebbüsler bakımından yeni koşullar 15.10.2025 tarihinde yürürlüğe konulmuştur.
- (109) META tarafından 15.10.2025 tarihi itibarıyla WhatsApp üzerinde faaliyet gösteren genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarına, faaliyetlerini sonlandırmaları amacıyla üç aylık bir geçiş süresi tanınmıştır. Anılan geçiş süreci çerçevesinde META, değişiklikten etkilenmesi muhtemel genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarıyla iletişime geçerek söz konusu teşebbüslerin yeni koşullar yürürlüğe girmeden önce kullanıcılarını bilgilendirmeleri ve faaliyetlerine ilişkin gerekli uyarlamaları gerçekleştirmeleri gerektiğini bildirmiştir. Buna ek olarak META, değişikliklerin 15.01.2026 tarihinde yürürlüğe girmesini takiben üç aylık süre boyunca,

genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarının *WhatsApp* dışında alternatif kanallara yönlendiren otomatik yanıtlar eklemesine olanak tanımıştır.

- (110) META tarafından genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarına, kullanıcılarını bilgilendirmesine yönelik tanınan sürenin 15.04.2026 tarihinde sona erdiği anlaşılmaktadır. Nitekim anılan tarih itibarıyla META, söz konusu teşebbüsler ile iletişime geçerek *WhatsApp* üzerinden otomatik yanıtlar aracılığıyla gerçekleştirilen kullanıcı bilgilendirmesine son verilmesi gerektiği yönünde bildirimde bulunmuştur.
- (111) Buna ek olarak 15.04.2026 tarihi itibarıyla genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarının *WhatsApp* üzerinden kullanıcılarla etkileşim kuramadığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, söz konusu teşebbüslerin kullanıcılarına yalnızca önceden tanımlanmış şablon mesajları gösterebildiği, bu mesajlar üzerinden kullanıcıları alternatif kanallar hakkında bilgilendiremediği ve söz konusu mesajlara tıklanması hâlinde ise herhangi bir yanıt alınamadığı anlaşılmıştır.
- (112) Öte yandan önaraştırma sürecinde, META'nın İşletme Koşulları belgesinde değişiklik yapmadan önce bazı yapay zekâ sağlayıcıları ile iletişime geçerek *WhatsApp* üzerindeki işleyiş kurallarında değişiklik yapılacağını önceden bildirdiği ve bu sağlayıcılar ile görüşmeler gerçekleştirdiği bilgisi edinilmiştir. (.....) Buna karşılık META'nın genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanlarının yeni finansal koşullar altında faaliyetlerini sürdürebilmesine yönelik herhangi bir plan ve niyet ortaya koymadığı, ayrıca META'nın alternatif modeller noktasında da benzer bir yaklaşım sergilediği ve yapay zeka sağlayıcılarını doğrudan yasaklamak yerine daha az kısıtlayıcı alternatifleri dikkate almadığı ifade edilmektedir.
- (113) Yukarıda ayrıntıları ortaya konulan ve yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden faaliyet göstermesini yasaklayan sözleşme değişikliği, META'nın kendi genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanı olan META AI dışında tüm teşebbüsler bakımından uygulanmıştır. Bu çerçevede, 15.01.2026 tarihi itibarıyla META AI dışındaki genel amaçlı yapay zekâ sohbet robotları/asistanlarının *WhatsApp* üzerinden son kullanıcılara erişim imkânı ortadan kaldırılmıştır.
- (114) META tarafından İşletme Koşulları belgesinde üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarına yönelik yapılan değişikliğin gerekçesi olarak, WABAPI'nin genel amaçlı yapay zekâ asistanları bakımından bir dağıtım kanalı olarak tasarlanmaması hususu öne sürülmektedir. Zira WABAPI'nin 2018'de geliştirildiği dönemde, yapay zekâ sağlayıcılarının fiilen mevcut bulunmadığı, ilerleyen dönemlerde küresel geliştiricilerin bu yönde bir yasak bulunmamasından hareketle WABAPI'yi kendi hizmetlerini dağıtmak amacıyla kullandığı belirtilmektedir. Ayrıca söz konusu yapay zekâ asistanlarının *WhatsApp* üzerinde yüksek hacimli kullanım oluşturarak altyapı üzerinde teknik yük yarattığı, bunun sonucunda Mayıs ile Eylül 2025 arasında üç kez hizmet kesintisi yaşandığı ve hizmet mesajlarının ücretsiz olması nedeniyle bu sağlayıcıların META'nın müşteri hizmetleri mesajlaşma altyapısından bedelsiz şekilde yararlandığı hususları ifade edilmiştir.
- (115) Bununla birlikte, önaraştırma sürecinde elde edilen bilgi ve belgeler doğrultusunda, META tarafından dile getirilen hususların yerinde görülmesi mümkün olmamıştır. Zira META tarafından iletilen bilgilerde yer verildiği üzere, bazı yapay zekâ sağlayıcılarının META'nın Kasım 2024'te hizmet mesajlarına ilişkin ücretlendirme politikasını değiştirmesinden⁹⁵ önce *WhatsApp* üzerinden faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bu

⁹⁵ Yer verildiği üzere, hizmet mesajları Kasım 2024'te tekrar ücretsiz hale getirilmiştir.

durum, anılan tarih itibarıyla söz konusu sağlayıcıların *WhatsApp* üzerinden kullanıcılarla etkileşim kurduğunun META tarafından bilindiğini göstermektedir. Buna rağmen META, hizmet mesajlarını ücretsiz hâle getirmiş ve bu itibarla söz konusu sağlayıcıların kullanıcılarla etkileşim kurduğu mesajlaşma altyapısının ücretsiz olarak kullanılmasına imkân tanımıştır.

- (116) Bunun yanında, (.....), META'nın yapay zekâ temelli sohbet robotları/asistanları aracılığıyla yürütülen konuşmaya dayalı mesajlaşma hizmetlerinin *WhatsApp* üzerinde geliştirilmesini açık bir şekilde teşvik ettiği ve desteklediği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla META'nın İşletme Koşulları'nda yapılan değişiklik öncesi dönemde yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* altyapısı üzerinden faaliyet göstermesine imkân tanıdığı, bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesine yönelik teknik destek sağladığı, söz konusu sağlayıcıların platform üzerindeki faaliyetlerinden haberdar olduğu ve bu faaliyetlere ilişkin gelişmeleri yakından takip ettiği görülmektedir. Bu kapsamda, yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden kullanıcılarla yürüttüğü etkileşimin META'nın bilgisi dâhilinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.
- (117) İlaveten, (.....), META'nın daha az kısıtlayıcı tedbirler yerine *WhatsApp*'a erişimi tamamen kapatma yolunu tercih ettiği görülmektedir. Bu kapsamda META'nın, kendi hizmeti META AI'yı 2025 yılı içerisinde *WhatsApp*'a entegre ederek kullanım alanını genişletmeye ve kullanıcı etkileşimini artırmaya yönelik stratejilerini hayata geçirmesinin ardından, üçüncü taraf genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanlarının kullanıcılarla *WhatsApp* üzerinden ulaşmasını engellediği sonucuna varılmaktadır.

I.2.2. META'nın Eylemlerinin Genel Amaçlı Üretken Yapay Zekâ Sohbet Robotları/Asistanları Pazarındaki Etkileri

- (118) Dosya kapsamında yapay zekâ sohbet robotları/asistanları pazarındaki görünümün ortaya koyulması önem arz etmektedir. Bu çerçevede, teşebbüslerin GAK sayıları üzerin pazar payı hesaplamaları yapılmıştır. Aşağıdaki grafiklerde ilk olarak, genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanlarının ortalama GAK sayıları bazında sahip oldukları pazar payları, mobil ve internet sitesi dağıtım kanalları bazında ayrı ayrı sunulmaktadır. Akabinde ise toplam pazar payı bilgilerine yer verilmektedir.

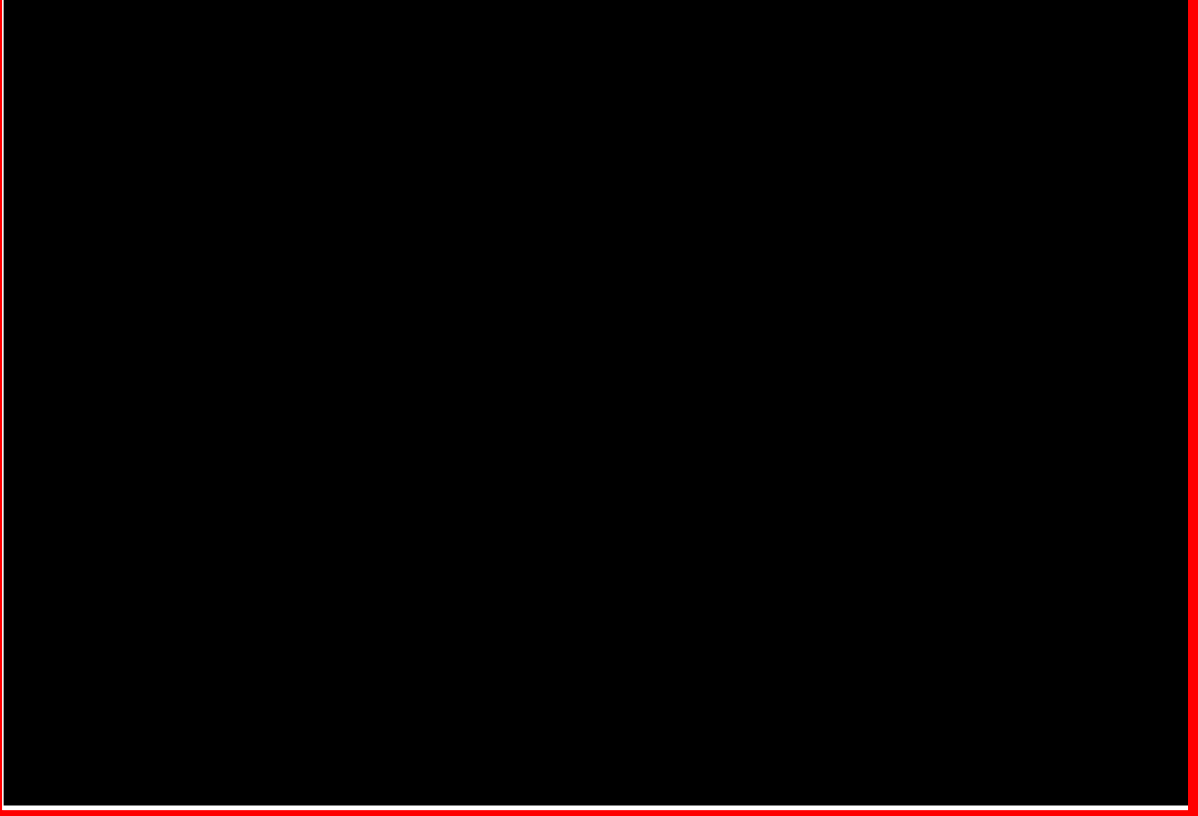
Grafik 2: 2024-2026/2 Döneminde Yapay Zekâ Sağlayıcılarının Ortalama GAK Sayısı Bakımından Pazar Payları (Mobil Kanal)



Kaynak: Dosya kapsamında yapılan hesaplamalar.

- (119) Yukarıda yer alan grafikten, 2024–2026/2 döneminde (.....) rakiplerine kıyasla açık ara lider olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, söz konusu hizmetin pazar payının dönem boyunca düşüş eğilimi gösterdiği, keza %(.....) gerilediği, buna karşılık (.....) pazar payının yaklaşık iki yıllık süreçte (.....) yükseldiği görülmektedir. 2025 yılında kademeli olarak kullanıma sunulmasına rağmen META AI'nın ise ilgili yılda pazar payının (.....) olarak gerçekleştiği, 2026/2 itibarıyla bu oranın (.....) yükseldiği görülmektedir. Dolayısıyla META AI'nın pazarda kısa süre içerisinde ivme kazanmaya başladığı anlaşılmaktadır.

Grafik 3: 2024-2026/2 Döneminde Yapay Zekâ Sağlayıcılarının Ortalama GAK Sayısı Bakımından Pazar Payları (İnternet Sitesi Kanalı)



Kaynak: Dosya kapsamında yapılan hesaplamalar.

- (120) Yukarıda yer alan grafikten, 2024–2026/2 döneminde (.....), mobil kanala benzer şekilde, pazar lideri konumunda olduğu, ancak pazar payının düşüş eğilimi gösterdiği, bu düşüşün ise (.....) yükselişinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, META AI'nın internet sitesi kanalıyla edindiği pazar payının oldukça ihmal edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Aşağıdaki grafikte teşebbüslerin mobil ve internet sitesi dahil olacak şekilde toplam pazar paylarına yer verilmektedir.

Grafik 4: 2024-2026/2 Döneminde Yapay Zekâ Sağlayıcılarının Ortalama GAK Sayısı Bakımından Pazar Payları (Tonlam)



Kaynak: Dosya kapsamında yapılan hesaplamalar.

- (121) Yukarıda yer alan grafikten, toplam pazar payı seyrinin mobil ve internet sitesi kanallarına paralellik gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede; 2026/2 itibarıyla (.....) yaklaşık (.....), (.....) yaklaşık (.....) ve önaraştırma tarafı META'nın (.....) pazar payına sahip olduğu görülmektedir.
- (122) Önceki kısımlarda yer verildiği üzere META AI, 2025 yılında *WhatsApp*'a entegre olması ve dağıtım kanallarını çeşitlendirmesinden kısa bir süre sonra yaklaşık %(.....)'lik bir pazar payına ulaşmıştır. Bu noktada *WhatsApp*'ın söz konusu pazardaki faaliyetler bakımından öneminin ortaya koyulması gerekmektedir. Bu çerçevede, aşağıdaki tabloda 2025-2026/2 döneminde aylık bazda META AI'nın kullanıcı sayısının kanallar bazında dağılımına yer verilmektedir.

Tablo 3: META AI'nın Türkiye'deki Ortalama GAK Sayısının Kanallar Bazında Dağılımı (2025-2026/Şubat) (%)

Dönem	Facebook	Instagram	Messenger	META AI İnternet Sitesi	META AI Mobil Uygulaması	WhatsApp
2025						
Ocak	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2026						
Ocak	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Veriler Doğrultusunda Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar						

- (123) Yukarıda yer alan tablodan META AI'nın 2025 yılının Ekim ayında *WhatsApp*'a entegre edilmesi akabinde, tüm kanallardaki toplam kullanıcıların ilgili aydan itibaren sırasıyla %(.....) %(.....) ve %(.....)'unun *WhatsApp*'tan geldiği anlaşılmaktadır. 2026 yılında da durumun genel itibarıyla değişmediği, Ocak ile Şubat aylarında META AI kullanıcılarının sırasıyla %(.....) ve %(.....)'sının *WhatsApp* aracılığıyla META AI'yı deneyimlediği görülmektedir. Söz konusu veriler esasında *WhatsApp*'ın META AI için kullanıcı erişimi bakımından ne derece kritik ve stratejik bir dağıtım kanalı olduğunu göstermektedir. Nitekim META'nın finansal sonuçlarının kamuya duyurulduğu 30.04.2025 tarihli duyuruda da META AI'nın kullanımının en yoğun olduğu uygulamanın *WhatsApp* olduğu ve *WhatsApp* üzerindeki etkileşimlerin büyük bölümünün birebir sohbetlerde gerçekleştiği belirtilmektedir⁹⁶. Dolayısıyla META'nın kısa sürede kazandığı pazar payının temelindeki faktörlerden birinin *WhatsApp* ile olan entegrasyonu olduğunu belirtmek mümkündür.
- (124) Aşağıdaki tabloda ise META AI'nın *WhatsApp* üzerinden elde ettiği kullanıcı sayıları ile rakiplerinin *WhatsApp* üzerinden elde ettiği kullanıcı sayıları karşılaştırılmaktadır.

⁹⁶ Bkz. <https://investor.atmeta.com/investor-events/event-details/2026/Q4-2025-Earnings-Call/default.aspx>, Erişim Tarihi: 29.04.2026.

Tablo 4: META AI ve Rakiplerinin Türkiye’de WhatsApp’ta Elde Ettikleri Ortalama GAK Sayısı

Dönem	CHATGPT’nin <i>WhatsApp</i> GAK Sayısı	COPILOT’un <i>WhatsApp</i> GAK Sayısı	META AI’nin <i>WhatsApp</i> GAK Sayısı
2024/12	(.....)	(.....)	(.....)
2025/1	(.....)	(.....)	(.....)
2025/2	(.....)	(.....)	(.....)
2025/3	(.....)	(.....)	(.....)
2025/4	(.....)	(.....)	(.....)
2025/5	(.....)	(.....)	(.....)
2025/6	(.....)	(.....)	(.....)
2025/7	(.....)	(.....)	(.....)
2025/8	(.....)	(.....)	(.....)
2025/9	(.....)	(.....)	(.....)
2025/10	(.....)	(.....)	(.....)
2025/11	(.....)	(.....)	(.....)
2025/12	(.....)	(.....)	(.....)
2026/1	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler

- (125) Yukarıda yer alan tablodan, META AI’nın Ekim 2025’tte *WhatsApp*’a entegre edilmesiyle birlikte, (.....), *WhatsApp* platformunda META AI’nın CHATGPT’ye karşı belirgin bir biçimde üstünlük sağladığı anlaşılmaktadır. Zira Kasım 2025’tte (.....) kullanıcı sayısına ulaşan CHATGPT’ye karşın META AI (.....) kullanıcıya ulaşmıştır. Aralık 2025’tte (.....) CHATGPT kullanıcısına karşılık ise (.....) META AI kullanıcısı bulunmaktadır. CHATGPT’nin META AI’nın *WhatsApp* platformuna entegrasyonuna kadar geçen yaklaşık 11 aylık süreçte *WhatsApp*’ta bulunmasına karşın, META AI’nın *WhatsApp* uygulamasına entegre edilmesini takiben, ortalama GAK sayısının CHATGPT’nin yaklaşık (.....) katı seviyesinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Elbette META AI’nın kullanıcı sayılarında, kullanıcıların yeni bir hizmeti deneme eğiliminin de belirli ölçüde etkili olması mümkündür. Ancak yine de mevcut verilerin, META AI’nın rakip hizmetlere kıyasla *WhatsApp*’a görünür biçimde entegre edilmesinin kullanıcı erişimi ve kullanım yoğunluğu üzerindeki etkisine ilişkin önemli bir gösterge niteliği taşıdığı değerlendirilmektedir.
- (126) Yer verildiği üzere META, 15.10.2025 tarihinde İşletme Koşulları’nda yaptığı değişiklik ile üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden kullanıcılarla iletişim kurmasını yasaklamıştır. Bu çerçevede, genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanları pazarı bakımından dağıtım kanallarının önemine değinilmesi gerekmektedir.
- (127) Yapay zekâ sağlayıcıları hizmetlerini; internet sitesi, masaüstü uygulama ve mobil uygulama kanallarıyla kullanıcılara doğrudan sunulabildiği gibi kendi hizmetlerine veya üçüncü taraf teşebbüslerin platformlarına entegre olarak da sunulabilmektedir. Dağıtım kanalları, yapay zekâ hizmetlerinin kullanıcıya ulaşmasını sağlayan altyapıyı oluşturmakta olup, kullanıcı edinimi ve pazarda tutunma bakımından belirleyici bir rekabet parametresi niteliği taşımaktadır. Bu çerçevede, farklı dağıtım kanallarının kullanıcılara erişim bakımından birbirini tamamlayıcı olduğu söylenebilecektir. Nitekim dağıtım kanallarının önemine ilişkin olarak;
- (.....) tarafından; yapay zekâ asistanı hizmetlerinin büyümesinin, temel konuşma veya model performansındaki farklılıklardan ziyade yapısal faktörler tarafından şekillendirildiği, bu faktörlerin başında etkili dağıtım kanallarına erişimin, yaygın kullanılan ürün ve cihazlara entegrasyon ile kullanıcı etkileşimi yoluyla sürekli yenilenen büyük ölçekli verilere erişimin geldiği, ürün kalitesi ve model

kapasitesi önemini korumakla birlikte, bu girdilerin giderek daha geniş bir pazar katılımcısı kitlesine erişilebilir hale geldiği,

- (.....) tarafından; sohbet robotları bakımından giriş engellerinin dağıtım kanalları, verilere erişim ve entegrasyonları içerebileceği, hâkim durumda olan yazılımlara önceden entegre edilmiş yapay zekâlar ile rekabet ederken engellerle karşılaşılabilmesi, örneğin, yapay zekânın, paketlenmiş yazılım sistemlerine varsayılan olarak dahil edildiğinde, bağımsız çözümlerin rekabet etmesinin daha zor hale gelebileceği,
- (.....) tarafından pazara giriş ve büyüme açısından temel zorluğun yalnızca modelin erişilebilirliği olmayıp etkili bir dağıtım kanalına erişim sağlamak olduğu, kullanıcı ihtiyaçları, teknolojik gelişmeler ve pazar koşulları doğrultusunda sürekli olarak hizmetlerini genişletme ve çeşitlendirme fırsatlarını değerlendirdikleri

hususları dile getirilmektedir.

- (128) Bu kapsamda bağımsız kanallara ilave olarak (internet sitesi, mobil uygulama ve masaüstü uygulama), gerek kendi hizmetlerine gerekse de üçüncü taraf platformlara entegrasyon yöntemi teşebbüsler nezdinde ön plana çıkmaktadır. Zira anılan yöntemler belirli mevcut veya potansiyel kullanıcı kategorilerine ulaşmayı kolaylaştırmakta, kısa sürede bir kullanıcı tabanı oluşturulmasına imkân vermekte ya da diğer yöntemlere kıyasla daha düşük maliyetle kullanıcı kazanımı sağlamaktadır⁹⁷. GOOGLE, MICROSOFT ve META gibi farklı kademelerde ve çeşitli ölçekte hizmet sunarak kendi dijital ekosistemini inşa etmiş teşebbüslerde, yapay zekâ hizmetlerinin ağırlıklı olarak ilgili şirketlerin kendi ürün ve hizmetlerine entegre edildiği görülmektedir. Buna karşılık, yapay zekâ pazarının genişlemesiyle birlikte pazara giren, inovatif yeteneklerini ve kaynaklarını bu alana yönlendiren teşebbüsler bakımından üçüncü taraf dağıtım kanallarının daha önemli hale geldiği söylenebilecektir. Pazarın geneline ilişkin bir çıkarımda bulunulmasa da önaraştırma sürecinde bilgi edinilebilen teşebbüsler bakımından mesajlaşma uygulamalarının popüler bir üçüncü taraf entegrasyon kanalını oluşturduğu söylenebilecektir.
- (129) Bu kapsamda (.....) tarafından mesajlaşma uygulamalarının; yaygın erişim, yüksek penetrasyon, son derece yüksek etkileşim, kullanıcı güveni ve kişisel ve ticari iletişim için merkezi bir merkez olma rolü gibi yapısal özelliklerin birleşiminden ötürü önemli olduğu vurgulanmaktadır. Zira bu özelliklerin mesajlaşma platformlarını, tüketiciler ve konuşma tabanlı yapay zekâ hizmetleri arasında doğal bir arayüz noktası haline getirdiği belirtilmektedir. Şöyle ki konuşmaya dayalı yapay zekâ hizmetlerinin doğal ve yinelemeli diyalog yapısı üzerinden geliştiği, mesajlaşma uygulamalarının ise sürekli, eşzamansız ancak hızlı yanıtlanabilen etkileşimlere, sesli mesaj, görsel ve konum paylaşımı gibi çoklu ortam unsurlarına ve konuşma bağlamının zaman içerisinde korunmasına imkân tanıdığı, söz konusu özelliklerin tamamının yapay zekâ asistanlarıyla kurulan etkileşimin kalitesini ve işlevselliğini, internet sitesi veya bağımsız uygulama temelli kullanım biçimlerine kıyasla artırdığı ifade edilmektedir.
- (130) META tarafından İşletme Koşulları'nda yapılan değişiklik, ilgili tarihte *WhatsApp* üzerinden faaliyet gösteren üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcıları bakımından 15.01.2026 tarihinde yürürlüğe girerken, bu nitelikte bir hizmet sunmayan teşebbüsler bakımından ise derhal yürürlüğe konulmuştur. İşletme Koşulları'ndaki değişiklikten önce *WhatsApp* üzerinde faaliyet gösteren yapay zekâ sağlayıcıları LUZIA, ZAPIA,

⁹⁷ AGCM (2025), *META AI*.

CHATGPT, TOKI AI, COPILOT, PUCH AI, PERPLEXITY, SIMONE, IRA, POKE ve ANYTHING APP olup bunlardan SIMONE ve ANYTHING APP dışındakiler Türkiye’de faaliyet göstermektedir. Bu doğrultuda, CHATGPT ve COPILOT’ın *WhatsApp*’ta elde ettiği kullanıcı sayıları ile mobil uygulamalarının⁹⁸ kullanıcı sayılarının ve toplam kullanıcı sayılarının⁹⁹ karşılaştırılmasına ilişkin oluşturulan tablolara aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 5: CHATGPT ve COPILOT’un WhatsApp’taki Ortalama GAK Sayısının Mobil Uygulamadaki GAK sayısına Oranı (Aralık 2024- Şubat 2026)

Dönem	CHATGPT			COPILOT		
	WhatsApp Ortalama GAK Sayısı	Mobil Uygulama Ortalama GAK Sayısı	Oran (%)	WhatsApp Ortalama GAK Sayısı	Mobil Uygulama Ortalama GAK Sayısı	Oran (%)
2024/12	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/2	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/5	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/6	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/7	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/8	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/9	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/12	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2026/1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler						

⁹⁸ Öneraştırma döneminde elde edilen verilerde, kullanıcıların genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanı kullanımı için birinci tercih mobil uygulamalar olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda 2024-2026/2 döneminde; mobil uygulamadan elde edilen ortalama GAK sayısının toplam ortalama GAK sayısına oranı CHATGPT için sırasıyla (.....) ve COPILOT için sırasıyla (.....) olmuştur.

⁹⁹ Öte yandan toplam kullanıcı sayısı mobil uygulama ve internet sitesi ortalama GAK sayıları toplanarak hesaplanmıştır. Bu çerçevede, kullanıcı sayısının tekilleştirilemediği belirtilmelidir.

Tablo 6: CHATGPT ve COPILOT'un WhatsApp'taki Ortalama GAK Sayısının Toplam Ortalama GAK sayısına Oranı (Aralık 2024- Şubat 2026)

Dönem	CHATGPT			COPILOT		
	WhatsApp Ortalama GAK Sayısı	Toplam Ortalama GAK Sayısı	Oran (%)	WhatsApp Ortalama GAK Sayısı	Toplam Ortalama GAK Sayısı	Oran (%)
2024/12	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/2	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/5	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/6	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/7	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/8	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/9	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/12	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2026/1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler						

- (131) Yukarıda yer alan tablodan, OPEN AI'ya ait CHATGPT'nin WhatsApp üzerinden hizmet sunmaya başladığı 2024 yılının Aralık ayından itibaren WhatsApp'taki ortalama GAK sayısının, İşletme Koşulları'ndaki değişikliğin gerçekleştiği 2025 yılının Ekim ayına kadar artış gösterdiği, ancak yapay zekâ sağlayıcılarının artık WhatsApp'ta olmayacaklarına dair bilgilendirme mesajlarının kullanıcılara iletildiği 15.10.2025 ile 15.01.2026 arasındaki geçiş döneminde söz konusu kullanıcı tabanının giderek azaldığı görülmektedir. Bunun yanında, CHATGPT'nin ilgili dönemde WhatsApp ortalama GAK sayısının mobil uygulama ortalama GAK sayısına oranının %(.....) ile %(.....) arasında değiştiği görülmektedir. CHATGPT'nin toplam kullanıcı sayısına oranlandığında ise, WhatsApp üzerinden elde edilen ortalama GAK sayısı, toplam kullanıcı sayısının %(.....) ile %(.....) arasında değişmektedir.
- (132) Bununla birlikte, MICROSOFT açısından bakıldığında ise oldukça farklı bir tablo ile karşılaşılacaktır. Zira teşebbüsün COPILOT hizmetinin WhatsApp üzerinden elde ettiği ortalama GAK sayısının, mobil uygulama GAK sayısına oranının İşletme Koşulları'ndaki değişikliğe kadarki dönemin yarısında %(.....)'nin üzerinde seyrettiği, tüm dönemde en düşük %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. Toplam kullanıcı sayısı içerisindeki orana bakıldığında ise giderek azalan bir eğilim görülmekle birlikte, %(.....) ile %(.....) arasında değişen ve azımsanmayacak seviyede olan bir kullanıcı tabanının WhatsApp'tan elde edildiği görülmektedir. 2024 Aralık ile İşletme Koşulları'ndaki değişikliğin gerçekleştiği 2025 Ekim arasındaki 10 aylık dönemde WhatsApp'tan elde edilen ortalama GAK sayısının ((.....)), mobil uygulamadaki ortalama GAK sayısına ((.....)) oranının %(.....), toplam ortalama GAK sayısına ((.....)) oranının %(.....) olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, (.....) tarafından META'nın İşletme Koşulları'nda yaptığı değişikliğin (.....) faaliyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasının beklendiği, aktif WhatsApp kullanıcılarının(.....) daha azının (.....) mobil uygulamasını yüklemeye teşvik eden yönlendirmelere yanıt verdiği belirtilmektedir.
- (133) Buna karşılık, genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanları pazarında, faaliyetlerini tamamen veya ağırlıklı olarak mesajlaşma uygulamaları üzerinden yürüten teşebbüsler için WhatsApp çok daha kritik bir dağıtım kanalı niteliği taşımaktadır. Bu kapsamda LUZIA'nın, lansmanından itibaren dağıtım stratejisini mesajlaşma uygulamaları üzerinden belirlediği ve öncelikle WhatsApp ile Telegram

kanallarına odaklandığı, ilk kullanıcı tabanını bu şekilde oluşturduktan sonra kendi mobil uygulamasını ve internet sitesini geliştirdiği belirtilmektedir¹⁰⁰. INTERACTION da POKE isimli yapay zekâ hizmetine yönelik faaliyetlerini mesajlaşma uygulamaları üzerine kurmuştur. Teşebbüs *iMessage*, *Telegram* ve *WhatsApp*'ta (*otoritelerin müdahale ettiği sınırlı bölgelerde*) yer almakta olup kullanıcıların POKE'u bir mobil uygulama veya internet sitesi aracılığıyla kullanması mümkün değildir. Bu çerçevede, teşebbüsün küresel ölçekteki kullanıcı sayılarının faaliyet gösterdiği kanallar bazında dağılımına aşağıda yer verilmektedir. Zira META'nın üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerindeki faaliyetlerine son vermesinden ötürü POKE Türkiye'de hiçbir zaman tanıtılmamış, bu nedenle de kullanıcı sayıları oldukça sınırlı (*iMessage: (.....)*, *WhatsApp: (.....)*, *Telegram:(.....)*) kalmıştır.

Tablo 7: POKE'un Ortalama GAK Sayısının Kanallar Bazında Dağılımı

Dönem	<i>iMessage</i>	<i>WhatsApp</i>	<i>Telegram</i>	Diğer	Toplam	<i>WhatsApp</i> 'ın Oranı (%)
2025/10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025/12	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2026/1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2026/2	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2026/3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2026/4 ¹⁰¹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Veriler

- (134) *WhatsApp* işletme hesabını 01.09.2025 tarihinde oluşturan INTERACTION'a ait POKE hizmetinin 2025/10-2026/2 döneminde *WhatsApp*'tan elde ettiği kullanıcı tabanının 2026/3 ve 2026/4 dönemine göre sınırlı kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte, söz konusu durumun olağan olduğu değerlendirilmektedir. Zira META 15.10.2025 tarihinde üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden faaliyet göstermesinin sonlandırılacağını duyurmuş, söz konusu erişim ise 15.01.2026 tarihi itibarıyla fiilen kapatılmıştır. Öte yandan teşebbüs, İtalya'da AGCM'nin geçici tedbir kararı alması akabinde *Facebook* ve *Instagram* platformlarında yaklaşık (.....) yatırımı yapmış, bunun sonucunda kullanıcı tabanını 2026 yılının Ocak ve Şubat ayları arasında (.....) kullanıcıdan (.....) kullanıcıya yükseltmiştir. Benzer bir durum Brezilya'da da yaşanmış, CADE'nin geçici tedbir kararı akabinde yapılan (.....) yatırımlarının çıktısı olarak mesaj sayıları Mart 2026-Nisan 2026 döneminde (.....)'ten(.....)'ye yükselmiş, bir başka ifadeyle %(.....)'lük bir artış yaşanmıştır. Dolayısıyla, 2026 yılının Mart ayından itibaren gözlemlenen keskin yükselişin, AGCM ve CADE tarafından alınan geçici tedbir kararlarının bir sonucu olarak ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, teşebbüsün yalnızca İtalya ve Brezilya'daki geçici tedbir kararları sonrasında dahi, 2026 yılının Şubat ayından Mart ayına kadar geçen dönemde *WhatsApp*'tan elde ettiği kullanıcı sayısını yaklaşık (.....) katına çıkardığı görülmektedir. Söz konusu veriler de *WhatsApp*'a erişimin sınırlandırılmasının yalnızca mevcut kullanıcı kayıplarıyla sınırlı bir etki doğurmadığını, aynı zamanda teşebbüslerin potansiyel büyüme imkânlarını ve pazarda ölçek kazanma kabiliyetlerini de doğrudan etkilediğini, bu yönüyle *WhatsApp*'ın özellikle mesajlaşma uygulamaları temelli yapay zekâ sağlayıcıları bakımından nerdeyse vazgeçilmez bir dağıtım kanalı olduğunu göstermektedir.

¹⁰⁰ AGCM (2025), *META AI*.

¹⁰¹ 17.04.2026'ya kadar olan verileri kapsamaktadır.

(135) Aşağıda (.....), (.....) *WhatsApp*'ın yapay zekâ faaliyetleri bakımından önemine ilişkin olarak dile getirdiği hususlara yer verilmektedir.

- (.....) tarafından; *WhatsApp*'ın, dünya genelinde 3 milyarı aşkın AAK sayısı ile en yaygın kullanılan mesajlaşma uygulaması olup önemli bir dağıtım kanalı niteliği taşıdığı, *WhatsApp* gibi sohbet uygulamalarının, (.....) kullanıcılarla özellikle mobil cihazlarda hâlihazırda vakit geçirdikleri platformda buluşmasına olanak tanıdığı, uygulama değiştirme gerektirmeksizin düşük eşlikli erişim sunduğu, bu ilk temasın, kullanıcıları çoğunlukla (.....) başka bağlamlarda (mobil uygulamalar veya (.....) gibi) benimsemeye yönlendirdiği ve (.....) ek özellikler ile daha zengin bir deneyim sunduğu bu ortamlara geçişi teşvik ettiği, özellikle mobil deneyimin, kullanıcıların (.....) yeteneklerine kesintisiz ve hareket halinde erişmesine imkân tanınması bakımından kritik önem taşıdığı, yüksek oranda mobil olan bir kullanıcı kitlesinin ihtiyaçlarını karşıladığı,
- (.....) tarafından;
 - o *WhatsApp*'ın dünyanın en büyük küresel mesajlaşma platformlarından biri niteliğinde olduğu, Türkiye'de birçok kullanıcının mesajlaşma için öncelikli ve yegâne olarak *WhatsApp*'ı kullandığı, bu durumun da *WhatsApp*'ı diğer dağıtım kanallarından benzersiz kılarak kayda değer avantajlar sağladığı,
 - o *WhatsApp*'ın bu hizmeti ilk kez kullanan kullanıcılar için kullanım zorluklarını en aza indiren pratik ve alışılmış bir erişim noktası sunduğu, bu kullanım kolaylığı sunan arayüzün ise doğrudan ölçeğe dönüştüğü,
 - o Diğer dağıtım kanallarıyla etkin şekilde erişilmesi mümkün olmayan kullanıcı gruplarına *WhatsApp*'ın basit yapısı ve yüksek kullanım sıklığı ile ulaşılabildiği, (.....)
 - o (.....)
 - o (.....)
 - o Kullanıcıların hesap açmalarına gerek olmadan telefon numaralarını kullanarak sorunsuz ve kolay erişilebilir şekilde hizmetten yararlanabildiği,
 - o META AI'nın belirli yerel özellikler bakımından hâlihazırda sahip olduğu münhasır erişiminin, META'nın yeni WABAPI politikasıyla üçüncü taraf yapay zekâ hizmetlerini engellemeden önce dahi kendi yapay zekâ hizmeti META AI'ya istikrarlı biçimde ayrıcalıklı muamele göstermesinin, META'nın sohbet içi entegrasyonun rekabetçi değerinin farkında olduğunu ortaya koyduğu,
 - o Söz konusu entegrasyonlarla META'nın META AI'yı, kullanıcıların hâlihazırda koordinasyon sağladıkları, bilgi alışverişinde bulundukları ve karar aldıkları ortamlara yerleştirerek görünürlüğü önemli ölçüde arttırdığı ve sosyal yayılımı hızlandırdığı, örnek olarak bir grup sohbetindeki her katılımcının sohbeti terk etmeksizin META AI'yı deneyimleyebilmesi için hiçbir harici hizmetin eşdeğerini sunamayacağı ölçüde bir maruziyet ve anlık erişim imkânı yarattığı,
 - o (.....)
- (.....) tarafından;
 - o *WhatsApp* gibi mesajlaşma uygulamalarının öneminin; her yerde bulunma, son derece yüksek etkileşim, derin kullanıcı güveni ve kişisel ile ticari iletişim için merkezi bir etkileşim platformu olma rolü gibi yapısal özelliklerin bir kombinasyonundan kaynaklandığı,

- *WhatsApp*'ın akıllı telefon kullanıcılarının çoğunda günlük olarak kullanıldığı, *WhatsApp*'a entegre bir yapay zekâ asistanının minimum çaba gerektirdiği, zira kullanıcıyı ayrı bir uygulama indirmeye, yeni bir hesap oluşturmaya veya yeni iş akışları öğrenmeye ikna etmeyi gerektirmediği, bunun yerine kullanıcının her gün onlarca kez açtığı tanıdık arayüzde asistanını gördüğü, bunun kullanıcı edinme maliyetlerini düşürdüğü, tekrarlanan etkileşim oranlarını arttırdığı, bu hususun yapay zekâ sistemleri için değer yaratmanın temel unsuru olduğu,
- Bir yapay zekâ asistanının mesajlaşma uygulamasına kişi olarak yerleştirilmesinin gerçek bir kişiyle etkileşim kurma algısını güçlendirdiği, bunun da kullanıcının ürüne veya hizmete olan bağlılığını arttırdığı,
- Yapay zekâ sistemleri ölçekten (eğitim, pekiştirme, iyileştirme ve kişiselleştirme) faydalandığı için geniş kullanıcı kitlelerine erişimin stratejik değere sahip olduğu, mesajlaşma uygulamalarının devasa kullanıcı havuzları sayesinde, benimsenme oranını bağımsız uygulamalara göre çok daha etkili şekilde hızlandırabileceği
- (.....) tarafından; (.....) olarak dağıtım ortaklarını önemli gördüğü, *WhatsApp*'ın bir dağıtım kanalı olarak kullanılmadığı, bununla birlikte geniş bir kullanıcı tabanına sahip herhangi bir dağıtım kanalının kullanıcılara ulaşmak açısından en azından potansiyel olarak önemli olduğu, kullanıcıların tercih ettikleri yapay zekâ araçlarını seçmelerine ve bu araçları mümkün olduğunca etkili bir şekilde kullanmalarına olanak tanıyan açıklık ve birlikte çalışabilirlik yaklaşımının desteklendiği,
- (.....) tarafından; (.....) *WhatsApp*'ı potansiyel olarak önemli bir dağıtım kanalı olarak tanımladığı,
- (.....) tarafından; *WhatsApp* ile entegre olunmasa da *WhatsApp*'ın yapay zekânın kullanıcılara ulaşması için temel nitelikte bir kanal olmadığı, zira her yapay zekâ platformunun kendi uygulamalarını ürettiği

ifade edilmiştir.

- (136) Yukarıda yer verilen görüşler birlikte değerlendirildiğinde; *WhatsApp* üzerindeki faaliyetleri sonlanan teşebbüslerin; *WhatsApp*'ı genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanları bakımından yalnızca ilave bir dağıtım kanalı olarak görmediği; kullanıcı edinimi, kullanıcı etkileşimi, ölçek kazanımı ve hizmetin gündelik kullanım alışkanlıklarına entegre edilmesi bakımından stratejik bir erişim noktası olarak nitelendirdiği anlaşılmaktadır. Özellikle *WhatsApp*'ın sık ve yaygın kullanımı ile kullanıcıların hâlihazırda aşına olduğu arayüzler üzerinden hizmet sunulmasına imkân tanınması gibi özelliklerinin bu görüşlerde belirleyici olduğu görülmektedir. Bunun yanında *WhatsApp* kullanıcısının, genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanını kullanmak için özel bir uygulama indirmek zorunda kalmadan ve o anda kullandığı dijital ortamdan çıkmadan etkileşime geçebilmesi de *WhatsApp*'ın önemini güçlendirmektedir. Nitekim dosya kapsamında sunulan bir çalışma, bilinçli dijital kullanıcıların %65'lik kısmının yeni bir uygulama indirme sürecini zahmetli ve rahatsız edici bulduğunu göstermektedir¹⁰². *WhatsApp* üzerinden faaliyet sunmayan teşebbüsler ise ((.....) hariç) *WhatsApp*'ın geniş kullanıcı tabanına sahip olmasından

¹⁰² <https://www.bain.com/insights/win-with-conversations/>, Erişim Tarihi: 29.04.2026.

ötürü, henüz fiilen kullanılmasa dahi kullanıcıya erişim açısından potansiyel olarak önemli bir kanal olduğunu belirtmektedir.

- (137) Bu çerçevede; *WhatsApp*'ın kullanıcı erişimi, etkileşim yoğunluğu, günlük kullanım alışkanlıkları içerisindeki yegâne konumu ve yapay zekâ sağlayıcılarına erişim kolaylığı sağlaması nedeniyle, kendi dağıtım kanallarına sahip yapay zekâ sağlayıcıları açısından dahi önemli bir dağıtım kanalı niteliği taşıdığı, kullanıcıya erişimini büyük ölçüde üçüncü taraf platformlar üzerinden sağlayan yapay zekâ sağlayıcıları bakımından ise vazgeçilmez bir nitelik taşıyabileceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla söz konusu kanala erişimin kısıtlanmasının, rakip teşebbüslerin genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotları/asistanları pazarında rekabet etme imkanlarını önemli ölçüde zayıflatarak dışlanmalarına yol açabileceği değerlendirilmektedir.
- (138) Yukarıdaki hususlara ilave olarak; META'nın üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp*'a erişimlerini engellemesinin META AI'nın *WhatsApp*'a entegrasyonu ve META'nın sahip olduğu veri gücü ile birlikte de değerlendirilmesi gerekmektedir. Bahsedildiği üzere yapay zekâ teknolojilerinde veri, modelin geliştirilmesinde temel unsuru ihtiva etmektedir. Bir model, ne kadar fazla ve çeşitli kullanıcı etkileşimine erişirse, dili anlama, doğru cevap verme ve kullanıcı davranışlarını öğrenme kapasitesinin de o oranda artması beklenmektedir. Nitekim sektördeki oyunculardan;
- (.....) tarafından eğitim ve temellendirme amacıyla verilere erişimin kritik bir rol oynadığı, kullanım verilerine ek olarak büyük ölçekli ve sürekli güncellenen tescilli veri kaynaklarını kontrol eden sağlayıcıların, rakiplerinin kolayca taklit edemeyeceği biçimlerde konuşma araçlarını eğitebildiği, temellendirebildiği ve geliştirebildiği, bu durumun ise ölçek, veri ve performans avantajlarının zaman içinde birbirini güçlendirdiği kendiliğinden pekişen bir dinamik yarattığı,
 - (.....) tarafından META AI'nın hâkim konumdaki bir mesajlaşma platformuna entegre edilmiş tek yapay zekâ hizmeti olarak, kullanıcı etkileşimlerinden elde edilen yüksek hacimli verilere ayrıcalıklı erişim sağladığı; bu durumun kişiselleştirme ve hizmetin sürekli geliştirilmesi bakımından önemli bir avantaj yarattığı,
 - (.....) tarafından verilere erişimin (.....) dâhil tüm yapay zekâ asistanlarının geliştirilmesi ve eğitiminin yanında güncel cevaplar sunulması için de oldukça önemli olduğu
- hususları ifade edilmektedir.
- (139) Öncelikle sürecinde META'dan META AI'nın geliştirilmesi ve kişiselleştirilmesi kapsamında hangi verilerin kullanıldığı hususunda bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda META AI'nın; (.....) ait verilerden beslendiği belirtilmektedir.
- (140) Kurulun *Facebook/WhatsApp* kararına uyum kapsamında META, kullanıcıların ancak açık ve özgür iradeleriyle *Facebook*, *Instagram* ve *WhatsApp* hesaplarını "Hesaplar Merkezi"ne eklemeleri halinde söz konusu platformlardan elde ettiği verileri birleştirebilmektedir. Bu çerçevede, META AI'nın da kullanıldığı hizmet kapsamında geçerli olan veri birleştirme ilkelerine tabi olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin META AI aracılığıyla *Instagram*'dan elde edilen kişisel veriler ile META AI aracılığıyla *Facebook*'tan elde edilen kişisel veriler, bu hesapların aynı Hesaplar Merkezi'ne eklenmiş olması halinde birleştirilebilmektedir.
- (141) Bu bilgiler dâhilinde META'nın META AI'nın geliştirilmesi ve kişiselleştirilmesi için geniş kapsamlı veri kaynaklarından yararlandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca kullanıcıların *Facebook*, *Instagram* ve *WhatsApp* hesaplarını aynı "Hesaplar Merkezi" altında birleştirmeleri hâlinde, META AI kullanımından elde edilen verilerin de platformlar arası

şekilde bir araya getirilebilmesi mümkün hâle gelmektedir. Bu durumun, META'nın sahip olduğu çoklu platform ekosistemi dikkate alındığında, META AI hizmetinin kişiselleştirilmesi ve geliştirilmesi bakımından önemli veri avantajları sağladığı değerlendirilmektedir.

- (142) Bunun yanında, üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerindeki faaliyetlerinin engellenmesiyle birlikte META AI'nın *WhatsApp* içerisindeki tek yapay zekâ hizmeti olarak konumlanması, söz konusu veri avantajını daha da güçlendirmektedir. Zira META, *WhatsApp* entegrasyonu sayesinde önemli ölçüde bir kullanıcı tabanına erişim imkânı elde etmektedir. Önceki kısımlarda yer aldığı üzere, *WhatsApp* tüketici iletişim hizmetleri pazarında 2026 itibarıyla (.....) ortalama GAK sayısına sahiptir. (.....) CHATGPT'nin ise mobil uygulaması üzerinden elde ettiği GAK sayısı 2026 itibarıyla (.....) civarındadır. Bu çerçevede META AI, söz konusu entegrasyon ile 2022 yılından itibaren pazarda faaliyet gösteren ve (.....) OPEN AI'nın yaklaşık (.....) katı kullanıcı potansiyeline sahiptir. Bunun yanı sıra *WhatsApp*, TÜİK Hanehalkı BT Kullanım Araştırması'na göre 2025 yılında bireylerin %88,6 ile en fazla kullandığı uygulama olmuş, Dijital 2026 Türkiye raporuna göre ise Ekim 2025 itibarıyla %88,9 ile *Instagram*'dan sonra ikinci sırada yer almıştır. Bu çerçevede, *WhatsApp* yalnızca yüksek kullanıcı sayısına sahip bir mesajlaşma uygulaması olmakla kalmamakta, kullanıcıların gündelik dijital tüketiminin de merkezinde yer alan bir platform niteliği taşımaktadır. Bu doğrultuda, META AI'nın böylesine geniş bir potansiyel kullanıcı kitlesinin etkileşimlerinden elde edilen veriler sayesinde kişiselleştirme kapasitesinin artması, kullanıcıların ilgili hizmete yönelik bağımlılığını güçlendirebilecek nitelik taşımaktadır. Nitekim kullanıcının geçmiş etkileşimleri, tercihleri, çalışma biçimi ve kişisel bağlamı, zaman içerisinde ilgili yapay zekâ hizmeti bakımından bir tür "kişiselleştirilmiş hafıza" oluşturmaktadır. Bu duruma bizatihi META'nın CEO'su Mark ZUCKERBERG tarafından da *"Bence şu anda görmeye başladığımız trendlerden biri de bu alanlarda kişiselleştirme. Şu anda deneyim kişiselleştirilmemişse, farklı uygulamalara gidip farklı sorulara oldukça benzer cevaplar alabiliyorsunuz. Ancak bir yapay zekâ sizi, önemsedığınız şeyleri ve bağlamı tanımaya başladığında ve zaman içinde onunla yaptığınız konuşmalardan hafıza oluşturmaya başladığında, bunun biraz daha belirleyici bir unsur haline geleceğini düşünüyorum."*¹⁰³ ifadeleriyle dikkat çekilmektedir. Kullanıcıların ise önyüklü olarak gelen ve işlevselliği tatmin edici bir düzeyde bulunan bir hizmet karşısında, alternatif uygulamaları arama, indirme ve kullanma olasılığı düşüktür. Söz konusu statüko önyargısının üstesinden gelmek ve kullanıcıların alternatifler aramasını sağlamak için, hizmet sağlayıcıların kullanıcıyı, hizmetlerinin önyüklü hizmete kıyasla daha iyi olduğuna ikna etmeleri gerekmektedir¹⁰⁴. Dolayısıyla yapay zekâ pazarının henüz dinamik ve büyüme aşamasında bulunan yapısı, *WhatsApp*'ın kullanıcı erişimi bakımından sahip olduğu stratejik konum ve META'nın değinilen veri avantajları birlikte değerlendirildiğinde, üçüncü taraf genel amaçlı üretken yapay zeka sohbet robotu/asistanlarının *WhatsApp*'ta faaliyet göstermelerinin engellenmesinin, META AI lehine bir kilitlenme etkisi(*lock-in*) yaratacağı ve genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanları pazarında dışlayıcı bir etki doğuracağı yönünde ciddi şüphe oluşmaktadır.

¹⁰³<https://investor.atmeta.com/investor-events/>, Q1 2025 Earnings Call Transcript, Erişim Tarihi: 29.04.2026.

¹⁰⁴ CASE AT.40099 sayılı *Google Android*, para.782.

I.3. Geçici Tedbir Uygulanmasına Yönelik Değerlendirme

- (143) Önceki bölümlerde ifade edildiği üzere, META'nın küresel çapta İşletme Koşulları'nda yaptığı değişiklik ile *WhatsApp* bünyesinde faaliyet gösteren üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının, yapay zekânın birincil hizmet olarak sunulduğu durumlarda, kullanıcılarla *WhatsApp* üzerinden iletişim kurmalarını yasaklamasına ilişkin olarak çeşitli ülkelerdeki rekabet otoriteleri tarafından soruşturmalar başlatılmış; ayrıca İşletme Koşulları'ndaki değişikliklere yönelik geçici tedbir süreçleri de işletilmiştir.
- (144) AGCM, inceleme kapsamında gerçekleştirdiği geçici tedbir değerlendirmesinde, META'nın *WhatsApp* İşletme Koşulları'nı değiştirerek rakip genel amaçlı yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp*'a erişimlerini engellemesinin, hâkim durumun kötüye kullanılması niteliğini haiz olduğunu belirtmekte ve *WhatsApp*'ın geniş kullanıcı tabanı, yerleşik kullanım alışkanlığı ve uygulama indirmeden hizmete erişim imkânı nedeniyle yapay zekâ sağlayıcıları için önemli bir dağıtım kanalı olduğu kabulüne yer vermektedir. Özellikle kullanıcı tabanı henüz oluşmamış veya ölçeklenme aşamasındaki rakipler bakımından *WhatsApp*'a erişimin engellenmesinin pazara giriş ve büyüme imkânlarını ciddi şekilde sınırlayacağı; *WhatsApp*'ın kullanıcı tabanı ve META AI'nın kişiselleştirme kapasitesi nedeniyle, kullanıcıların zamanla META AI'ya bağımlı hâle gelebileceği ve rakiplerin sonradan bu avantajı telafi etmekte zorlanacağı belirtilmektedir. Bu çerçevede, soruşturma sonuçlanana kadar rakiplerin *WhatsApp*'tan dışlanmasının rekabeti, inovasyonu ve tüketici tercihlerini geri döndürülemez biçimde zedeleyebileceği hususları vurgulanarak, nihai karar verilene kadar *WhatsApp* İşletme Koşulları'nın İtalya bakımından uygulanmasının askıya alınmasına karar verilmiştir. AGCM tarafından yapılan değerlendirmede ayrıca, META'nın teknik kapasite ve operasyonel sürdürülebilirliğe ilişkin savunmalarının somut verilerle desteklenmediği, ayrıca platformun META AI ve bazı yapay zekâ çözümlerine hizmet vermeye devam etmesinin bu gerekçeleri zayıflatığı hususlarına da yer verilmektedir¹⁰⁵.
- (145) AGCM'nin geçici tedbir kararı sonrasında META, 30.12.2025 tarihinden itibaren İtalya ülke koduyla kayıtlı telefon numarasına sahip *WhatsApp* kullanıcıları bakımından genel amaçlı yapay zekâ sohbet robotlarına erişimi yeniden sağlamıştır. Akabinde META, 16.02.2026 tarihinde *WhatsApp* İşletme Koşulları'nda yaptığı değişiklik ile genel amaçlı yapay zekâ sağlayıcılarının söz konusu hizmete erişimini belirli bir ücretlendirme rejimine tabi kılmıştır. Bu çerçevede, 16.03.2026 itibarıyla yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden sağladığı hizmette, İtalyan telefon numaralarına gönderdikleri her mesaj için 0,0691 ABD doları (yaklaşık 3,10 TL)¹⁰⁶ ücret talep edilmeye başlanmıştır.
- (146) META'nın söz konusu eylemine ilişkin geçici tedbir sürecinin yürütüldüğü bir diğer yargı bölgesi olan Brezilya'da da benzer şekilde, *WhatsApp*'ın mesajlaşma pazarında son derece yüksek kullanıcı yaygınlığına sahip olduğu ve META'nın bu pazardaki güçlü konumunu, yapay zekâ çözümleri pazarında rekabet avantajı sağlamak amacıyla kullanabileceğine işaret eden ciddi emareler bulunduğu hususları ele alınmıştır. Bu çerçevede, İşletme Koşulları'ndaki değişikliğin, rakip yapay zekâ hizmet sağlayıcılarını dışlayıcı nitelikteki bir stratejinin parçası olabileceği ve hâkim durumun kötüye kullanılması teşkil edebileceği yönünde ilk bakışta yeterli şüphe olduğu sonucuna varılarak hem ihlalin varlığına ilişkin kuvvetli emarelerin mevcut olduğu hem de

¹⁰⁵AGCM META AI, <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2025/12/A576>, Erişim Tarihi: 29.04.2026.

¹⁰⁶ 29.04.2026 itibarıyla Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) ABD doları alış kuru (1 ABD Doları=44,98 TL) üzerinden Türk Lirasına çevrilmiştir.

uygulamanın devamı hâlinde rekabet yapısı bakımından telafisi güç zararlar doğabileceği kanaatine ulaşılmıştır. Sonuç itibarıyla, 12.01.2026 tarihinde META'nın üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının WABAPI'ye erişimini yasaklayan yeni sözleşme hükümlerinin uygulanmasının geçici olarak durdurulmasına yönelik geçici tedbir kararı alınmıştır. META, söz konusu geçici tedbir kararına uyum sağlamak amacıyla üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının WABAPI'ye erişimini yeniden tesis ettiğini bildirmiştir. Bununla birlikte META, Brezilya'da İtalya'ya paralel biçimde bu erişimi ücretlendirmeye tabi tutmuştur¹⁰⁷. Bu çerçevede, 11.03.2026 itibarıyla yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden sağladığı hizmette, Brezilya telefon numaralarına gönderdikleri her mesaj için 0,0625 ABD doları (yaklaşık 2,81 TL)¹⁰⁸ ücret talep edilmeye başlanmıştır.

- (147) Son olarak Komisyon da META'nın anılan eylemlerine ilişkin olarak başlattığı soruşturma kapsamında, 09.02.2026 tarihinde META'ya geçici tedbir uygulanmasına yönelik bir "İtiraz Bildirimi" gönderildiğini ve üçüncü taraf genel amaçlı yapay zekâ asistanlarının *WhatsApp*'tan dışlanması ilk bakışta (*prima facie*) hâkim durumun kötüye kullanılması niteliğini taşıyabileceği yönünde ön değerlendirme yapıldığını açıklamıştır. META, söz konusu İtiraz Bildirimi'ne 02.03.2026 tarihinde yanıt vermiştir. Akabinde, AB ve Brezilya'da faaliyet gösteren yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp*'a sınırlı bir süreyle (bir yıl) yeniden erişebilmesine izin vereceğini duyurmuştur. Bununla birlikte META, bu erişimi ücretlendirmeye tabi tutarak, erişimi yeniden tesis etmekle birlikte ekonomik koşulları değiştiren yeni bir düzenlemeyi yürürlüğe koymuştur¹⁰⁹. Bu çerçevede, 11.03.2026 itibarıyla yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden sağladığı hizmet kapsamında, AB telefon numaralarına gönderilen mesajlar, ilgili ülkenin tabi olduğu ücret tarifesine göre ücretlendirilmeye başlanmıştır. Ücretlendirme tutarları mesaj başına en düşük 0,0592 USD (Batı Avrupa ülkeleri, yaklaşık 2,66 TL) ile en yüksek 0,1597 USD (Hollanda, yaklaşık 7,18 TL) aralığında değişmektedir^{110,111}.
- (148) Komisyon bunun üzerine 15.04.2026 tarihinde META'ya "Tamamlayıcı İtiraz Bildirimi" (*Supplementary Statement of Objections*) göndermiştir. Anılan bildirimde, Komisyonun ön incelemesine göre, META'nın *WhatsApp*'a erişimi yeniden tesis etmekle birlikte bu erişimi ücretlendirme koşuluna bağlayan yeni politikasının önceki erişim kısıtlamasıyla eşdeğer nitelikte olduğu belirtilmiştir. Komisyon, erişimin ücretlendirilmesi suretiyle getirilen yeni düzenlemenin, üçüncü taraf yapay zekâ asistanlarının *WhatsApp* üzerinden kullanıcıya erişimini fiilen zorlaştırarak önceki fiilî dışlama etkisini sürdürdüğüne ilişkin ön bulgulara ulaşmıştır. Bu kapsamda Komisyon, söz konusu politika değişikliklerinin rekabet üzerinde ciddi ve telafisi güç zararlar doğurma riski taşıdığı kanaatiyle geçici tedbir uygulanmasını değerlendirdiğini duyurmuştur¹¹².
- (149) Öneri sürecinde (.....) tarafından da META'nın üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp* üzerinden faaliyet göstermesini yasaklayan politika değişikliğine yönelik olarak geçici tedbir uygulanması talep edilmektedir. Bu kapsamda (.....) tarafından;

¹⁰⁷ <https://content.mlex.com/#/content/1718451/>, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

¹⁰⁸ 29.04.2026 itibarıyla TCMB ABD doları alış kuru (1 ABD Doları=44,98 TL) üzerinden Türk Lirasına çevrilmiştir.

¹⁰⁹ <https://content.mlex.com/#/content/1717353/>, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

¹¹⁰ <https://business.whatsapp.com/products/platform-pricing>, Erişim Tarihi: 29.04.2026.

¹¹¹ 29.04.2026 itibarıyla TCMB ABD doları alış kuru (1 ABD Doları=44,98 TL) üzerinden Türk Lirasına çevrilmiştir.

¹¹² https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_26_805, Erişim Tarihi: 19.04.2026.

- 2026 yılının başı itibarıyla yaklaşık 55,6 milyon aylık aktif kullanıcı ile Türkiye'nin en popüler mesajlaşma uygulaması olan *WhatsApp*'ın(.....)
- (.....)
- (.....)
- Bu bağlamda, META'nın üçüncü taraf yapay zekâ hizmetlerini *WhatsApp*'tan kaldıran yeni WABAPI politikasının, yapay zekâ destekli görevler için *WhatsApp*'ı kullanan pek çok kullanıcı bakımından pazarın ivedi ve giderek artan bir şekilde META AI lehine evrilmesi riskini doğurduğu,
- META'nın daha önce (.....) yapay zekâ sağlayıcılarını WABAPI'yi kullanarak yapay zekâ hizmetleri sunmaları konusunda aktif şekilde teşvik etmesi akabinde mevcut durumda yalnızca rakip yapay zekâ hizmetlerini kapsam dışında bırakma kararının nesnel olmadığı, ayrıca ayrımcı ve gerekçesiz olduğu,
- META'nın politika değişikliğinden kaynaklanan zararın yapısal, derhal ortaya çıkan ve telafi edilemez nitelikte olduğu,
- *WhatsApp*'tan dışlanmanın rakip yapay zekâ hizmetlerinin, özellikle birçoğunun, kısa ve basit yapay zekâ destekli görevler için *WhatsApp*'ı fiilen tek pratik arayüz olarak kullanan oyuncuların, (.....),
- Erişimin, daha sonraki bir süreçte bir ihlal kararını takiben yeniden sağlanması durumunda dahi, zararın çoktan gerçekleşmiş olacağı, zira META AI'nın yalnızca *WhatsApp* içerisinde mevcut olan ve varsayılan yapay zekâ hizmeti hâline gelmekle kalmayıp aynı zamanda kullanıcı alışkanlığı, kişiselleştirme ve varsayılan tercih eğilimi doğrultusunda, kullanıcıların META'nın yapay zekâ hizmetlerine olan bağlılığını güçlendireceği,
- META AI'nın, hâkim konumdaki bir mesajlaşma platformuna entegre edilmiş tek yapay zekâ hizmeti olarak, kişiselleştirme yapılmasını ve yapay zekâ hizmetinin sürekli olarak geliştirilmesini mümkün kılacak şekilde, dünyanın önde gelen mesajlaşma kanalında kullanıcı etkileşimlerinden elde edilen büyük miktardaki verilere ayrıcalıklı erişimden faydalandığı,
- META'nın eylemlerinin; *WhatsApp* kullanıcılarını META AI'ya yönlendirmek ve çoklu kullanımı kısıtlamak suretiyle kaldırıcı ve bağlama unsurlarını taşıdığı, hâkim durumdaki mesajlaşma platformundan rakip yapay zekâ hizmetleri kaldırılırken META AI'nın muhafaza ve teşvik edilmesi suretiyle ayrımcı dışlamada bulunduğu ve son olarak önceden tanınmış erişimin objektif bir gerekçe olmaksızın geri çekilmesi davranışlarının etkin rekabeti dışlayan ve tüketici tercihlerini kısıtlayan çok boyutlu bir hâkim durumun kötüye kullanılması unsurunu teşkil ettiği, bu koşullar altında ise geçici tedbirlerin hem gerekli hem de ölçülü olduğu,
- Bu itibarla, yürütülen inceleme sonuçlanıncaya kadar ilgili *WhatsApp* politikasının askıya alınması gerektiği ve META'nın *WhatsApp* üzerinde META AI'yı kayırmasının engellenmesi gerektiği,
- Aynı davranış bakımından İtalya'da ve Brezilya'da uygulanan geçici tedbir kararları ile Komisyon nezdindeki incelemede de geçici tedbir sürecinin bekleme aşamasında olduğu mevcut durumda, Türkiye'de alınacak geçici tedbir kararının META üzerinde aşırı bir yük oluşturmaksızın mevcut durumu (*status quo*) koruyacağı, nihai kararın etkinliğini güvence altına alacağı ve rekabet açısından Türkiye'de yapay zekâ hizmetlerinde meydana gelecek telafisi imkânsız zararları önleyeceği

hususlarına yer verilerek META'ya geçici tedbir uygulanması hususunun değerlendirilmesi arz edilmektedir.

(150) (.....) isimli yapay zekâ asistanı hizmetini sunan (.....) tarafından;

- META'nın üçüncü taraf yapay zeka sağlayıcılarının *WhatsApp*'a erişimlerini engellemesinin (.....) faaliyetlerini önemli ölçüde etkilediği, zira (.....) bu nedenden ötürü (.....), ayrıca erişimin engellenmesiyle birlikte (.....) kullanıcılarının çoğunu kaybettiği, (.....) kullanıcılarını (.....) geçmeye ikna etmeye çalıştığı, ancak birçok kullanıcının bunu yapmadığı,
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- Bu çerçevede, META tarafından uygulanan yasak ve sonrasında getirilen fiyatlandırma politikasının olmadığı durumda, (.....)'ın (.....) kullanıcı tabanının önemli ölçüde daha yüksek seviyelere ulaşacağını değerlendirildiği,
- (.....) Kurumun başlattığı süreci memnuniyetle karşıladığı ve Kurumu, Brezilya'da ve İtalya'da hâlihazırda uygulanmış olan tedbirler ile Komisyon tarafından değerlendirilmekte olan tedbirleri benimsemeye davet ettiği,
- Bu kapsamda *WhatsApp*'a erişim yasağının kaldırılmasına ilave olarak aynı veya benzer etkiyi doğuran tedbirlerin META tarafından uygulanmasının da engellenmesi gerektiği, nitekim Avrupa ve Brezilya'daki tecrübelerin erişim yasağının kaldırılmasına yönelik basit bir yükümlülüğün tek başına yeterli olmadığını gösterdiği, özellikle *WhatsApp*'ın yapay zekâ asistanlarına yönelik olarak uygulamaya koyduğu ve bu hizmetlerin ticari olarak sürdürülebilirliğini ortadan kaldıracak ölçüde ücret öngören yeni fiyatlandırma politikasının işlevsel açıdan bir yasakla eşdeğer sonuçlar doğurduğu

hususları ifade edilmektedir.

- (151) 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrası "*nihai karara kadar ciddi ve telafi olunamayacak zararların doğması ihtimalinin bulunduğu durumlarda, ihlalden önceki durumu koruyucu nitelikte*" geçici tedbir kararı alınabileceğini düzenlemektedir.
- (152) Rekabet Terimleri Sözlüğü'nde geçici tedbir kararları "*bir rekabet incelemesi sonuçlanana kadar, piyasada sonradan onarılamayacak bir zararın oluşmaması için, rekabet otoritelerinin inceleme süresince teşebbüslere getirdiği ve ihlalden önceki durumu korumaya yönelik önlemler*" olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, Kurulun geçici tedbir kararı verebilmesi için ortada bir ihlal şüphesinin olması, ciddi ve telafi edilemeyecek zarar tehlikesinin varlığı, tedbir kararının ihlalden önceki durumu koruyucu nitelik taşıması ve nihai kararın kapsamının aşılması şartlarının kümülatif olarak sağlanması gerekmektedir¹¹³.
- (153) Geçici tedbir kararının verilebilmesi için gerekli olan ilk şart, ihlal şüphesinin varlığı olarak belirlenmiştir. Bu noktada, söz konusu şartın sağlandığının kabul edilmesi için hangi standardın aranacağı önem arz etmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrasında açıkça ifade olunmamakla birlikte, geçici tedbirlere başvurulabilmesi için Kurulun hakkında önaraştırma ya da soruşturma yürüttüğü teşebbüslerin davranışlarını, Kanun'un 4, 6 veya 7. maddelerini ihlal edici bulması gereklidir. Ancak burada sözü edilen ihlal ile nihai kararla tespit olunacak türde bir ihlal

¹¹³ Ankara 9. İdare Mahkemesinin 25.05.2022 tarihli, 2021/2069 E. ve 2022/1157 K. sayılı kararı.

değil, geçici tedbir uygulanmasını haklı kılacak derecedeki kuvvetli ihlal şüphesi kastedilmektedir.

- (154) Dosya kapsamında, *WhatsApp*'ın gerek küresel gerek Türkiye'deki konumu; AAK ve GAK sayıları, mobil uygulamanın indirilme sayıları, kullanıcı etkileşimine yönelik göstergeler, pazara giriş engelleri ve alıcı gücü çerçevesinde ele alınmış ve META'nın *WhatsApp* hizmeti ile tüketici iletişim hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğu tespit edilmiştir. META'nın *WhatsApp* İşletme Koşulları'nda yaptığı değişiklik ile rakiplerinin, yapay zekâ hizmetini birincil olarak sundukları durumda, *WhatsApp* üzerinden hizmetlerini sunacak şekilde kullanıcılarla iletişim kurmalarının engellenmesi yönündeki davranışının, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında rekabetin ihlal edildiğini gösteren ciddi bulgu niteliğinde olduğu değerlendirilmektedir. Zira *WhatsApp*'ın geniş kullanıcı tabanı, kullanıcı etkileşimi, yapay zekâ hizmetleri bakımından kullanımı kolay arayüzü ve kullanıcının mevcut dijital ortamından çıkmadan yapay zekâ hizmetlerinden faydalanabilmesini sağlaması gibi özelliklerinden ötürü kritik bir dağıtım kanalı olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede, *WhatsApp*'ın kendi dağıtım kanallarına sahip olan teşebbüsler bakımından önemli olduğu, öte yandan faaliyetlerini üçüncü taraf platformlarla entegrasyon üzerine kurgulayan yapay zekâ sağlayıcıları bakımından ise nerdeyse vazgeçilmez nitelikte olduğu sonucuna varılmıştır. Özellikle pazarın bulunduğu olgunlaşma sürecinde; pazarda faaliyet gösteren, pazara yeni giriş yapan ve/veya büyüme aşamasında bulunan yapay zekâ hizmetleri bakımından *WhatsApp*'ın rakiplere kapatılmasının, bu oyuncuların kullanıcı edinme ve hizmetlerini çeşitlendirme yeteneklerini olumsuz etkileyerek rekabeti önemli ölçüde zayıflatabileceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla META'nın 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiğine yönelik kuvvetli şüphenin bulunması nedeniyle geçici tedbir kararı alınabilmesi için gerekli olan ilk şartın karşılandığı kanaatine ulaşılmıştır.
- (155) Geçici tedbir kararının uygulanabilmesi için aranan bir diğer koşul, ciddi ve telafisi mümkün olmayan bir zararın ortaya çıkma tehlikesinin bulunmasıdır. Üçüncü taraf yapay zekâ sağlayıcıları 2023 itibarıyla *WhatsApp* üzerinde faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu süreçte META, gerek kamuya açık duyurularıyla gerekse de yapay zekâ sağlayıcılarıyla olan birebir iletişimlerinde bu teşebbüslerin *WhatsApp*'ta faaliyet göstermesini teşvik etmiş ve teknik destek sağlamıştır. META'nın bu eylemlerinin bir sonucu olarak 2023 yılından itibaren kayda değer bir süre boyunca çeşitli teşebbüslerin *WhatsApp* platformunu son kullanıcılara ulaşmak için kullandığı görülmektedir. Söz konusu teşebbüsler arasında faaliyetlerini büyük ölçüde mesajlaşma platformları üzerine kurgulayanlar da bulunmaktadır.
- (156) *WhatsApp*'ın sahip olduğu geniş kullanıcı kitlesi, yüksek kullanım sıklığı ve kullanıcıların günlük iletişim alışkanlıkları içerisindeki merkezi konumu, yapay zekâ hizmet sağlayıcılarının kullanıcılara ulaşmasını, kullanıcı etkileşimini artırmasını ve hizmetlerini daha kısa sürede yaygınlaştırmasını kolaylaştırmaktadır. Özellikle pazara yeni giren veya görece daha sınırlı kullanıcı tabanına sahip teşebbüsler bakımından, *WhatsApp* geniş kullanıcı kitlelerine hızlı ve düşük maliyetle ulaşım imkânı sunmaktadır. Bu çerçevede yüksek kullanıcı penetrasyonuna sahip *WhatsApp* kanalının, söz konusu teşebbüslerin pazarda tutunması ve büyümesi bakımından belirleyici bir platform haline geldiği söylenebilecektir. Öneri sürecinde bazı teşebbüsler META'nın eylemleri sonucunda (.....) lansman planlarını sonlandırdıklarını ifade etmişlerdir. Diğer yandan, *WhatsApp* platformu haricinde de mobil uygulama ve internet sitesi kanalıyla hizmetlerini sunan bazı teşebbüslerin ((.....)) toplam kullanıcı sayıları içerisinde *WhatsApp* kanalından edinilen kullanıcı sayısının azımsanmayacak bir seviyede olduğu, *WhatsApp* kanalında yer almayan teşebbüslerin de yüksek

kullanıcı potansiyeli taşıyan *WhatsApp*'ı önemli bir kanal olarak gördükleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla, *WhatsApp* kanalına erişim kaybı, teşebbüslerin yatırım, büyüme ve pazara giriş planlarını geri döndürülemez biçimde zayıflatabilecektir.

- (157) Ayrıca İşletme Koşulları'ndaki değişiklik ertesinde, META AI'nın *WhatsApp* üzerindeki tek genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotu/asistanı olarak kalacak olması söz konusu endişeleri daha da güçlendirmektedir. META'nın *WhatsApp* üzerinden uzun bir döneme yayılan çok sayıda kullanıcı verisini içeren oldukça geniş bir veri setine sahip olduğu ve bu verilerin bir yapay zekâ temel modelinin eğitilmesinde kritik öneme sahip olduğu söylenebilecektir. Dolayısıyla, META AI'nın *WhatsApp*'taki yegâne yapay zekâ sohbet robotu/asistanı olarak kalması ve META'nın sahip olduğu veri avantajı, yapay zekâ teknolojisinin doğası gereği kişiselleştirme kapasitesinin zamanla geri döndürülemeyecek şekilde artarak sunulmasına, böylece kullanıcıların META AI'ya kilitlenmesine sebep olabilecektir. Bu süreçte rekabetçi olmayacak şekilde META AI lehine oluşacak söz konusu avantajın nihai karar sonrasında etkili biçimde giderilmesi mümkün olmayabilecektir. Zira dijital pazarlarda statüko önyargısının üstesinden gelmek ve kullanıcıların alternatifler aramasını sağlamak için hizmet sağlayıcıların kullanıcıyı, hizmetlerinin önyüklü hizmete kıyasla daha iyi olduğuna ikna etmeleri gerekmektedir¹¹⁴. Nitekim önaraştırma kapsamında elde edilen verilerden, META AI'nın toplam kullanıcı sayısı içerisinde *WhatsApp* kanalından elde ettiği kullanıcı oranının oldukça yüksek olduğu ve *WhatsApp*'a görünür şekilde entegre olması akabinde, *WhatsApp*'ta META AI'dan daha uzun süredir faaliyet gösteren yapay zekâ sağlayıcılarından daha fazla kullanıcı sayısına ulaştığı tespit edilmiştir.
- (158) Tüm bu değerlendirmeler ışığında, META'nın rakip yapay zekâ sağlayıcılarının *WhatsApp*'ta faaliyet göstermesini engelleyen politikaları nedeniyle rakip yapay zekâ sağlayıcılarının ciddi ve telafisi güç zararlara uğrayabileceğini söylemek mümkündür. Böylelikle geçici tedbir kararı alınabilmesi için gerekli diğer şart olan "*nihai karara kadar ciddi ve telafisi olunmayacak zararların ortaya çıkma tehlikesi*"nin bulunduğu tespit edilmektedir.
- (159) Son olarak uygulanması muhtemel geçici tedbirin, 4054 sayılı 9. maddesinin dördüncü fıkrasında yer alan "*nihai kararın kapsamını aşmama*" unsuru bakımından değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, ciddi ve telafisi olmayacak zararların önlenmesiyle sınırlı olmasının temin edilmesi bakımından; META'nın üçüncü taraf genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotlarının/asistanlarının *WhatsApp* üzerinden yapay zekâ hizmetlerini birincil hizmet olarak sunabilmelerini sağlayan koşulları, söz konusu hizmetlerin sunulmasını fiili ve ekonomik olarak zorlaştırmayacak şekilde, tesis etmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Böylelikle geçici tedbirin nihai kararın kapsamını aşmayacak ve ihlalden önceki durumu koruyucu olacak nitelikte olduğu da söylenebilecektir.
- (160) Sonuç olarak dijital pazarlarda gözlemlenen rekabet sorunlarına müdahalede geç kalınması durumunda pazardaki rekabet ortamının zarar göreceği ve çoğunlukla geri dönüşü mümkün olmayan sonuçlar doğma ihtimalinden hareketle, ciddi ve telafisi mümkün olmayacak zararların önlenmesi bakımından 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrası uyarınca; META'nın üçüncü taraf genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotlarının/asistanlarının *WhatsApp* üzerinden yapay zekâ hizmetlerini birincil hizmet olarak sunabilmelerini sağlayan koşulları, söz konusu hizmetlerin sunulmasını fiili ve ekonomik olarak zorlaştırmayacak şekilde, tesis

¹¹⁴ CASE AT.40099 sayılı *Google Android*, para.782.

etmesine yönelik geçici tedbir kararı alınması gerektiği kanaatine varılmıştır. Söz konusu geçici tedbir mekanizmasının, nihai karar verilene kadar oluşabilecek potansiyel rekabet karşıtı sorunları bertaraf edebileceği değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra, META'nın belirli operasyonel ve teknik süreçleri tamamlayabilmesi adına, geçici tedbirin gerekliliklerinin gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 1 ay içerisinde yerine getirilmesinin uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

J. SONUÇ

(161) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrası uyarınca,

- Meta Platforms, Inc., Meta Platforms Ireland Limited, WhatsApp LLC ve Meta Platforms İstanbul Bilişim Hizmetleri Limited Şirketinden oluşan ekonomik bütünlüğün, üçüncü taraf genel amaçlı üretken yapay zekâ sohbet robotlarının/asistanlarının *WhatsApp* üzerinden yapay zekâ hizmetlerini birincil hizmet olarak sunabilmelerini sağlayan koşulları, söz konusu hizmetlerin sunulmasını fiili ve ekonomik olarak zorlaştırmayacak şekilde, tesis etmesine yönelik geçici tedbir uygulanmasına,
- Geçici tedbir alınmasına yönelik gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 1 ay içerisinde bahse konu geçici tedbir kararında öngörülen yükümlülüklerin yerine getirilmemesi durumunda 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 17. maddesi uyarınca teşebbüs hakkında idari para cezası uygulanmasına

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.