



BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÖZEL HUKUK ANABİLİM DALI

**İNTERNET ORTAMINDA HAKSIZ REKABET HALLERİ VE
ERİŞİMİN ENGELLENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

AYŞE SENANUR AYGÜR

Bursa - 2024



BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÖZEL HUKUK ANABİLİM DALI

**İNTERNET ORTAMINDA HAKSIZ REKABET HALLERİ VE
ERİŞİMİN ENGELLENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

AYŞE SENANUR AYGÜR

Danışman: PROF. DR. HALİT AKER

BURSA - 2024

ÖZET

Yazar adı soyadı: Ayşe Senanur Aygür

Üniversite: Bursa Uludağ Üniversitesi

Enstitü: Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim dalı: Özel Hukuk Anabilim Dalı

Bilim dalı: Ticaret Hukuku Bilim Dalı

Tezin niteliği: Yüksek lisans

Mezuniyet tarihi/...../20....

Tez danışmanı: Prof. Dr. Halit Aker

İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Erişimin Engellenmesi

Teknolojinin gelişmesi ve internetin günlük hayatın bir parçası haline gelmesiyle birlikte, ticaret de elektronik ortama taşınmıştır. Böylelikle bilgi edinmek ve açıklamalarda bulunmak kolaylaşmış, aynı zamanda internet ortamının ticarete elverişliliği sayesinde yeni bir rekabet ortamı olarak küresel bir pazar oluşmuştur. Ancak, yaşanan bu gelişmeler internet ortamında uyumsuzlukları ve haksız rekabet hallerini de meydana getirmiştir.

İnternet ortamında meydana gelen başlıca haksız rekabet halleri link verilerek ya da çerçeveleme yöntemi, reklam bandı, pop up reklam, anahtar kelime, yönlendirici kod, internet alan adı, web siteleri, sosyal medya kullanılarak gerçekleştirilen hallerdir. Bu haller sınırlı sayıda olmayıp türleri her geçen gün arttığı gibi, kendi içinde de çeşitlenmektedir.

İnternet ortamının kendine özgü yapısı, bu alandaki haksız rekabet hallerine ilişkin olarak kendine özgü yaptırımların öngörülmesi ihtiyacını doğmuştur. Bu çerçevede internet ortamındaki hukuka aykırılıklar bakımından erişimin engellenmesi kararı verilmeye başlanmıştır. Ancak erişimin engellenmesi kararının temel hak ve özgürlüklere müdahale eden yapısı sebebiyle hukuka uygun olması için hakkın özüne dokunmamalı, demokratik toplumun gereklerine uygun ve ölçülü olmalı, karar ile sağlanması beklenen yarar ve verilmesi ihtimal dahilinde bulunan zarar arasında makul bir oran bulunmalıdır.

Haksız rekabetin söz konusu olması halinde, haksız rekabetin tespiti, men'i, eski hale iadesi veya tazminat davaları açılabilir. İnternet ortamındaki ihlallere yönelik olarak açılacak tespit, men ve eski hale iade davaları bakımından asli sorumlu olan haksız rekabet eyleminin failinin yanında, kusuru bulunmasa dahi, teknik aracılık eden hizmet sağlayıcının da sorumluluğu söz konusu olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Erişimin Engellenmesi, Haksız Rekabet Hukukunda Erişimin Engellenmesi, Hizmet Sağlayıcı, Hukuk Mahkemeleri Tarafından Erişimin Engellenmesi Kararı Verilmesi, İnternet Ortamında Haksız Rekabet,



ABSTRACT

Name & surname: Ayşe Senanur Aygür

University: Bursa Uludağ University

Institute: Institute of Social Sciences

Field: Department Of Private Law

Subfield: Commercial Law

Degree awarded: Master

Date of degree awarded/...../20....

Supervisor: Prof. Dr. Halit Aker

Unfair Competition on the Internet and Blocking Access

With the advancement of technology and the integration of the internet into daily life, commerce has also transitioned into the electronic environment. Due to the suitability of the internet environment for commerce, a global market has emerged as a new competitive arena. However, these developments have also given rise to disputes and instances of unfair competition within the internet environment.

The primary instances of unfair competition that occur in the internet environment include methods such as hyperlinking, framing; banner, pop-up, keyword advertising, metatags, domain names, websites and social media. These instances are not limited in number, their types are increasing day by day and diversifying within themselves.

The unique structure of the internet environment has necessitated the provision of unique sanctions concerning instances of unfair competition in this field. In this context, decisions to block access regarding unlawful acts in the internet environment have begun to be issued. However, due to the nature of access blocking decisions, which interfere with fundamental rights and freedoms, they must comply with the law by not infringing on the essence of the right, being suitable for the requirements of a democratic society, and being proportional, with a reasonable balance between the expected benefit of the decision and the potential harm.

In the event of unfair competition, lawsuits for the determination, prevention, or restitution of the unfair competition, or claims for damages may be filed. Concerning violations in the internet environment, in addition to the primary liability of the perpetrator of the unfair competition act, the service provider acting as a technical intermediary may also be held liable, even if there is no fault on their part.

Keywords: Blocking Access in Unfair Competition Law, Unfair Competition in the Internet Environment, Court Decisions on Blocking Access, Blocking Access, Service Provider



ÖNSÖZ

Teknolojinin gelişmesi ve ticaretin elektronik ortama taşınması, internetin günlük hayatın bir parçası haline gelmesi, bu alandaki haksız rekabet hallerinin de yaptırıma bağlanması ihtiyacını doğurmuştur. Bu çerçevede, bu çalışmada internet ortamındaki haksız rekabet hallerine ilişkin erişimin engellenmesi kararı verilmesi, internet ortamında haksız rekabet teşkil eden haller ve husumet yöneltilebilecek kişiler gibi yönleriyle birlikte incelenmiştir.

Bu incelemelerin yapıldığı tez çalışmamda, öncelikle danışmanlığımı yapmayı kabul eden, tez konumu bulmama yardımcı olan ve çalışmamın tamamında tecrübeleriyle yolumu aydınlatan değerli tez danışmanım Prof. Dr. Halit Aker'e, kıymetli yorumlarını esirgemeyen değerli jüri üyeleri Dr. Öğr. Üyesi Sercan Uçar ve Dr. Öğr. Üyesi Nazmi Ocak'a teşekkür ederim.

Ayrıca bu süreçte, hayatın her aşamasında olduğu gibi, benden maddi ve manevi desteğini esirgemeyen aileme ve dostlarıma en içten teşekkürlerimi sunarım.

Ayşe Senanur Aygür

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	i
KISALTMALAR	ii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GENEL OLARAK HAKSIZ REKABET

1.1. Haksız Rekabet Kavramı.....	3
1.1.1 Genel Olarak.....	3
1.1.2. Haksız Rekabetin Amacı ve Tanımı	5
1.1.3. Haksız Rekabet Hukukunun Rekabet Hukuku ile İlişkisi	11
1.2. Haksız Rekabetin TTK'da Düzenlenişi	12
1.2.1. Yenilik Arz Eden Düzenlemeler	12
1.2.2. Haksız Rekabetin Koşulları	14
1.2.3. Genel Düzenleme (TTK m. 54) ve Başlıca Haksız Rekabet Halleri (TTK m. 55) ile İlişkisi	16
1.2.4. Başlıca Haksız Rekabet Halleri	19
1.2.4.1. Dürüstlük Kuralına Aykırı Reklamlar ve Satış Yöntemleri ile Diğer Hukuka Aykırı Davranışlar.....	19
1.2.4.1.1. Kötüleme.....	19
1.2.4.1.2. Gerçek Dışı ve/veya Yanıltıcı Açıklamalarla Kendisini veya Üçüncü Bir Kişiyi Rekabette Öne Geçirme.....	20
1.2.4.1.3. Hakkı Olmayan Unvan, Meslek Adı, Derece ve Sembolü Kullanarak Kendini Üstün Yetenekli Gösterme	21
1.2.4.1.4. Karıştırılmaya Yol Açan Önlemler Alma	22
1.2.4.1.5. Karşılaştırma Yapma	25
1.2.4.1.6. Tedarik Fiyatının Altında Satışa Sunma Yoluyla Müşteriyi Yanıltma	28
1.2.4.1.7. Ek Edimlerle Sunumun Gerçek Değeri Hakkında Yanıltma.....	30
1.2.4.1.8. Saldırgan Satış Yöntemleri Kullanma	30
1.2.4.1.9. Gizleme Suretiyle Yanıltma	33
1.2.4.1.10. Taksitle Satış ve Tüketici Kredilerine İlişkin İlanlarda Eksik Açıklama Yapma veya Eksik Ya Da Yanlış Bilgi İçeren Sözleşme Formülleri Kullanma	33

1.2.4.2.	<i>Sözleşmeyi İhlale veya Sona Erdirmeye Yöneltilme</i>	35
1.2.4.3.	<i>Başkalarının İş Ürünlerinden Yetkisiz Yararlanma</i>	37
1.2.4.4.	<i>Üretim Sırlarını Hukuka Aykırı Olarak İfşa Etme</i>	40
1.2.4.5.	<i>İş Şartlarına Uymama</i>	40
1.2.4.6.	<i>Dürüstlük Kuralına Aykırı Genel İşlem Koşulları Kullanma</i>	41

İKİNCİ BÖLÜM

2. İNTERNET ORTAMINDA HAKSIZ REKABET

2.1.	Genel Olarak	43
2.2.	Link Verme Yoluyla Haksız Rekabet	46
2.3.	Çerçeveleme Yöntemi Yoluyla Haksız Rekabet	49
2.4.	Reklam Bantları Yoluyla Haksız Rekabet	52
2.5.	Pop Up Reklamlar Yoluyla Haksız Rekabet	54
2.6.	Anahtar Kelime Reklamları Yoluyla Haksız Rekabet	56
2.7.	Yönlendirici Kod Yoluyla Haksız Rekabet	64
2.8.	İnternet Alan Adı Kullanımı Yoluyla Haksız Rekabet	68
2.9.	Web Siteleri Yoluyla Haksız Rekabet	77
2.10.	Diğer Haller	83

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HAKSIZ REKABETTEN DOĞAN HUKUKİ SORUMLULUK VE ERİŞİMİN ENGELLENMESİ

3.1.	Haksız Rekabet Mağdurunun Hakları	89
3.1.1.	Genel Olarak	89
3.1.2.	İleri Sürülebilecek Hukuki Talepler	89
3.1.2.1.	Açılabilir Davalar	89
3.1.2.1.1.	Tespit Davası	89
3.1.2.1.2.	Men Davası	90
3.1.2.1.3.	Eski Hale İade Davası	92
3.1.2.1.4.	Tazminat Davaları	94
3.1.2.1.4.1.	Maddi Tazminat Davası	94
3.1.2.1.4.2.	Manevi Tazminat Davası	96
3.1.2.2.	İhtiyati Tedbir	97
3.1.3.	Erişimin Engellenmesi Kararı Verilmesi	99
3.1.3.1.	Genel Olarak	99
3.1.3.2.	Haksız Rekabet Kapsamında Erişimin Engellenmesi Kararı Verilmesi	104
3.1.3.3.	Kararın Yerine Getirilmesi	110

3.2. Davanın Tarafları	115
3.2.1. Davacı	115
3.2.2. Davalı.....	117
3.2.2.1. Fail.....	117
3.2.2.2. Çalıştıran.....	117
3.2.2.3. Basın Yayın İletişim ve Bilişim Kuruluşları	118
3.2.2.3.1. Genel Olarak.....	118
3.2.2.3.2. Basın, Yayın ve İletişim Kuruluşları	118
3.2.2.3.3. Bilişim Kuruluşları	120
3.2.2.3.3.1. Genel Olarak.....	120
3.2.2.3.3.2. Başlıca Bilişim Kuruluşları	122
3.2.2.3.3.2.1. İçerik Sağlayıcı.....	122
3.2.2.3.3.2.2. Yer Sağlayıcı.....	124
3.2.2.3.3.2.3. Erişim Sağlayıcı	128
3.2.2.3.3.2.4. Hizmet Sağlayıcı	129
3.2.2.3.3.3. Bilişim Kuruluşlarının Haksız Rekabetten Doğan Sorumluluğu	134
SONUÇ.....	144
KAYNAKÇA.....	150

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Çerçeveleme yöntemi örneği içeren web sayfası.....	50
Şekil 2 Bant reklam örneği içeren web sayfası	52
Şekil 3 Pop up reklam örnekleri içeren web sayfası.....	55



KISALTMALAR

AIHM	: Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
Art.	: Article
AYM	: Anayasa Mahkemesi
c.	: Cümle
ccTLD	: Country Code Top Level Domain
Der.	: Derleyen
Dğr	: Diğerleri
Dn	: Dipnot
E.T	: Erişim Tarihi
Ed.	: Editör
FSEK	: 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
gTLD	: Generic Top Level Domain
HD.	: Hukuk Dairesi
HGK	: Yargıtay Hukuk Genel Kurulu
HMK	: 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu
HTTP	: Hypertext Transfer Protocol / Hiper Metin Transfer Protokolü
HTTPS	: Hypertext Transfer Protocol Secure / Güvenli Hiper Metin Aktarım İletişim Protokolü
IP adresi	: İnternet Protokol Adresi

m.	: Madde
Mülga MarkKHK	: 556 sayılı Mülga Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
Mülga TTK	: 6762 sayılı Mülga Türk Ticaret Kanunu
n.	: Paragraf
SLD	: Second Level Domain
SMK	: 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu
SSL	: Secure Sockets Layer
TBK	: 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu
TKHK	: 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
TLD	: Top Level Domain
TMK	: 4721sayılı Türk Medeni Kanunu
TTK	: 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu
URL	: Uniform Resource Locator
vd.	: ve devamı
Vol.	: Volume
WIPO	: World Intellectual Property Organization / Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü

GİRİŞ

Günümüzde geçerli olan liberal ekonomi düzeni, serbest piyasa ekonomisinin temel prensipleri olan serbest ticaret ve rekabet özgürlüğüne dayanmaktadır. Daha kaliteli ve uygun fiyatlı ürünlerin üretilmesini teşvik etmesi, işletmelerin verimliliğini artırması ve genel olarak kamunun menfaatine hizmet etmesi nedeniyle serbest ticaret ve rekabet özgürlüğü, bütün katılanların menfaatine olacak şekilde korunmuş ve kötüye kullanımı haksız rekabet kabul edilerek yaptırımlara tabi tutulmuştur.

İnternetin ortaya çıkışı ve yaygınlaşmasıyla, küresel bir pazar oluşmuş ve yeni bir rekabet ortamı yaratılmış, bu gelişme elektronik ticaretin gelişimine önemli bir ivme kazandırmıştır. İnternet ortamında gerçekleşen ticaret ve etkileşimler, hukuki düzenlemelerin geliştirilmesini gerektirmiş ve elektronik ticaret, pazarlama maliyetlerini azaltarak tüketici alışkanlıklarını yeniden şekillendirmiştir. Ancak bu yaygın kullanım, internet ortamında da haksız rekabet hallerinin ve hak ihlallerinin ortaya çıkmasına ve hatta artmasına sebep olmuştur. Uygulamada, özellikle yaygın olarak kullanılan internet reklamları ve internet kullanıcılarına yönelik çeşitli açıklamalar içeren internet içerikleri, bu haksız rekabet hallerine örnek verilebilir.

İnternet ortamındaki hukuka aykırılıkların ve çalışmamız bakımından özellikle internet ortamındaki haksız rekabet hallerinin söz konusu olması durumunda, açılan davalarda internet ortamında meydana gelen ihlallere özgü kararlar verilmesi gerekmektedir. İşte erişimin engellenmesi kararı da internet ortamındaki bu hukuka aykırılıkları önlemeye yönelik verilebilecek kararlardan birisidir.

Çalışmamızın ilk bölümünde, öncelikle haksız rekabet kavramına değinilmiş, ardından TTK'da yenilik arz eden düzenlemeler, haksız rekabet hükümlerinin amacı ve tanımı, haksız rekabetin koşulları ve başlıca haksız rekabet halleri izah edilmiştir.

Çalışmamızın ikinci bölümünde internet ortamında link verme, yönlendirici kod ya da anahtar kelime reklamcılığı, alan adı kullanımı, sosyal medya kullanımı gibi haksız

rekabet hallerinin en çok rastlandığı örneklere değinilmiş, özellikle yargı kararları ile bunlara ilişkin örnekler açıklanmıştır.

Çalışmamızın üçüncü bölümünde ise, haksız rekabetten doğan hukuki sorumluluk çerçevesinde haksız rekabet mağdurunun hakları ele alınmış ve özellikle çalışmamızın da ana konusunu teşkil eden erişimin engellenmesi kararı öncelikle genel olarak, sonrasında ise haksız rekabet kapsamında ele alınmış, ayrıca kararın yerine getirilmesi konusuna da değinilmiştir. Ayrıca üçüncü bölümün devamında, davanın tarafları ele alınmış, özellikle internet ortamındaki ihlallerde davalıların kimler olabileceğini düzenleyen Türk Ticaret Kanunu m. 58 hükmü detaylıca incelenmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. GENEL OLARAK HAKSIZ REKABET

1.1. Haksız Rekabet Kavramı

1.1.1 Genel Olarak

Günümüzde geçerli olan liberal ekonomi düzeni, serbest piyasa ekonomisine ve serbest piyasa ekonomisinin temelini oluşturan serbest ticaret ve rekabet özgürlüğüne ihtiyaç duymaktadır¹. Serbest ticaret ve rekabet özgürlüğü ise, daha kaliteli ürünlerin daha ucuza üretimini teşvik eder ve işletmelerin verimliliğini artırır. Piyasadaki ürünlerin kalitesinin artarken fiyatının düşmesinin, verimliliğin artmasının ve ilerlemelerin sağlanmasının kamunun menfaatine olduğu kabul edilir². Bu sebeple de serbest ticaret ve rekabet özgürlüğü, Anayasa m. 48 hükmünde “*Herkes, dilediği alanda çalışma ve sözleşme hürriyetlerine sahiptir. Özel teşebbüsler kurmak serbesttir. Devlet, özel teşebbüslerin millî ekonominin gereklerine ve sosyal amaçlara uygun yürümesini, güvenlik ve kararlılık içinde çalışmasını sağlayacak tedbirleri alır.*” şeklinde, m. 167/1 hükmünde “*Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemlerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiilî veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler.*” şeklinde ifade edildiği üzere bir hak olarak kabul edilmiş ve korunmuş, ihlali yaptırımlara tabi kılınmıştır³.

¹ Hüseyin Ülgen vd, *Ticari İşletme Hukuku*, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2022), 343; Ahmet Tamer, *Yanlış ve Yanıltıcı Beyan ve Hareketlerle Haksız Rekabet*, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2011), 7; Sabih Arkan, *Ticari İşletme Hukuku*, (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2020), 345; Mehmet Bahtiyar vd, *Ticari İşletme Hukuku*, (İstanbul: Beta Yayınları, 2022), 201; Pınar Uzun Şenol, *Haksız Rekabet ve Rekabetin Korunması Arasındaki İlişki*, (İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2022), 18; Ayşe Nur Berzek, *Ticaret Hukukunun Genel İlkeleri*, (İstanbul: Beta Yayınları, 2016), 81; Ayşe İpek Sarıöz, *Haksız Rekabetten Doğan Uyuşmazlıklarda Uygulanacak Hukuk ve Yetkili Mahkeme*, (İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2012), 7; N. Füsün Nomer Ertan, *Haksız Rekabet Hukuku : 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu'na Göre*, (İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2012), 1.

² Erdem Akpınar, “Haksız Rekabet Düzenlemelerinin Tarihi Gelişimi ve Genişleyen Uygulama ve Koruma Alanı”, *KTO Karatay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 4/1 (2019): 54; Yeşim Atamer, “Yeni Türk Borçlar Kanunu Hükümleri Uyarınca Genel İşlem Koşullarının Denetlenmesi- TKHK m. 6 ve TTK m. 55, F. 1, (f) İle Karşılaştırmalı Olarak”, *Türk Hukukunda Genel İşlem Şartları Sempozyumu: Bildiriler, Tartışmalar*, Ed. Başak Şit, (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Enstitüsü Yayınları, 2011): 67.

³ Bahtiyar vd, 201; Uzun Şenol, 10 vd.; Ülgen vd, 343 vd.; Sami Karahan, *Ticari İşletme Hukuku*, (Konya: Mimoza Yayınları, 2015), 217; Reha Poroy ve Hamdi Yasaman, *Ticari İşletme Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022), 360; Sarıöz, 13.

Bu kapsamda topluma büyük katkılar sağlayabilecek serbest ticaret hakkı ve rekabet özgürlüğünün korunabilmesi için, meşru bir biçimde kullanılması gerekmektedir. Zira tüm hak ve özgürlükler gibi, serbest ticaret hakkı ve rekabet özgürlüğü de kötüye kullanılabilir⁴.

Rekabet özgürlüğünün kötüye kullanılarak hileli yollara başvurulması ve haksız üstünlükler elde edilmeye çalışılması önceleri yalnızca haksız fiil ve kişiliğin korunması çerçevesinde yaptırıma tabi tutulmuştur. Bu kapsamda kötüye kullanımı önlemeyi amaçlayan haksız rekabet, önceleri tacirlere özgü bir kavram olarak kabul edilmiş ve özellikle rakiplerin menfaatlerini koruyan bir alan olarak ele alınmıştır⁵. Ancak zamanla kusur ve zarar şartlarının da arandığı haksız fiil kavramından uzaklaşıp daha geniş bir kavram olan emek ilkesi benimsenmiş ve kendi ürününü öne çıkarmaya yönelik dürüstlüğe aykırı davranışlar haksız rekabet olarak kabul edilmiştir⁶.

Emek ilkesi ya da diğer adıyla emeğe dayalı rekabet ilkesine göre, bir kişinin rekabet faaliyetlerini, rakiplerinin ekonomik özgürlüklerini ihlal etmeden, kendi çaba ve emeğiyle sürdürmesi gerekmektedir. Burada bir kişinin emeğinden haksız olarak yararlanılmasının rekabet yarışında o kişiyi haksız yere öne geçireceği kabul edilerek yaptırıma tabi tutulmaktadır⁷.

Haksız rekabetin ferdi bir yaklaşımla rakipler arası bir kavram olarak ele alınması, rakip olmayan tüketiciler ve müşteriler gibi diğer katılanların menfaatlerinin de zarar gördüğünün anlaşılmasıyla itiraza uğramaya başlamıştır. Emek ilkesinden yola çıkılarak haksız rekabet eden tacire karşı dolaylı rakipler ve ilk etapta rakiplerin menfaatinin

⁴ Ayşe Gülderen Güloğlu, “Haksız Rekabette Bilişim Kuruluşlarının Hukuki Sorumluluğu”, (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2015) 3; Karahan, 218; Fatma Karaman Odabaşı, “Uygulamada Fikri Mülkiyet Haklarının Haksız Rekabete Konu Olması”, (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, 2014), 37.

⁵ Akpınar, 54-55; Şirin Güven, *Haksız Rekabet Hukukunun Amacı ve Koruduğu Menfaatler*, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2012), 17; Engin Erdil, *Haksız Rekabet Hukuku*, (İstanbul: Seçkin Yayıncılık, 2022), 52; Poroy ve Yasaman, 360; Nihal Çınar Karabağ, *Türk Ticaret Kanunu’na Göre Haksız Rekabet ve Yaptırımları*, (Ankara: Seçkin Yayınları, 2019), 24.

⁶ Akpınar, 57; Güven, 13; Mehmet Yılmaz, “Türk Ticaret Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu Tasarısında Haksız Rekabete İlişkin Genel Hükümlerin Karşılaştırılması ile Kötüleme ve Reklamlara İlişkin Özel Haksız Rekabet Halleri”, *İstanbul Barosu Dergisi*, 80/4 (2006): 1482; Yaşar Karayalçın, *Ticaret Hukuku Giriş Ticari İşletme*, (Ankara: Güzel İstanbul Matbaası, 1968), 455; Nomer Ertan, 4.

⁷ Şirin Güven, “6102 Sayılı TTK’nun Haksız Rekabete Dair Düzenlemelerinin Amacı ve Koruduğu Menfaatler Çerçevesinde Dürüst ve Bozulmamış Rekabet Kavramı”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 18/2 (2012): 179; Remzi Pekdinçer, *Dürüstlük Kuralına Aykırı Reklamlar ve Satış Yöntemleri*, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2020), 48 vd.

yansıması olarak tüketicilerin de kavramın kapsamına girmesi gerektiği kabul edilmeye başlanmıştır. Zamanla daha da genişleyen haksız rekabet kavramı günümüzde ferdi anlayışın terk edilip sosyal anlayışın benimsenmesiyle rakipler dışında tüketiciler, diğer katılanlar ve hatta toplumun da menfaatinin bulunduğu bir kavram olarak kabul edilmeye başlanmıştır⁸.

Günümüzde serbest ticaret hakkı ve rekabet özgürlüğünün, objektif iyi niyet kurallarına aykırı olarak rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyecek şekilde kötüye kullanılması haksız rekabet kapsamında kalmakta ve önlenmesi gereken bir davranış olarak karşımıza çıkmaktadır⁹.

1.1.2. Haksız Rekabetin Amacı ve Tanımı

Haksız rekabet, Mülga TTK¹⁰ m. 56'da hüsnüniyet kaidelerine aykırılık ve iktisadî rekabetin suistimali kavramları çerçevesinde tanımlanmıştır. Mülga TTK m. 56'nın karşılığı olarak kabul edilen TTK¹¹ m. 54 ise, haksız rekabetin amaç ve ilkesine ilişkin bir genel kural, üst norm olarak düzenlenmekle birlikte bu düzenlemede tanıma yer verilmemiştir¹².

Doktrinde amaç hükmünün getirilmesinin isabetli olup olmadığına ilişkin tartışmalar mevcuttur. Bir görüşe göre, Mülga TTK döneminde de haksız rekabet hükümleri ile korunan menfaatlerin rakipler arası ilişkilere özgülenmemesi, haksız rekabet hallerinin kanunda sayılanlarla sınırlı olmadığına kabul edilmesi ve haksız rekabet müessesesinin müstakil bir kanunda düzenlenmesi gerekmektedir birlikte TTK'da düzenlenmiş olması

⁸ Güven, 1; Nomer Ertan, 4; Hamdi Yasaman, "Haksız Rekabet Hukukunun Amacı ve Kapsamı", *İsviçre Borçlar Kanunu'nun İktibasının 80. Yılında İsviçre Borçlar Hukuku'nun Türk Ticaret Hukuku'na Etkileri*, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2009), 11; Akpınar, 60; Poroy ve Yasaman, 361 vd.; Güven, 21; Sabih Arkan, "Haksız Rekabet-Gelişmeler-Sorunlar", *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 22/4 (2004): 5; Arkan, 345.

⁹ Güloğlu, 3; Karahan, 218; Karaman Odabaşı, 37; Erdil, 67.

¹⁰ 09.07.1956 tarih ve 9353 sayılı Resmî Gazete.

¹¹ 14.02.2011 tarih ve 27846 sayılı Resmî Gazete.

¹² TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T:13.06.2024; Ozan Ali Yıldız, *Haksız Rekabet Hukuku*, (İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2023), 19; Ünal Tekinalp, *Fikri Mülkiyet Hukuku*, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2012), 30; İbrahim Bektaş, "Haksız Rekabet Hukukunda Dürüst ve Bozulmamış Rekabeti Sağlama Amacı (TTK m. 54) ve 'İşleyen Rekabet' Ölçütü", *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 34/3 (2018): 282; Fülürya Yusufoglu, "Haksız Rekabetin Oluşmasının Şartlarından Biri Olarak Haksız Rekabet Oluşturan Fiilin Türkiye'de Sonuç Doğurması", *İsviçre Borçlar Kanunu'nun İktibasının 80. Yılında İsviçre Borçlar Hukuku'nun Türk Ticaret Hukuku'na Etkileri*, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2009), 92; Şaban Kayıhan, *Ticari İşletme Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayınları, 2021), 217.

sebebiyle TTK'nın diğer hükümlerinden ayrı bir amaç hükmü getirilmesi isabetli değildir¹³. Diğer bir görüşe göre ise, amaç hükmü açıklayıcı işleve sahip olup, özellikle kanunda sayılan haller dışında bir durumun haksız rekabet olup olmadığının değerlendirmesinde gözetilecektir¹⁴.

Kanaatimize göre, Mülga TTK'nın aksine haksız rekabetin kanunda tanımlanmamış olması, kanunda belirtilmeyen ya da teknolojinin ilerlemesiyle ortaya çıkan durumların haksız rekabet oluşturup oluşturmadığını değerlendirmede kullanılabileceği için, amaca yönelik düzenleme yerindedir.

TTK m. 54 uyarınca “*Haksız rekabete ilişkin bu Kısım hükümlerinin amacı, bütün katılanların menfaatine, dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanmasıdır. Rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar haksız ve hukuka aykırıdır.*” Maddenin, haksız rekabete ilişkin kurallarının iki kolon üzerine yapılandığı kabul edilmektedir¹⁵. Bu kolonların ilki birinci fıkrada ifade edilen bütün katılanların menfaatine dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanması, ikincisi ise ikinci fıkrada ifade edilen dürüst davranış kuralıdır¹⁶.

Bütün katılanların menfaatine dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanması gerekliliğini ifade eden birinci kolona bakıldığında, bütün katılanlar kavramı dikkat çekmektedir. Maddenin gerekçesinde, tüm katılanlar kavramı ile rekabet hukukunun ünlü üçlüsü olarak da ifade edilen ekonomi, tüketici ve kamunun kastedildiği belirtilmiştir¹⁷. Bütün katılanların menfaatinden kastın işletmeci, üretici, aracı ve müşteri gibi piyasa

¹³ Nomer Ertan, 83.

¹⁴ Feyzan Hayal Şehirali Çelik, *Tasarımların Haksız Rekabet Hükümlerine Göre Korunması Fikri Mülkiyet-Haksız Rekabet Hukuku İlişkisi Odaklı Bir İnceleme*, (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2014) 15; Bektaş, 283 vd; Tekin Memiş, “TTK 55/1 f Hükümünün Yorumunda Gözden Kaçanlar”, *Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 60. Yıl Armağanı*, Der. Murat Günel, Ufuk Tekin ve İbrahim Bektaş, (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2015), 236; Arkan, 354.

¹⁵ Ayşe Tülin Yürük, “6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’nun Haksız Rekabete İlişkin Hükümleri Konusunda Bazı Görüşler”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2013: 46; Güven, 38.

¹⁶ TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T:13.06.2024; Ülgen, 345; Güven, 38; İsmail Kayar ve Özlem İlbasmış Hızlısoy, “Yeni Türk Ticaret Kanunu Hükümlerinin Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi”, *Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu-IX (6 Mayıs 2011 Kayseri)*, (Ankara: Rekabet Kurumu Yayınları, 2011), 79; Yasaman, 34.

¹⁷ TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 31.07.2024.

aktörlerinin yanında medya gibi karar etkileyicileri ve dürüst rekabet düzenine ilişkin olarak yansıma yoluyla kamu olduğu kabul edilmektedir¹⁸.

Haksız rekabeti iktisadi rekabetin suistimali üzerinden tanımlayan Mülga TTK'nın aksine, katılanlar gibi geniş bir anlam ihtiva eden bir sözcüğün kullanılması ile rekabet ilişkisinin gerekliliğinden vazgeçilmiş, haksız rekabet kurallarının rakipler arası ilişkilere özgülenmesinin de engellenmesi hedeflenmiştir¹⁹. Madde gerekçesinde ayrıca, iktisadi rekabet kavramının hukukî olmadığı ve haksız rekabeti anlamlandırmayı zorlaştırdığı; bu sebeple bu kavram yerine dürüst ve bozulmamış rekabet kavramının kullanılması ile hukuken tanımlanabilir bir rekabetin vurgulandığı belirtilmiştir. Ancak doktrinde haksız rekabetin rakipler arası ilişkilere özgülenmesinin yolunun kapatıldığının belirtilmesi ve iktisadi rekabete TTK'da yer verilmemiş olması eleştirilmiş ve tartışmalara yol açmıştır.

İktisadi rekabet kavramının terk edilerek, bu kavramı da kapsayan dürüst ve bozulmamış rekabet kavramının benimsemesinin değişip gelişen ekonomik ve ticari hayata uyumluluk açısından olumlu bir gelişme olduğunu savunanlar olduğu gibi²⁰; iktisadi rekabet anlayışının terk edilmediği, zira Mülga TTK döneminde de haksız rekabet için tarafların rakip olmasının aranmadığı ve tarafların rakip olmadığı durumlarda dahi iktisadi rekabetin korunduğunu, değişiklik ile haksız rekabetin sosyal yönünün kanuna yansıtılmış olduğunu ileri süren görüşler de mevcuttur²¹. Kanaatimizce iktisadi rekabetin tarafların rakip olmadığı zamanlarda da korunduğu görüşü isabetli olmakla birlikte, dürüst ve bozulmamış rekabetin iktisadi rekabeti de kapsayan bir üst kavram olduğunun

¹⁸ Bahtiyar vd., 204; Bektaş, 303; Tekinalp, 32; Yıldız, 27.

¹⁹ TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T:13.06.2024; Ali Bozer ve Celal Göle, *Ticari İşletme Hukuku*, (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2021), 235; Aynur Yongalık, "6102 sayılı TTK'da Ticari İşletme-Sigorta Hukuku", *6102 Sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu Sempozyumu Ankara 2011*, Hazırlayan Ankara Barosu Yasa İzleme Enstitüsü, (Ankara: Ankara Barosu, 2011): 74; Arkan, 352; Güzide Soydemir, *İnternette Haksız Rekabetin Önlenmesi*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015), 32; Rıza Ayhan ve Hayrettin Çağlar ve Mehmet Özdamar, *Ticari İşletme Hukuku*, (Ankara: Yetkin Yayınları, 2022), 398; Poroy ve Yasaman, 373. Aynı yönde Yargıtay 2008/9072 E., 2010/591 K. ve 21.02.2010 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 15.08.2024, (Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 399).

²⁰ Çınar Karabağ, 30; Yılmaz, 1496; İsmail Kayar, *Ticari İşletme Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022), 277.

²¹ Nomer Ertan, 80; Yıldız, 22-23; Bektaş, 285 vd; Abuzer Kendigelen, *Türk Ticaret Kanunu Değişiklikler, Yenilikler ve İlk Tespitler*, (İstanbul: On İki Levha Yayınlar, 2016) 80; Karayalçın, 448; Güven, 38.

ve bütün katılanlar ibaresi ile haksız rekabetin rakiplere özgülenemeyeceği yönündeki yaklaşımın kanunda da yer verilerek pekiştirildiğinin kabul edilmesi yerinde olacaktır²².

Dürüst ve bozulmamış rekabet kavramına bakıldığında, bu kavram rekabetin niteliğini belirtmektedir²³. Bozulmamış rekabet, dürüstlük kuralına aykırılıkla saflığını kaybetmemiş, düzgün işleyen, güven duyulan, hilesiz rekabet olarak tanımlanırken; dürüst rekabet saf ve geniş anlamda kurallara ve dürüstlük kuralına, centilmenliğe uygun rekabet olarak tanımlanmaktadır²⁴.

TTK m. 54'ün ikinci fıkrasına bakıldığında, dürüst davranış kuralının tek başına maddenin ikinci kolonunu teşkil ettiği görülmektedir. Madde gerekçesinde, Mülga TTK'da suüstimal kavramındaki anlam ağırlığının dürüst davranış kuralına geçtiği ve dürüst davranış kuralının taşıyıcı kolon olduğu, ilkeyi teşkil ettiği belirtilmiştir²⁵.

Hukuka uygun ve bozulmamış rekabet ortamında tüm katılanlar piyasa aktörlerinin dürüst davranış kurallarına göre hareket edeceğine güvenmek hakkını haizdir²⁶. Bu sebeple piyasa aktörleri, dürüst ve hileli olmayan rekabetin işleyişini sekteye uğratabilecek davranışlardan kaçınıldığına dair güveni boşa çıkarmayacak şekilde davranmalıdır²⁷.

Dürüst davranış kuralına aykırılık iş etiğine, doğruluğa, dürüstlüğe ters; aldatıcı, yanıltıcı, kandırıcı davranışlarla ya da ticarî uygulamalarla meydana gelebilir. Ancak davranış ya da ticari uygulamanın pazara katılanlar ya da üçüncü bir kişi tarafından gerçekleştirilmesi değil, rekabet ortamını somut olarak etkileyebilecek nitelikte olması önem arz

²² Aynı yönde Pekdincer, 27.

²³ TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T:13.06.2024; Bektaş, 287 vd.; Ülgen, 345; Hamdi Yasaman, “6102 Sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun Haksız Rekabet ile İlgili Getirdiği Yenilikler”, *Kadir Has Üniversitesi Hukuk Fakültesi- Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun Ticari İşletme Hukuku Alanında Getirdiği Yenilikler Sempozyumu*, Ed. Ömer Teoman ve Birsan Ok, (İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Yayınları, 2012), 33; Bozer ve Göle, 235. Ayrıca Mülga TTK m. 56’daki iktisadi rekabet kavramı yerine dürüst ve bozulmamış rekabet kavramının kullanılmasının isabetli olduğuna ilişkin bkz TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T:13.06.2024; Bektaş 279-280. İktisadi rekabet kavramına yer verilmemiş olmasına ilişkin eleştiri ve tartışmalar için krş Nomer Ertan, 80; Yıldız, 22 vd. Kendigelen, 81.

²⁴ Tekinalp, 30; Yasaman, 3; Bektaş, 289; Cahit Suluk ve Rauf Karasu ve Temel Nal, *Fikri Mülkiyet Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2019), 423; Bozer ve Göle, 234; Şehirli Çelik, 156 vd.

²⁵ TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T:13.06.2024; Yasaman, 3; Poroy ve Yasaman, 372; Nomer Ertan, 96; Ülgen vd., 347.

²⁶ TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T:13.06.2024; Uzun Şenol, 92; Suluk ve Karasu ve Nal, 424.

²⁷ Güven, 41.

etmektedir²⁸. Somut etki belirlenirken, eylem nedeniyle bir işletmenin müşteri arayışının etkilenip etkilenmediği, işletmenin pazar payının artma ya da azalma ihtimalinin bulunup bulunmadığı göz önünde bulundurulacaktır²⁹.

Mülga TTK'ya ve TTK'daki bir kısım hükümlere kaynaklık eden İsviçre Hukukunda da tasarrufun rekabeti etkileyici nitelikte olması gerektiği kabul edilmekte olup³⁰ konuya ilişkin dikkat çekici kararlar verilmiştir³¹. Bu kararlardan “*Central Perk Kararı*” olarak bilinen kararda Federal Mahkeme, tarafların rekabet içinde olmamalarına karşın dava konusu fillerin rekabeti etkileyici olup olmadıklarının irdelenmesi gerektiğini ifade etmiştir³². “*Mikrowell Kararı*” olarak bilinen kararda ise, mikrodalga fırınlarının kansere yol açtığı konusunda bir raporun dergide ölümü çağrıştıran fotoğraflarla yayınlanmasının ve raporun yazarı ile röportaj yapılmasının haksız rekabet teşkil ettiği iddia edilmiştir³³. Çeşitli aşamalardan geçerek AİHM'e de giden dosyada nihayetinde, nesnel anlatımla doğru verilen bilgilerin yanıltıcı veya gereksiz yere incitici açıklamalar yoluyla ortaya konulmasının ve pazar aktörlerinin pazara yönelik davranışlarını etkileyebilecek bilimsel açıklamaların özellikle farklı yöndeki görüşlere de atıf yaparak açıklanması gerektiği kabul edilmiştir³⁴.

Yargıtay'ın konuya ilişkin içtihatlarına bakıldığında ise, Mülga TTK döneminde 11. HD. 26.02.1999 tarihli “*Atık cam şişeleri kararı*”³⁵ ile 08.11.2004 tarihli “*Hurda tambur kalıbı kararı*”nda³⁶ da belirtildiği üzere haksız rekabet, dürüstlük kuralı irdelenmeksizin dürüstlük ilkesine aykırı ticari yöntem ve uygulamalara karşı işletmesel çabayı, birikimi ve yatırımı kapsayan emek ilkesi üzerinden temellendirilmiştir³⁷. Ancak zamanla emek ilkesinin kapsamadığı hallerin de haksız rekabet olarak kabul edilmeye başlanmasıyla bu

²⁸ Yıldız, 31; Yusufoglu, 93; Güven, 52; Bozer ve Göle, 237.

²⁹ Pekdiğer, 41.

³⁰ Ayrıntılı bilgi için bkz Güven, 51-55; Yıldız, 34.

³¹ Yasaman, 6; Yıldız, 33; Nomer Ertan, 106 vd.

³² Poroy ve Yasaman, 375; Yasaman, 6.

³³ Poroy ve Yasaman, 376; İsmail Kırca, “Bilimsel Araştırma Sonuçlarının Yayınlanması-Haksız Rekabet ve İfade Özgürlüğü: İsviçre Federal Mahkemesi'nin 25.02.1994 Tarihli Kararı (BGE 120 II 76 Vd.) İle Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin 25.08.1998 Tarihli Kararı (GRUR Int. 1999/2, 156 Vd.) Üzerine Düşünceler”, *Erdoğan Moroğlu'na 65. Yaş Günü Armağanı*, (İstanbul: Beta Yayınları, 2001): 441 vd.

³⁴ Yasaman, 7 vd; Kırca, 447 vd.

³⁵ Yargıtay 11. HD. 1999/1155 E., 1999/1574 K. ve 26.02.1999 tarihli kararı, Sinerji İctihat Arama Motoru, E.T: 14.07.2023, (Sarıöz, 12).

³⁶ Yargıtay 11. HD. 2004/1757 E., 2004/10912 K. ve 08.11.2004 tarihli kararı, Sinerji İctihat Arama Motoru, E.T: 14.07.2023 (Güven, 142 vd.).

³⁷ Güven, 142 vd.; Sarıöz, 12.

ilkenin artık daha çok dürüstlük kuralının bir yansıması olarak, hâkime yol gösterici bir rol üstlendiği kabul edilmeye başlanmıştır³⁸.

TTK m. 54/2'deki dürüst davranış kuralının, TMK³⁹ m. 2'deki dürüstlük kuralı ile tam olarak örtüşmeyebileceği kabul edilmektedir⁴⁰. Zira TMK'da yer alan dürüstlük kuralı sözleşmesel veya önsözleşmesel temelde ve taraflar arasındaki ilişkide var olan güvenle ilgiliyken, haksız rekabete ilişkin dürüst davranış kuralı ise esasen haksız fiil ile ilgilidir. Ancak burada tamamen bir farklılık da söz konusu değildir, yalnızca dürüst davranış kuralının kapsamı çok daha dar olup rekabet düzeni üzerinde somutlaşmıştır⁴¹.

Tüm bu açıklamalar ışığında, haksız rekabet hükümlerinin amacının rakiplerin, tüketicilerin, diğer tüm piyasa katılımcılarının, toplumun menfaatlerinin ve genel olarak da rekabete dayalı ekonomik düzenin korunması olduğu söylenebilecektir⁴².

Bu doğrultuda haksız rekabetin tanımına bakıldığında, TTK m. 54'ün, haksız rekabetin tanımlandığı Mülga TTK m. 56'nın karşılığı olarak getirilmiş olması; TTK m. 54'ün genel amaç ve ilkeyi düzenlemiş olması ve ikinci fıkranın taşıyıcı kolon olması sebebiyle tanımın da TTK m. 54/2'den hareketle yapılması gerektiği kabul edilmektedir. Buna göre rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar haksız rekabeti ifade eder⁴³.

³⁸ Abdüssamet Yılmaz, *Haksız Rekabet Hukukunda Genel İşlem Şartı Kullanımı*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015), 39; Pekdinçer, 53; Muharrem Yağcıoğlu, "Haksız Rekabet Hukukunda Emek İlkesi ve Uygulaması", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 19/3 (2017): 2369.

³⁹ 08.12.2001 tarih ve 24607 sayılı Resmî Gazete.

⁴⁰ TTK m. 54 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Suluk ve Karasu ve Nal, 424; Soydemir, 34.

⁴¹ Tekinalp, Üç Boyutluluk 40-41; Bektaş, 290; Tamer, 29; Yürük, 47.

⁴² Tamer, 58; Tamer Bozkurt, *Ticari İşletme Hukuku*, (Ankara: Yetkin Yayınları, 2021), 407-408; Sait Kemal Mimaroglu, *Ticaret Hukuku 1. Cilt*, (Ankara: Sevinç Matbaası, 1978), 381; Erdil, 52; Selma Çetiner ve Armağan Ebru Bozkurt Yüksel, *Ticari İşletme ve Şirketler Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021) 155; Uzun Şenol, 87; Karaman Odabaşı, 39; Yasaman, 11. Aynı yöndeki Yargıtay kararı için bkz Yargıtay 11. HD. 1999/1155 E., 1999/1574 K. ve 26.02.1999 tarihli kararı, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 14.07.2023, (Sarıöz, 12).

⁴³ Ülgen vd., 347; Arkan, 353; Erdil, 55; Ahmet Galip Kaplan, *Elektronik Ortamda İşlenen Haksız Rekabet Halleri*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2020), 32; Berzek, 84, Nomer Ertan, 96; Biçer, 104; Tekinalp, 26; Bahtiyar vd., 204; Özdamar ve Ayhan, 364-365; Çınar Karabağ, 30; Yılmaz, 1496.

1.1.3. Haksız Rekabet Hukukunun Rekabet Hukuku ile İlişkisi

Serbest ticaret hakkı ve rekabet özgürlüğünün kötüye kullanılması haksız rekabet kapsamında korunmaktayken, zaman içinde büyük işletmelerin kendi aralarında mal ve hizmetlerin fiyatını, üretim miktarını belirleme ya da pazarı paylaşma konusunda anlaşma yoluna gitmişlerdir. Bu şekilde piyasa aktörlerinin anlaşma, birleşme, devralma, uyumlu eylemlerde bulunma gibi rekabeti kısıtlaması, hâkim durumu kötüye kullanması sebebiyle serbest ticaret hakkı ve rekabet özgürlüğünün yalnızca haksız rekabete ilişkin düzenlemelerle sağlanamayacağı ortaya çıkmıştır. Böylelikle serbest piyasalarda teşebbüsler arasındaki rekabet düzeninin korunmasına yönelik antikartel kanunlar kabul edilmiştir. Ülkemizde ise, Avrupa Birliği’ni kuran Roma Anlaşması’nın 85, 86 ve 92. maddeleri ile Anayasa’nın 167. maddesi uyarınca 1994 yılında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun⁴⁴ kabul edilmiştir⁴⁵.

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun m. 1’e bakıldığında, amacın “*mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamak*” olduğu görülmektedir.

Rekabet hukukunun haksız rekabet hukuku ile olan ilişkisini ele aldığımızda ise, rekabete ilişkin olup kötüye kullanılabilen davranışların engellenmesi noktasında ortak bir odağa sahip olması sebebiyle bu iki hukuk dalının sıkı bir ilişkisinin olduğu kabul edilmektedir⁴⁶. Ancak rekabet hukuku rekabet piyasasının oluşumunu ve korunmasını hedeflerken, haksız rekabet hukuku ile piyasa aktörlerinin rekabet ederken tabi oldukları sınırlar belirlenmektedir. Dolayısıyla rekabet hukukunun makro düzeyde rekabet özgürlüğünü, haksız rekabet hukukunun ise mikro düzeyde dürüst ve bozulmamış rekabeti korumayı amaçladığı söylenebilecektir⁴⁷.

⁴⁴ 13.12.1994 tarih ve 22140 sayılı Resmî Gazete.

⁴⁵ Arkan, 346-347; Bozer ve Göle, 226; Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 394.

⁴⁶ Yıldız, 7; Hamdi Pınar, “Rekabet Hukuku ile Haksız Rekabet Hukuku İlişkisi”, *Rekabet Dergisi*, 58 (2014): 69; Bozkurt, 410.

⁴⁷ Pınar, 69 vd.; Uzun Şenol, 60-61; Çınar Karabağ, 43; Yasaman, Yenilikler, 33.

1.2. Haksız Rekabetin TTK’da Düzenlenişi

1.2.1. Yenilik Arz Eden Düzenlemeler

Haksız rekabete ilişkin olarak, 6762 sayılı Mülga TTK’ya 30.9.1943 tarihli İsviçre Haksız Rekabete Dair Federal Kanun kaynaklık etmiştir. TTK’nın ise bir kısım hükümleri Mülga TTK’nın ilgili hükümlerinden sadeleştirilerek alınmış, ayrıca 54. ve 55. maddelere 19.12.1986 tarihli İsviçre Rekabete Dair Federal Kanun kaynaklık etmiştir. Dolayısıyla TTK’da haksız rekabete ilişkin ilk iki maddede köklü değişiklikler yapılırken, diğer maddelerin bazılarında önemli değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Ancak sayı ve sistematik bakımından genel olarak TTK hükümlerinin Mülga TTK’nın devamı olduğu kabul edilmektedir⁴⁸.

TTK’ya kaynaklık eden düzenlemelerden özellikle 19.12.1986 tarihli İsviçre Haksız Rekabete Dair Federal Kanun, adından da anlaşılacağı üzere haksız rekabete ilişkin müstakil bir düzenleme olup ticaret hukuku kapsamı dışındaki hususları da içermektedir. Buna rağmen bu kanun hükümleri iktibas edilirken ayrı bir kanunda düzenlenmeksizin TTK’ya alınması haksız rekabet hallerinin klasik ticaret hukuku boyutlarını aşmış olması sebebiyle eleştirilere konu olmuştur. Ayrıca adi işlere ilişkin haksız rekabeti düzenleyen TBK⁴⁹ m. 57’nin varlığı da mehzaz kanunlarda müstakil olarak ele alınan konunun hukukumuzda iki ayrı kanunda düzenlenmesi ve bu şekilde ikili bir düzenlemenin

⁴⁸ Kendigelen, 80; Erdil, 51.

⁴⁹ 04.02.2011 tarih ve 27836 sayılı Resmî Gazete.

gerçekten gerekli olup olmadığı yönlerinden eleştirilmiş⁵⁰ ve bu eleştiriler konunun müstakil bir kanunla düzenlenmesi gerektiği konusunda bir araya gelmiştir⁵¹.

Kanunun gerekçesinde, İsviçre Haksız Rekabete Dair Federal Kanunu'ndan yalnızca ilk iki maddenin alındığı ve diğer maddelere etkisinin birkaç hükümle sınırlı kaldığı belirtilmiştir. Bunun nedeni olarak, 6762 sayılı Kanunun haksız rekabete ilişkin 56 ve devamı maddelerinin Türkiye'de en çok uygulanan hükümler arasında yer alması ve bu nedenle mahkeme kararları ve özgün doktrinle İsviçre'den oldukça farklı bir haksız rekabet hukukunun oluşmuş olması gösterilmiştir. Ayrıca, İsviçre haksız rekabet hukuku, rekabet hukuku ile paralel düzenlenmişken, Türkiye'de konuya ilişkin düzenleme olan 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un İsviçre'den değil, kökeni Roma Anlaşması olan Avrupa Topluluğu Anlaşmasının 85 ve 86. maddeleriyle 17/62 sayılı Tüzük'ten alınmış olması da vurgulanmıştır. Son olarak, İsviçre Haksız Rekabete Dair Federal Kanunu'nun, ülkeye özgü düzenlemeler, idari nitelikte bazı hükümler ve usul hükümlerini içermesi nedeniyle, bu hükümlerin Türk hukukuna yansıtılmasının mümkün olmadığı ifade edilmiştir⁵².

⁵⁰ Doktrinde baskın görüş tarafından, adi işlere ilişkin haksız rekabeti düzenleyen TBK m. 57 hükmünün iktisadi kişiliği korumaya yönelik terk edilmiş bir görüşe dayandığı, düzenlemenin getirildiği dönemde ilgili ticaret kanunu ile uyumlu olduğu ancak zaman içinde bu ayrımın bir kenara bırakıldığı ve günümüzde her türlü haksız rekabet haline uygulanabilecek genel bir düzenleme niteliğindeki TTK hükümlerinin kabul edildiği gerekçesiyle ikili düzenleme eleştirilmektedir. Bu kapsamda bir kısım yazarlar TTK m. 54 vd. hükümleri karşısında TBK m. 57 hükmünün uygulama alanı kalmadığını ileri sürmektedir. Bkz. Bozer ve Göle, 226; Karahan, 219-220. Bir kısım yazarlar ise ikili düzenlemenin isabetsiz olması sebebiyle TBK m. 57 hükmünün kaldırılması gerektiği ileri sürülmektedir. Bkz. Poroy ve Yasaman, 366; Erdil, 36; Nomer Ertan, 23 vd.; Arkan, 349; Karayalçın, 451-452; Berzek, 83. Karşı yönde TBK m. 57 düzenlemesinin isabetli olduğuna ilişkin Bahtiyar vd., 203; Fahri Halil Örs, *Türk Hususi Hukukunda Haksız Rekabet Hukuki Mahiyeti ve Rekabet Hakkının Himayesi*, (Ankara: Ziraat Bankası Matbaası, 1958), 24. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2015/4509 E., 2015/12220 K. ve 18.11.2015 tarihli ve 2015/260 E., 2015/1031 K. ve 02.02.2015 tarihli kararları, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 08.08.2024; Yargıtay 11. HD. 2008/9072 E., 2010/591 K. ve 21.2.2010 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 08.08.2024, (Uzun Şenol, 29). Tartışmalara ilişkin ayrıntılı bilgi için ayrıca bkz. Uzun Şenol, 26-30; Nomer Ertan, 23 vd.

⁵¹ Kendigelen, 80; Erdoğan Moroğlu, *Türk Ticaret Kanunu Değerlendirme ve Öneriler*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2016), 58; Çınar Karabağ, 52-53; Nomer Ertan, 30 vd. Ayrıca haksız rekabete karşı korumanın kapsamına tüketicinin de girdiğinin farklı ülke hukuklarında da kabul edilip müstakil kanunlarda düzenlendiği TTK Genel Gerekçesi'nde de kabul edilmiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz TTK Genel Gerekçesi, 50. Paragraf, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 13.06.2024.

⁵² TTK Gerekçesi, "54 ilâ 63. Maddelere İlişkin Genel Açıklamalar" başlıklı bölüm, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 17.07.2023. Ayrıca özgün içtihat ve doktrin birikiminin ETK'nın yeni kanuna alınmayan 56. ve 57. maddeleri için de geçerli olduğu eleştirisi için bkz Nomer Ertan, 19.

Getirilen yeniliklere bakıldığında, haksız rekabetin tanımına ilişkin Mülga TTK m. 56 yerine yukarıda izah edilen amaç ve ilkeye ilişkin 54. madde düzenlenmiş; 55. maddede örneksme yoluyla sayılan haksız rekabet halleri konu, korunan kişiler ve menfaatler yönünden genişletilmiştir⁵³.

Açılabilecek davaları ve dava açabilecek kişileri düzenleyen 56. maddede, Mülga TTK'dan farklı olarak, ekonomik çıkarlarının zarar görmesi tehlikesiyle karşılaşan tüketiciler ile, tüketicilerin ekonomik menfaatlerini koruyan sivil toplum kuruluşlarıyla kamusal nitelikteki kurumların da dava açabilecekleri düzenlenmiş; ancak maddede, Mülga TTK'da olduğu gibi davayı açabilecek kişiler dava türleri bakımından yine kendi içinde ayrılmıştır. Ayrıca fikri mülkiyet hukuku düzenlemelerine paralel şekilde, haksız rekabetin önlenmesi için kaçınılmaz ise işlenmesinde etkili olan araçların ve malların imha edilebileceği düzenlenmiş, yine bu talebi de müşterilerin ileri süremeyeceği açıkça hükme bağlanmıştır.

Basın kuruluşlarının sorumluluğunu düzenleyen Mülga TTK m. 60'ın yerine getirilen m. 58, basın; yayın, iletişim ve bilişim kuruluşlarına ilişkin olarak sorumluluk ve tedbir kararlarına ilişkin düzenlemeler öngörmüştür. Maddenin gerekçesinde Mülga TTK hükmünün yalnızca sadeleştirildiği belirtilmişse de özellikle bu çalışmanın konusunu da yakından ilgilendiren ve ileride daha detaylı incelenecek olan⁵⁴ 4. fıkra TTK Tasarısı'nda yer almazken TBMM'de önerge ile eklenmiştir⁵⁵.

Mülga TTK hükümlerinden farklılık arz eden son husus ise, ihtiyati tedbire ilişkin m. 61 ile gümrük idarelerine ihtiyati tedbir niteliğinde el koyma yetkisinin verilmiş olmasıdır⁵⁶.

1.2.2. Haksız Rekabetin Koşulları

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, haksız rekabetin söz konusu olması için dürüstlük kuralına aykırı bir davranış veya ticari uygulama mevcut olmalı ve dürüstlük

⁵³ Çınar Karabağ, 51; Neval Okan, *Ağ Reklamları ve Haksız Rekabet*, (Ankara: Seçkin Yayınları, 2011), 29; Mustafa Can, "Türk Ticaret Kanunu Tasarısına Göre Haksız Rekabet", *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 69 (2007): 153; Karahan, 223.

⁵⁴ Bkz. sayfa 129 vd.

⁵⁵ Kendigelen, 84.

⁵⁶ Nomer Ertan, 21; Kendigelen, 85.

kuralına aykırı bu davranış veya ticari uygulama, rakipler, tedarik edenler ve müşteriler arasındaki ilişkileri etkilemelidir⁵⁷.

Davranış ya da ticari uygulamadan kasıt, TTK m. 3 ve 19 anlamında bir ticari iş değil; rekabet ortamını, piyasayı, ticari hayatı etkileyen veya etkileme ihtimali olan davranış ve uygulamalardır⁵⁸.

İktisadi rekabet kavramının TTK'da yer almamasına ve bunun sonuçlarına yönelik tartışmalar sebebiyle ekonomik rekabetin varlığını haksız rekabetin mevcudiyeti için bir koşul olarak arayan görüşler bulunmakla birlikte⁵⁹, taraflar arasında rekabet ilişkisinin bulunmasının gerekmediği genel olarak kabul edilmektedir⁶⁰. Burada belirleyici kriter, yapılan eylemin kimin tarafından yapıldığı değil, iktisadi rekabet ortamının ve ticari hayatın etkilenip etkilenmediği olmalıdır⁶¹.

Böylelikle rekabet ortamını ya da ticari hayatı etkilemesi şartıyla esnaf, tacir olmayan kimse, tüketici derneği hatta tüketici ya da doktor gibi serbest meslek erbablarının davranış ya da uygulamaları da haksız rekabet teşkil edebilecektir⁶². Bunun yanında resmî kurumların kamu güvenliği ve yararına yönelik açıklamaları ile reklam ya da rekabet amacı olmaksızın bilimsel araştırma ve sonuçların yayınlanması haksız rekabet hükümlerine tabi olmayacaktır⁶³.

Amaç ve ilkeyi düzenleyen TTK m. 54'e bakıldığında, dürüstlük kuralına aykırı bir davranış veya ticari uygulamanın olması ve dürüstlük kuralına aykırı bu davranış veya ticari uygulamanın; rakipler, tedarik edenler ve müşteriler arasındaki ilişkileri etkilemesi

⁵⁷ Biçer, 105; Berzek, 85; Nomer Ertan, 99; Bozer ve Göle, 235; Bahtiyar, 204.

⁵⁸ Nomer Ertan, 100; Sevilay Uzunallı, "Genel İşlem Şartlarının Haksız Rekabet Hükümleriyle Denetlenmesi", *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 71/2 (2013): 387.

⁵⁹ Çınar Karabağ, 34 vd.

⁶⁰ Ülgen, 348; Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 399; Kayıhan, 219.

⁶¹ Nomer Ertan, 101; Kaplan, 36; İ. Yılmaz Aslan, *Ticaret Hukuku Dersleri*, (İstanbul: Ekin Yayınevi, 2018), 125; Arkan, 353; Bektaş, 295-296. Aynı yönde Yargıtay HGK 2021/944 E., 2023/62 K. ve 08.02.2023 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 15.08.2024.

⁶² Ülgen, 348; Nomer Ertan, 102. Aynı yöndeki Yargıtay kararları için Yargıtay 11. HD. 2016/11557 E., 2018/3347 K. ve 08.05.2018 tarihli kararı, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, E.T: 24.07.2023.

⁶³ Nomer Ertan, 103 vd; Kırca, 455.

dışında haksız rekabetin varlığı için kural olarak zarar, kusur ya da failin yarar sağlamış olması aranmadığı anlaşılmaktadır⁶⁴.

Ancak talep ve dava hakkını düzenleyen TTK m. 56'nın, tespit, men ve eski hale iade davaları bakımından ekonomik menfaatleri zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek olan kimseyi düzenlemesi sebebiyle dava açabilmek için zarar veya zarar tehlikesi bulunmalıdır. Bu düzenlemeden anlaşılabilecek üzere zarar veya zarar tehlikesi haksız rekabetin değil, haksız rekabete bağlı taleplerin ileri sürülebilmesinin koşuludur⁶⁵.

Kusur, haksız rekabetin varlığı için bir şart olmamakla birlikte, TTK m. 56/1 hükmü, açılacak davaları kusurun bulunup bulunmamasına göre ikiye ayırmıştır. Buna göre tespit, men, eski hale getirme ve adam çalıştırmanın sorumluluğuna ilişkin davalarda kusur aranmayacaktır. Yine basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşlarının sorumluluğuna ilişkin TTK m. 58 uyarınca, kural olarak davanın açılabilmesi için kusur aranmayacak ancak kusurun varlığı aleyhine dava açılacak kişilerin sıralamasına etki edecektir⁶⁶. Maddi tazminat ve TBK m. 58 yollamasıyla manevi tazminat davaları bakımından ise kusur aranmaktadır. Dolayısıyla da kusurun haksız rekabetin oluşumuyla değil buna bağlı talep haklarıyla ilgili olduğu söylenebilecektir⁶⁷.

1.2.3. Genel Düzenleme (TTK m. 54) ve Başlıca Haksız Rekabet Halleri (TTK m. 55) ile İlişkisi

TTK'nın 54. maddesi haksız rekabete ilişkin amaç ve genel ilkeyi düzenlemişken, 55. maddesi başlıca haksız rekabet hallerini düzenlemiştir. Başlıca haksız rekabet halleri Mülga TTK döneminde olduğu gibi, TTK'da da örnekseme yoluyla sayılmıştır. Ancak, TTK'da bu haller artırılarak altı kategori altında ele alınmıştır. TTK m. 55 gerekçesine göre, düzenlenen bu başlıca haksız rekabet halleri; dürüstlük kurallarına aykırı

⁶⁴ Ülgen, 350; Erdil, 59.

⁶⁵ Nomer Ertan, 123; Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 401; Fatih Bilgili ve Ertan Demirkapı, *Ticaret Hukuku Bilgisi*, (Bursa: Dora Yayınevi: 2022), 151; Ballı, 67; Tamer, 44-45. Aynı yöndeki Konya Bölge Adliye Mahkemesi 6. HD. 2021/1619 E., 2023/436 K. ve 24.02.2023 tarihli kararı, İstanbul 2. Asliye Ticaret Mahkemesi, E. 2020/243 K. 2021/200 K. ve 24.03.2021 tarihli kararı, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, E.T: 28.07.2023. Karşı yöndeki görüş için bkz Çınar Karabağ, 39-40; Karahan, 223.

⁶⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz. sayfa 138 vd.

⁶⁷ Nomer Ertan, 121 vd; Ülgen vd., 350; Arkan, 353; İlhami Güneş, *Uygulamada Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Haksız Rekabet Davaları 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ve 6102 Sayılı Ticaret Kanunu Hükümleri Işığında*, (Ankara: Seçkin Yayınları, 2021), 34; Bilgili ve Demirkapı, 150; Mustafa Çeker, *Ticaret Hukuku Genel Esaslar*, (Adana: Karahan Kitabevi, 2015), 108.

davranışların veya ticarî uygulamaların, yüksek yargı kararlarına göre en çok rastlanılan halleri, görünüş şekilleridir. Maddede sayılan hallerin sınırlı sayıda olmayıp örnekseme yoluyla sayıldığı gerek maddedeki başlıca kelimesinden gerekse de madde gerekçesinde belirtilen hallerin dürüstlük kuralına aykırılığın somut örnekleri olup sınırlı sayıda olmadığı açıkça belirtilmesinden⁶⁸ anlaşılmakta, aynı zamanda Mülga TTK döneminden beri kabul edilegelmektedir⁶⁹.

Mülga TTK'da on bent halinde sayılan başlıca haksız rekabet hallerini uygulama da dikkate alınarak konu, menfaat ve korunan kimseler yönünden genişletilerek toplam altı kategoriden oluşmak üzere yirmi iki bent ile düzenlenmiştir. Kanun'da yapılan haksız rekabet hallerinin sayımının genişletilmesi, bazı yazarlar tarafından eleştirilmiştir. Eleştirilerde genel başlıkların yeterli olduğu ve alt başlıklara yer verilmesinin gereksiz olduğu ifade edilmiş, yapılan sayım nedeniyle örneklere uymayan eylemlerin genel hükme göre haksız rekabet teşkil edip etmediğinin değerlendirilmesinde daha çok tereddüt oluşabileceği ileri sürülmüştür⁷⁰.

Ancak örnekseme yoluyla yapılan sayımda genişlemeye gidilmesi, tüm haksız rekabet hallerinin Kanun'da sayılmasının mümkün olmaması dolayısıyla en sık rastlanan hallerine yer verilmiş olması; haksız rekabetin kapsamının oldukça geniş olması sebebiyle bir davranış ya da ticari uygulamanın haksız rekabet teşkil edip etmediğinin tespitinde bu örneklerden yararlanılabilecek, karar verilmesi zor olaylarda mahkemeleri haksız rekabet hükümlerini daha da zengin bir yelpazede uygulamaya teşvik edebilecek olması sebebiyle bu çoğaltmanın isabetli olduğu görüşüne katılmaktayız⁷¹. Öte yandan, haksız rekabetin cezai boyutunun bulunması sebebiyle de haksız rekabet hallerine geniş

⁶⁸ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 30.07.2023.

⁶⁹ Mimaroglu, 392; Yılmaz, 1488; Tamer, 71; Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 402.

⁷⁰ Işıl Ulaş, "Uygulamacı Gözü ile Türk Ticaret Kanunu Tasarısı'na Bakış", *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 23/2 (2005): 192; "Türk Ticaret Kanunu Tasarısı Hakkında Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ticaret Hukuku Anabilim Dalı'na Hazırlanan Görüş", *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 23/2, (2005): 218.

⁷¹ Selçuk Öztekin, "Haksız Rekabete İlişkin Yeni İsviçre Düzenlemesinin Öngördüğü bazı Haksız Rekabet Halleri", *Prof. Dr. Jale G. Akipek'e Armağan*, (Konya: Selçuk Üniversitesi Rektörlüğü, 1991): 418; Memiş, 227; Berzek, 85.

örneklerle kanunda yer verilmesi suçta ve cezada kanunilik ilkesi bakımından da yerindedir⁷².

Bir davranış veya ticari uygulamanın haksız rekabet teşkil edip etmediğinin tespitinde, öncelikle özel olarak 55. maddede sayılan örneklerden birinin unsurlarını taşıyıp taşımadığı irdelenecektir. Bu hallerden birinin unsurlarını taşıdığı tespit edilen davranış ya da ticari uygulamanın, ayrıca TTK m. 54/2'deki koşulları taşıyıp taşımadığına yönelik bir inceleme yapılmasına gerek yoktur. Zira bu hallerin aynı zamanda TTK m. 54/2'ye aykırılık oluşturduğu kanun koyucu tarafından kabul edilmiştir⁷³. Örnek olarak sayılan hallerden birinin unsurlarını taşımayan davranış ya da ticari uygulamanın, bu sefer haksız rekabet hallerine örneksime yoluyla dolaylı olarak dahil edilip edilmeyeceğine bakılır⁷⁴. TTK m. 55'te sayılan hallere uygunluk ya da benzerlik göstermeyen davranış ya da ticari uygulamaların ise, haksız rekabet teşkil ettiğinin kabul edilebilmesi için TTK m. 54/2'deki koşulları sağlaması gerekmektedir⁷⁵.

Bir davranış ya da ticari uygulamanın haksız rekabet teşkil edip etmediğinin tespitinde TTK m. 54 ve 55'in yanında, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun⁷⁶'un haksız ticari uygulamaları yasaklayan 61. ve 62. maddeleri çerçevesinde çıkarılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği⁷⁷ de gözetilecektir. Zira Yönetmelik aldatıcı ve saldırgan ticari uygulama örneklerine yer vermiştir⁷⁸.

⁷² Mehmet Bahtiyar, *Ticari İşletme Hukuku: Ders Notları, Soru Örnekleri*, (İstanbul: Beta Yayınları, 2023), 180; Çınar Karabağ, 52; Tamer, 71.

⁷³ Arkan, 354; Pekdinçer, 32; Nomer Ertan, 98; Yıldız, 49.

⁷⁴ Nomer Ertan, 98; Bilgili ve Demirkapı, 151; Ülgen vd., 347.

⁷⁵ Çınar Karabağ, 55; Erdil, 71; Soydemir, 34; Bozer ve Göle, 238.

⁷⁶ 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmî Gazete.

⁷⁷ 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmî Gazete.

⁷⁸ Bozer ve Göle, 239; Nomer Ertan, 98. Ayrıca bkz Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği m. 29, 30 ve 31.

1.2.4. Başlıca Haksız Rekabet Halleri

1.2.4.1. Dürüstlük Kuralına Aykırı Reklamlar ve Satış Yöntemleri ile Diğer Hukuka Aykırı Davranışlar

1.2.4.1.1. Kötüleme

TTK m. 55/1-a-1 bendi uyarınca “başkalarını veya onların mallarını, iş ürünlerini, fiyatlarını, faaliyetlerini veya ticari işlerini yanlış, yanıltıcı veya gereksiz yere incitici açıklamalarla kötülemek” haksız rekabet teşkil etmektedir.

Kötüleme karalamayı, perdelemeyi, değerini küçümsetmeyi ve düşürmeyi kapsar⁷⁹. Daha genel bir ifadeyle, kişi hakkında ticari hayatını etkileyecek şekilde olumsuz intiba yaratılması olarak ifade edilebilir. Kötülemenin söz konusu olabilmesi için öncelikle, yanlış, yanıltıcı ya da gereksiz yere incitici bir açıklama bulunmalıdır⁸⁰.

Yanlış açıklamalar, içeriği gerçeğe bağdaşmayan, gerçeği saptıran, objektif olarak yanlış açıklamalardır. Bu bakımdan gerçeğe uygun açıklamalar kural olarak haksız rekabet teşkil etmeyecektir⁸¹.

Yanıltıcı açıklamalar, sunuluş tarzı, seçilen sözcükler, resimler veya yapılan karşılaştırmaların hedef kitlede bıraktığı genel izlenimle, konunun olduğundan farklı ve olumsuz algılanmasına yol açabilecek, yanlış izlenim yaratabilecek açıklamalardır⁸². Bu tür bir açıklamanın kötüleme niteliğinde olup olmadığının tespitinde, ortalama yetenekteki muhatabını hataya düşürebilecek nitelikte olup olmadığı göz önünde bulundurulur⁸³.

Gereksiz yere incitici açıklamalar ise, orantısız bir şekilde ve aşırıya kaçarak olumsuz intiba yaratan açıklamalardır. TTK m. 55 gerekçesine göre, gerçek payının mevcudiyetine rağmen ölçsüzlük ve üslup nedeniyle eleştiri kavramı ile uyuşmayan açıklama

⁷⁹ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 08.08.2023.

⁸⁰ Çınar Karabağ, 57; Kaplan, 39; Ülgen, 351; Bozer ve Göle, 239.

⁸¹ Yıldız, 60; Karahan, 225; Poroy ve Yasaman, 379; Can, 158.

⁸² Suluk ve Karasu ve Nal, 426; Çınar Karabağ, 58; Tamer, 95; Kemal Şenocak, “Haksız Rekabet Açısından Boykot”, *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 25/1 (2009): 92.

⁸³ Ülgen, vd 352; Suluk ve Karasu ve Nal, 426.

incitcidir. Ancak burada eleştiri amacının aşarak açıklamanın kötüleme vasıf ve derecesine ulaşmasının gerektiği kabul edilmektedir⁸⁴.

Kamuyu bilgilendirici bilimsel açıklamalar ve haberler kural olarak haksız rekabet teşkil etmemekle birlikte, yanlış; yanıltıcı ya da gereksiz yere incitici şekilde ifade edildiği ölçüde haksız rekabet oluşturabilecektir⁸⁵.

1.2.4.1.2. Gerçek Dışı ve/veya Yanıltıcı Açıklamalarla Kendisini veya Üçüncü Bir Kişiyi Rekabette Öne Geçirme

TTK m. 55/1-a-2 bendi uyarınca “kendisi, ticari işletmesi, işletme işaretleri, malları, iş ürünleri, faaliyetleri, fiyatları, stokları, satış kampanyalarının biçimi ve iş ilişkileri hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı açıklamalarda bulunmak veya aynı yollarla üçüncü kişiyi rekabette öne geçirmek” haksız rekabet teşkil etmektedir.

Kötüleme yoluyla haksız rekabet daha çok rakipleri hedef alırken, burada söz konusu olan; müşterilerin satın alıp almama konusundaki kararlarını etkileyebilecek gerçek dışı ya da yanıltıcı açıklamalardır⁸⁶.

TTK m. 55/1-a-2 bendi, gerçek dışı veya yanıltıcı beyanları yapanın kendisine ya da üçüncü kişiye rekabette avantaj sağlaması şeklinde iki varsayımı içermektedir. Bu iki varsayımdan birinin mevcut olması halinde, haksız rekabet gündeme gelecektir.

⁸⁴ Karahan, 225-226; Bozer ve Göle, 240; Şenocak, Boykot, 92; Erdil, 80; Bozer ve Göle, 240; Ömer Teoman, *Yaşayan Ticaret Hukuku Cilt 1 Hukuki Mütalaalar Kitap 2*, (İstanbul: Kazancı Matbaacılık, 1993), 289. Aynı yönde Yargıtay HGK 2021/286 E., 2022/1697 K. ve 08.12.2022 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024.

⁸⁵ Çınar Karabağ 61; Karahan, 226. Ayrıca bilgi alma hakkı, ifade özgürlüğü ve haksız rekabet ilişkisine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Erdil, 82 vd.; Yıldız, 68; Kırca, 455 vd.; Fülürya Yusufoglu, “Eleştiri Hakkı Işığında Rakip Olmayanların Beyanlarının Haksız Rekabet Çerçevesinde Değerlendirilmesi”, *Prof. Dr. Hamdi Yasaman’a Armağan*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2017), 831-832. Aynı yönde Yargıtay 2021/977

E., 2023/245 K. ve 22.03.2023 tarihli ve Yargıtay HGK 2017/2623 E., 2021/387 K. ve 01.04.2021 tarihli kararları, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 10.08.2024.

⁸⁶ Çınar Karabağ, 62; S. Turgut Erem, *Ticaret Hukuku Prensipleri Cilt 1*, (İstanbul: İstanbul İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı, 1975-1980), 199; Ülgen, 353; Bozer ve Göle, 242.

Rekabette öne çıkarmanın, övme ya da üstünlük belirtici şekilde olması gerekmekte; gerçek dışı ya da yanıltıcı olması yeterli kabul edilmektedir⁸⁷.

Açıklamanın gerçek dışı olması bakımından açıklamanın doğruluğu esas alınırken, yanıltıcı olup olmadığının tespitinde, hedef kitle ve somut olayın özellikleri birlikte değerlendirilecektir⁸⁸.

Gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla haksız rekabetin en yaygın örneklerinden biri, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde de hakkında düzenlemeler bulunan aldatıcı reklamlardır⁸⁹. Şüphesiz, gerçek dışı ya da gerçeğe uygun olmakla birlikte sunuluş tarzı sebebiyle yanlış izlenim uyandıran reklamlar aldatıcı nitelikte olacak ve haksız rekabet teşkil edecektir. Abartılı ifadelerin kullanılmış olması halinde ise, her zaman haksız rekabet meydana gelmeyebilecektir⁹⁰. Örneğin doktrinde, benzin üretim ve satışı yapan şirketin kendisi tarafından üretilen benzini kullanan araç sahiplerinin benzin deposunda kaplan taşıdığına yönelik reklamın gerçek dışı ve abartılı olduğu ancak aldatıcı olmadığı ve bu sebeple de haksız rekabet teşkil etmeyeceği kabul edilmektedir⁹¹.

1.2.4.1.3. Hakkı Olmayan Unvan, Meslek Adı, Derece ve Sembolü Kullanarak Kendini Üstün Yetenekli Gösterme

TTK m. 55/1-a-3 bendi uyarınca *“paye, diploma veya ödül almadığı hâlde bunlara sahipmişçesine hareket ederek müstesna yeteneğe malik bulunduğu zannını uyandırmaya*

⁸⁷ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Suluk ve Karasu ve Nal, 427; Karahan, 227

⁸⁸ Erdil, 94-95; Bozer ve Göle, 242; Kırca, 458; Karahan, 228. Aynı yönde *“Reklamdaki yazım şeklinin, özellikle akaryakıt istasyonlarının bulunduğu güzergahlardaki kara yolundan araçları ile seyir halinde iken geçen ve bu nedenle de o esnada dikkatlerini öncelikle yola ve trafiğe yoğunlaştırmış bulunan sürücüler için yanıltıcı olup, seyir halinde geçen kısa süre içinde reklamın ilk olarak fark ettikleri dikkat çekici şekilde yazılmış olan “yüzde yedi indirim” kısmına göre akaryakıt satın alma kararı vermelerinin mümkün bulunması karşısında, söz konusu reklamın müşterileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, hüsnüniyet kurallarına aykırı bu durumun haksız rekabet teşkil edeceği...”*ne ilişkin Yargıtay 11. HD. 2014/1273 E., 2015/421 K. ve 15.01.2015 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T:13.06.2024, (Bozer ve Göle, 243).

⁸⁹ Erdil, 97 vd.; Nomer Ertan, 154; Kayar, 281 vd. Ayrıca aldatıcı reklamlara ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz Esra Teymen, *“Türk Hukukunda Aldatıcı Reklam Yoluyla Haksız Rekabet”*, (Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, 2020), 41 vd. Ayrıca bkz. Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği m. 7, 8, 17, 28, 29.

⁹⁰ Suluk ve Karasu ve Nal, 427; Göle, 62; Arkan, 356.

⁹¹ Arkan, 356; Göle, 64; Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 404; Bahtiyar vd., 208.

çalışmak veya buna elverişli doğru olmayan meslek adları ve sembolleri kullanmak” haksız rekabet teşkil etmektedir⁹².

Haksız rekabetin meydana gelmesi için, mesleki ad ve işaret ya da unvanın, objektif olarak üçüncü kişilerde yanlış ya da yanıltıcı kanaatin doğmasına yol açması yeterlidir⁹³. Gerçek olmamasına rağmen yanlış ya da yanıltıcı kanaat oluşturmeyen “Kokoreç Profesörü” gibi fantezi unvanların kullanımı ise, haksız rekabete yol açmayacaktır⁹⁴.

1.2.4.1.4. Karıştırılmaya Yol Açan Önlemler Alma

TTK m. 55/1-a-4 bendi uyarınca *“başkasının malları, iş ürünleri, faaliyetleri veya işleri ile karıştırılmaya yol açan önlemler almak”* haksız rekabet teşkil etmektedir.

Mülga TTK’da iltibas ile ifade edilen haksız rekabet hali, TTK’da karıştırılmaya yol açan önlemler alma kavramıyla ifade edilmiştir. Madde gerekçesinde, o tarihte yürürlükte olan Mülga MarkKHK’da⁹⁵ iltibas yerine karıştırılma terimi kullandığı ve bu terim öğreti ve içtihatlarda yerleşmeye başladığı için, burada da aynı terimin tercih edildiği belirtilmiştir⁹⁶. Nitekim Mülga MarkKHK’yı ilga eden SMK’da⁹⁷ da yine karıştırılma terimi tercih edilmiştir. Madde gerekçesinde bu değişikliğin öğreti ve mahkeme kararlarındaki birikiminin feda edilmesi, uygulanamayacağının kabul edilmesi anlamı taşımadığı; zira iltibas kavramının hukuk normları üstü anlamı ve işlevi ile varlığını sürdürdüğü de belirtilmiştir⁹⁸.

Karıştırılma, bir kişinin başkasının malları; iş ürünleri, faaliyetleri veya ticari işletmesiyle arasında aynen ya da birbirinden ayırt edilemeyecek şekilde benzerlik yaratarak yanılmaya, kandırmaya ya da yanlış algılatırmaya sebep olmak olarak ifade edilebilir⁹⁹.

⁹² Bu bent uyarınca haksız rekabette failin gerçek dışı ya da yanıltıcı açıklamalarla rekabette kendisini öne çıkarmaya çalıştığından esasen hükmün TTK m. 55/1-a-2 hükmünün özel bir görünümü olduğu ve dolayısıyla ayrıca düzenlenmesinin gerekli olmadığına ilişkin bkz. Erdil, 105.

⁹³ Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 406; Suluk ve Karasu ve Nal, 428.

⁹⁴ Bozer ve Göle, 244; Nomer Ertan, 167.

⁹⁵ 27.06.1995 tarih ve 22326 sayılı Resmî Gazete.

⁹⁶ Karahan, 230; TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İctihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024.

⁹⁷ 10.01.2017 tarih ve 29944 sayılı Resmî Gazete.

⁹⁸ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İctihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Yıldız, 103.

⁹⁹ Erdil, 108; Nisim Franko, “İltibas Sebebiyle Haksız Rekabet”, *Prof. Dr. Mahmut Teyfik Birsnel’e Armağan*, (İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 2001): 116; Arkan, 358; Esenyel, 77; Poroy ve Yasaman, 391; Ülgen vd., 360.

Hüküm, karıştırılmayı dış görünüş ve ses yönünden benzerlik bağlamında düzenlemektedir. İç benzerlikten doğan karıştırılma ise hükmün kapsamı dışındadır. Dış görünüm koruması ise, takdim; şekil, tasarım ve donanım korumasıdır. Karıştırılmanın varlığı tespit edilirken, ürünlerin rengi, boyutu, ambalajı, kompozisyonu gibi tüm özellikleri dikkate alınarak; görsel, işitsel ya da anlamsal bir benzerlik bulunup bulunmadığı denetlenir¹⁰⁰. Bu benzerliğin mutlak bir benzerlik olması da aranmaz, tüketicileri görünüş ya da fonetik olarak aldatacak nitelikte olması yeterlidir¹⁰¹.

Karıştırılmanın tespiti nesnel değerlendirmeyi gerektirmektedir ve bu tespitte kural olarak orta seviyedeki tüketici dikkate alınır. Ancak malın uzman bir kitleye hitap etmesi halinde, ortalama tüketici değil bu uzman kitle göz önünde bulundurulacaktır. Buradaki tüketici, mal son tüketiciye ulaşıncaya kadar araya giren toptancı, perakendeci vb. araya girenler değil, son alıcıdır¹⁰².

Karıştırılmaya yol açacak önlemler alma yoluyla haksız rekabet, uygulamada en sık rastlanan haksız rekabet hallerinden biridir¹⁰³. Bu haksız rekabet halinin söz konusu olabilmesi için, haksız rekabeti ileri süren kişinin kullanımının haklı bir nedene dayanması gerektiği kabul edilmektedir. Bu doğrultuda, mal, iş ürünü ya da ticaret unvanını haklı olarak kullanan kişi, kendi emeğinden haksız olarak yararlananlara karşı haksız rekabetten doğan taleplerini ileri sürebilir¹⁰⁴.

¹⁰⁰ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Çınar Karabağ, 75; Karahan, 231. Aynı yönde Yargıtay HGK 2021/944 E., 2023/62 K. ve 08.02.2023 tarihli kararı, “...Davalının geliştirdiği bilgisayar programının, müşterilere sergilenme biçimi itibarıyla işleyişi, genel algoritması, fikir ve akış diyagramları, arayüzler, kullanılan ifadeler, modüller ve alt modüller ile programda yer alan tanımlar ve başlıkların davacının programındakilerle hayatın olağan akışına uygun olamayacak ve sektördeki diğer programlarda var olmayan düzeyde benzer olduğu anlaşılmaktadır. Bu sebeple davalının bu kapsamdaki fiilinin TTK'nın 55/(1)-a-4 maddesinde düzenlenen; başkasının malları, iş ürünleri, faaliyetleri veya işleri ile karıştırılmaya yol açan önlemler almak şeklindeki haksız rekabet hâli kapsamında olduğu söylenebilir...”, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, E.T: 08.08.06.2024; Yargıtay 11. HD. 2007/11417 E., 2009/378 K. ve 19.01.2009 tarihli kararı, “...Davalının “Pınar” markasının tanınmışlığı dikkate alındığında tescil edilmek istenen esas unsurun “Doyum” ibaresi olduğunu, davalı şirketin tescil ettirmek istediği “Doydum” kelimesi ile “Doyum” kelimesinin bir harf fazlalığı ile fonetik, görünüş ve anlam olarak benzer ve itibas yaratmaya müsait olduğu...”, (Poroy ve Yasaman, 393).

¹⁰¹ Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 407; Karayalçın, 461.

¹⁰² Karahan, 231; Erdil, 113; Ülgen, 355; Esenyel, 79; Ufuk Tekin, *Tüketicilerin Haksız Rekabet Hükümlerine Göre Korunması*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2022), 39-41.

¹⁰³ Poroy ve Yasaman, 390; Berzek, 87; Çınar Karabağ, 72; Karayalçın, 459; Nazlı Hilal Çelik, “Haksız Rekabet”, *Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 9/2 (2012): 675.

¹⁰⁴ Kayıhan, 222; Ülgen, 355; Kaplan, 42.

Karıştırılmaya yol açacak önlemler alma yoluyla haksız rekabet, başka herhangi bir mevzuat hükmüne göre korunmayan ürünler arasında meydana gelebileceği gibi; kendi mevzuatlarında ayrıca korunan marka, ticaret unvanı, tasarım gibi fikri ve sınai mülkiyet ürünlerinin kendi arasında ya da birbiriyle karıştırılacağı şekilde de meydana getirilebilir¹⁰⁵. Bu durumda hükümlerin uygulanma sırası ve aralarındaki ilişkiye ilişkin olarak doktrinde farklı görüşler bulunmakla birlikte, kanaatimizce de isabetli şekilde, fikri ve sınai mülkiyet hukukunun hak sahiplerini koruduğu; haksız rekabet hükümlerinin ise dürüstlük kuralına aykırı davranış ve ticari uygulamalara karşı emek ilkesi uyarınca işletmesel çabayı, birikimi ve yatırımı koruduğu gerekçesiyle, haksız rekabet hükümlerinin ikinci derece değil, koşulları varsa fikri ve sınai mülkiyet hükümleriyle birlikte kümülatif olarak birinci derecede uygulanabileceği baskın görüş olarak kabul edilmektedir¹⁰⁶.

¹⁰⁵ Kayar, 286; Bozer ve Göle, 245; Zeynep Demirçivi Mineliler, “Ticaret Ünvanı ve Haksız Rekabete İlişkin Bir Yargıtay Kararının TTK ve TTK Tasarısı Hükümleri Çerçevesinde MarKHK Hükümleri de Dikkate Alınarak İncelenmesi”, *Prof. Dr. Hüseyin Ülgen'e Armağan 1. Cilt*, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2007), 22.

¹⁰⁶ Çınar Karabağ, 72; Şehirali Çelik, 168; Bozer ve Göle, 245; Kaplan, 42; Kayıhan, 222; Poroy ve Yasaman, 390; Erdil, 42; Tekinalp, 37. Fikri ve sınai mülkiyet hükümlerinin özel hüküm niteliğinde olduğu ve bu kapsamda korumanın söz konusu olmadığı durumlarda haksız rekabet hükümlerinin uygulanacağı yönünde Nomer Ertan, 180-181; Ülgen vd., 359-360; Çelik, 675. Kümülatif korumanın söz konusu olacağı yönünde Yargıtay 11. HD. 2021/4883 E., 2022/9613 K. ve 28.12.2022 tarihli kararı, “...dosya kapsamı ve bilirkişi ayrık raporunda açıklandığı üzere davalının tescilinde kötüniyetli olduğu markaları ile ürettiği ürünlerin bulunduğu ambalaj görsellerinin davacının markalarına yansıyacak şekilde kullandığı anlaşıldığından kümülatif koruma ilkesi gereğince, bu durumun aynı zamanda TTK anlamında bir haksız rekabet teşkil ettiği, davalının fiillerinin dürüstlüğü aykırı ve haksız rekabetçi bir davranış olarak nitelendirilmesi gerekmiştir...”; karşı yönde Yargıtay 11. HD. 2019/5189 E., 2022/1852 K. ve 14.03.2022 tarihli kararı, “...marka hakkına tecavüz eylemleri, hem özel yasa niteliğindeki 556 Sayılı Marka KHK'nın 61 ve 9.maddeleri uyarınca, hem de az önce zikrolunan hüküm nedeniyle mülga 6762 Sayılı TTK'nın 57/5.maddesi hükümleri doğrultusunda kümülatif olarak korunmakta idi. Bununla birlikte, mülga 6762 Sayılı TTK'nın 57 /5.maddesindeki hüküm, 01.07.2012 tarihinde yürürlüğe giren mer'i 6102 Sayılı TTK'nın 55 /1-a-4 bendinde yer alan “Başkasının malları, iş ürünleri, faaliyetleri veya işleri ile karıştırılmaya yol açan önlemler almak,” şeklinde düzenlenmiş olup, Kanun'un gerekçesinde de ifade olunduğu üzere, Kanun Koyucu bilinçli bir şekilde, “ad, unvan ve marka” kavramlarına yeni düzenlemede yer vermemiş ve buna gerekçe olarak da, bu kavramların kendi özel yasası niteliğindeki 556 Sayılı Marka KHK, 554 Sayılı End. Tasarım KHK ve 555 Sayılı Coğrafi İş. KHK ve TTK'nın unvan ile ilgili düzenlemeleriyle korunması gösterilmiş ve bunların bir kez de TTK'nın haksız rekabet hükümleriyle korunmasının gereksiz olduğu ve yorum güçlüklerine yol açacağına vurgu yapılmıştır. Gerçekten de, markaların kendi özel yasası niteliğindeki 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (mülga 556 Sayılı Marka KHK) hükümleriyle korunması ve 6102 Sayılı TTK'nın 55 /1-a-4 maddesindeki düzenleme karşısında, Dairenin bu konudaki eski içtihatlarını sürdürme imkanı kalmadığından, Bölge Adliye Mahkemesince, davacının tescilli markasının benzerinin, tescil kapsamındaki ilaç emtiasında kullanılması şeklindeki davalı eyleminin TTK'nın 55 /1-a-4.maddesi uyarınca aynı zamanda haksız rekabet teşkil ettiğine ilişkin gerekçesi yerinde görülmediğinden, hükmün bu kısım yönünden temyiz eden davalı yararına bozulması gerekmiştir.”; Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, 10.08.2024.

Bu noktada karıştırılmaya yol açan önlemler alma yoluyla haksız rekabet bakımından, fikri ve sınai mülkiyet hukuku ile ilgili değinilmesi gereken bir husus bulunmaktadır. FSEK hükümlerine bakıldığında, haksız rekabete ilişkin birtakım düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Bu hükümlerden FSEK m. 83 uyarınca, *“Bir eserin ad ve alametleri ile çoğaltılmış nüshaların şekilleri, meydan verebilecek surette diğer bir eserde veya çoğaltılmış nüshalarında kullanılamaz. 1 inci fıkra hükmü umumen kullanılan ve ayırt edici bir vasfı bulunmayan ad, alamet ve dış şekiller hakkında uygulanmaz. Bu maddenin uygulanması kanunun 1., 2. ve 3. bölümlerindeki şartların tahakkukuna bağlı değildir. Basın Kanunu’nun 14. maddesinin mevkute adları hakkındaki hükmü mahfuzdur. Tecaviüz eden tacir olmasa bile, birinci fıkra hükmüne aykırı hareket edenler hakkında haksız rekabete mütaallik hükümler uygulanır.”*

Hükümler detaylıca incelendiğinde görüleceği üzere, m. 83 ile eserin ticari başarısında önemli bir etken olan ad ve alametlerin başkaları tarafından karıştırılmaya yol açacak şekilde kullanılmasının haksız rekabet hükümleri ile yasaklanması imkânı getirilmiştir. Zira eserin bir parçası olan ancak başlı başına eser olmaması dolayısıyla FSEK uyarınca koruma kapsamında olmayan ad ve alametler¹⁰⁷, eser ile sahibi arasında bağlantı kurulmasına ve eserin diğerlerinin arasında ayırt edilmesine yarayan önemli birer unsurdur. Bu unsurların üçüncü kişiler tarafından karıştırılmaya yol açacak şekilde kullanılması halinde başka bir kişinin emeğinden izin alınmaksızın yararlanılacak olup, bu durum hiç şüphesiz haksız rekabet teşkil edecektir¹⁰⁸.

1.2.4.1.5. Karşılaştırma Yapma

TTK m. 55/1-a-5 bendi uyarınca *“kendisini, mallarını, iş ürünlerini, faaliyetlerini, fiyatlarını, gerçeğe aykırı, yanıltıcı, rakibini gereksiz yere kötüleyici veya gereksiz yere onun tanınmışlığından yararlanacak şekilde; başkaları, malları, iş ürünleri veya*

¹⁰⁷ Eserin adı, yaratıcısı tarafından konulan ve eserin sürüm ve tanıtımını sağlayan parçası iken eserin alameti eserin dış şekline ait işaret, resim, dış görünüş ve benzeri eserin kendisini tanıtıcı parçalarıdır. Bkz. Erdil, 224; Tekinalp, 288; Savaş Bozbel, *Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2012), 407.

¹⁰⁸ Poroy ve Yasaman, 446 vd.; Güneş, *Fikir ve Sanat Eserleri*, 388; Erdil, 223; Nuşin Ayiter, *Hukukta Fikir ve Sanat Ürünleri*, (Ankara: Sevinç Yayınları, 1981), 83.

fiyatlarıyla karşılaştırmak ya da üçüncü kişiyi benzer yollardan öne geçirmek” haksız rekabet teşkil etmektedir.

Mülga TTK döneminde karşılaştırma yapma yoluyla haksız rekabetin, kötüleme ya da yanlış ve yanıltıcı bilgi verme yoluyla haksız rekabet teşkil ettiği kabul edilmekteydi. TTK’da ise, m. 55/1-a-5 bendi ile bu yöndeki davranış ve ticari uygulamaların ayrı bir haksız rekabet hali teşkil ettiği kabul edilmiştir¹⁰⁹.

Kural olarak kendisini, mallarını, iş ürünlerini, faaliyetlerini, fiyatlarını; başkaları, malları, iş ürünleri veya fiyatlarıyla karşılaştırmak ya da üçüncü kişiyi benzer yollardan öne geçirmek tek başına haksız rekabet teşkil etmemektedir. Ayrıca dürüstlük kuralına uygun olarak yapılan karşılaştırmalar da alıcıların objektif değerlendirme yapabilmelerini ve piyasanın şeffaflığını sağlamaktadır¹¹⁰.

Karşılaştırmada dürüstlük kurallarına aykırı olan durumlar, beyanların ve açıklamaların doğru olmaması yani yanlış veya yanıltıcı olması, rakibin ününün veya ürünlerinin sömürülmesi, yanlış tanıtılması veya üstün yanlarının saklanmasıdır¹¹¹.

Hükümde karşılaştırma yapma yoluyla haksız rekabetin yanlış, yanıltıcı, rakibini gereksiz yere kötüleyici veya gereksiz yere onun tanınmışlığından yararlanacak şekilde yapılan karşılaştırmalı açıklamalar ile meydana getirilebileceği belirtilmiştir¹¹².

Karşılaştırmının gerçeğe aykırılığından kasıt, karşılaştırmada kullanılan bilgilerin objektif olarak gerçeği yansıtmamasıdır. Yanıltıcı karşılaştırma ise, verilerin ya da olguların seçimi ya da takdim ediliş tarzı sebebiyle muhatabında olduğundan değişik ya da olumsuz algılanmasına sebep olan karşılaştırmadır¹¹³.

Karşılaştırma yoluyla haksız rekabetin bir diğer türü olan, gereksiz yere kötüleyici karşılaştırma esasen, ilk alt bent kapsamında haksız rekabet teşkil eden açıklamaların, karşılaştırma yoluyla yapılmış halidir. Yargıtay, piyasadaki yegâne biyoeşdeğerliliğe sahip ilaçlardan birinin reklamında, reklam verenin ürününün “can simidi”, rakip

¹⁰⁹ Nomer Ertan, 210 vd.; Erdil, 135; Karayalçın, 458; Tamer, 139 vd.

¹¹⁰ Nomer Ertan, 210; Ülgen vd., 362; Yıldız, 127.

¹¹¹ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Güven, 72.

¹¹² Karahan, 232.

¹¹³ Nomer Ertan, 219 vd; Karahan, 234; Yıldız, 135 vd.

firmanın ürününün ise “yamalı iç lastik” şeklinde tasvir edilmesini, gereksiz yere incitici beyanlarla kötöleme yoluyla haksız rekabet teşkil ettiğini kabul etmiştir¹¹⁴.

Karşılaştırma yoluyla haksız rekabetin son türü olan gereksiz yere rakibin tanınmışlığından yararlanan karşılaştırmada, rakibinin uzun uğraşlar sonucu elde ettiği tanınmışlığı sömürülmektedir¹¹⁵. “Golf”den daha güzel”, “Henüz ikinciyiz”, “Süper market (X)’ten daha ucuz ve kaliteli” şeklindeki reklamlar, bu tür haksız rekabet hallerine örnek verilebilir¹¹⁶.

Bir karşılaştırmadan söz edilebilmesi için karşılaştırma konusu ile rakibin şahsı, malı, iş ürünleri, faaliyetleri arasında bir bağlantı kurulmuş olması gerekir. Bu bağlantı rakibin isminin ya da mal veya hizmetinin belirtilmesi şeklinde açıkça kurulabileceği gibi, kimin ya da hangi mal veya hizmetin kastedildiği anlaşılabilecek şekilde veya rakibi ya da mal veya hizmetini anımsatacak şekilde de kurulabilir¹¹⁷.

Abartılı ya da süperlatif olarak isimlendirilen “en iyi”, “en büyük” şeklinde üstünlük belirten reklamlar ise, kural olarak haksız rekabet teşkil etmemektedir. Ancak bu tür reklam ya da açıklamalar, diğer açıklamalar gibi; gerçeğe aykırı, yanıltıcı ya da kötöleyici nitelikte olmamalıdır¹¹⁸.

¹¹⁴ Ülgen, 363; Asuman Yılmaz, “6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’na Göre Karşılaştırmalı Reklâmlarda Gereksiz Yere Kötöleme Yasağı”, *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 75/2 (2017): 820. Yargıtay 11. HD. 2008/441 E., 2009/10594 K. ve 15.10.2009 tarihli kararı için bkz. İlhami Güneş, *Uygulamada Fikri Mülkiyet Hakları ve Haksız Rekabet Davaları*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2013), 290.

¹¹⁵ Suluk ve Karasu ve Nal, 431; Hamdi Pınar, “Reklam ve Satış Yöntemlerine İlişkin Haksız Rekabet Hâlleri”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 18/2 (2012): 150.

¹¹⁶ Çınar Karabağ, 104; Arkan, 357; Erdil, 137; Nomer Ertan, 215; Savaş Bozbel, “Yeni Türk Ticaret Kanunu’nda Karşılaştırmalı Reklam”, *Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun Ticari İşletme Hukuku Alanında Getirdiği Yenilikler, Sempozyum 25-26 Kasım 2011*, (İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Hukuk Fakültesi, 2012): 114-115. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2015/12152 E., 2016/9489 K. ve 12.12.2016 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 15.08.2024, (Poroy ve Yasaman, 414).

¹¹⁷ Nomer Ertan, 215; Savaş Bozbel, *Mukayeseli Hukukta ve Türk Hukukunda Karşılaştırmalı Reklam Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2006); Çınar Karabağ, 98; Erdil, 136 vd.

¹¹⁸ Çınar Karabağ, 101; Göle, 87; Karahan, 233; Sami Karahan, “Süper Lüks Ekstra Lüks İşaretlerinin Gıda Markalarında Kullanılması Mümkün Müdür”, *Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi*, 1/3 (2001): 38-39. Adem Aslan, “Marka, Haksız Rekabet ve Tüketici Hukukunda Süperlatif Reklamlar”, *Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı: 2014*, Der. Tekin Memiş, (Ankara: Yetkin Yayınları, 2016), 58; Erdil, 136 vd. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2008/1262 E., 2009/11173 K. ve 30.10.2009 tarihli kararı, “... “*EN GÜZEL*” ibaresinin haksız rekabete neden olabilecek ölçüde karşılaştırmalı bir reklam olmadığı, ancak dolaylı bir karşılaştırmadan söz edilebileceği, söz konusu reklamın aldatıcı veya yanıltıcı bir niteliğinin bulunmadığı ve bu niteliği itibari ile tüketicileri haksız rekabet oluşturacak ölçüde etkileyebilecek bir özelliğinin bulunmadığı, dava konusu olayda... haksız rekabet oluşmadığı, “*EN GÜZEL*” ibaresi ile başlayan ve bir ürünü tanıtan ifadelerin sübjektif, soyut, kanıtlanamayan ve yalnızca reklam amacına

Karşılaştırma yoluyla haksız rekabetin en sık rastlanan örneği olan karşılaştırmalı reklamların doğrudan tüketiciyi muhatap alması dolayısıyla, bu hususa ilişkin olarak tüketici mevzuatında da düzenlemeye gidilmiştir. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 61/5 karşılaştırmalı reklamların hukuka uygun olduğunu, 6. fıkra ise reklam verenin ticari reklamlardaki iddialarını ispatla yükümlü olduğunu düzenlemiştir. Ayrıca, maddeye dayanılarak çıkarılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde de karşılaştırmalı reklamın tüketici hukukuna uygun olması için gerekli birtakım kriterler getirilmiştir. Getirilen düzenlemelere TTK m. 55/1-a-5 bendinin yorumu yoluyla da ulaşılabilecek olduğundan, tüketici hukukundaki bu düzenlemelerin haksız rekabet hükümleriyle örtüştüğü söylenebilecektir¹¹⁹.

1.2.4.1.6. *Tedarik Fiyatının Altında Satışa Sunma Yoluyla Müşteriyi Yanıltma*

TTK m. 55/1-a-6 bendi uyarınca *“seçilmiş bazı malları, iş ürünlerini veya faaliyetleri birden çok kere tedarik fiyatının altında satışa sunmak, bu sunumları reklamlarında özellikle vurgulamak ve bu şekilde müşterilerini, kendisinin veya rakiplerinin yeteneği hakkında yanıltmak”* haksız rekabet teşkil etmektedir.

Kural olarak, herkes mal ve hizmetlerinin satış fiyatını serbestçe belirlemek hak ve yetkisine sahiptir. Ancak uygulamada gerçek dışı fiyat politikaları izlenerek, bazı malların tedarik fiyatının altında, göstermelik olarak satışa sunulmakta ve mağazaya çekilen müşterilere söz konusu ürünün tükendiği söylenerek benzer ürünler daha yüksek fiyata satılabilmektedir¹²⁰. "Göstermelik ile aldatma" veya "mostra ile avlama" olarak adlandırılan bu haksız rekabet hali ile, müşterileri yanıltmak amacıyla gerçek dışı fiyat politikalarının izlenmesi ve bu yolla müşteri çevresi edinilmesinin önlenmesi amaçlanmıştır¹²¹.

yönelik reklam niteliği taşıdığı ve Türk Hukukunda bu tür reklamların yasaklanmadığı, başlı başına aldatıcı sayılamayacağı...", (Çınar Karabağ, 101).

¹¹⁹ Nomer Ertan, 212 vd.; Yıldız, 145 vd.

¹²⁰ Bozer ve Göle, 248-249; Karahan, 236; Yasaman, 35.

¹²¹ Biçer, 113; Sariöz, 54; Neyzen Fehmi Dolar, "TTK m.55/1-a-6'da Özel Bir Haksız Rekabet Hâli Olarak Düzenlenen Tedarik Fiyatının Altındaki Sunumlara İlişkin Bir İnceleme", *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 7/1 (2021): 118-119. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2020/8490 E., 2022/4007 K. ve 25.05.2022 tarihli kararı, "...davalının piyasadan tedarik ettiği ekmeği, üzerine % 15 oranında kar payı koyarak sattığı, davalının tedarik fiyatı üstünde satış yaptığı hususunun dosyaya sunulan faturalardan

TTK ile yeni getirilmiş bu haksız rekabet haline¹²² ilişkin olarak madde gerekçesine göre mostra, reklamlarda vurgulanan malın sunum şekli olup, söz konusu haksız rekabet halinin dürüstlüğü aykırı yönünü oluşturan; sunulan malın “mostra” rolü oynaması, yani kalitesi ve tedarik fiyatı ile seçilmiş mallara hatta miktara özgülenmiş bulunmasıdır¹²³.

Tedarik fiyatının altında satışa sunumun haksız rekabet teşkil edebilmesi için, tedarik fiyatının altında satışa sunumun birden çok kez yapılmış olması; bu sunumların reklamlarda özellikle vurgulanması ve bu şekilde müşterilerin, kişinin kendisinin veya rakiplerinin yeteneği hakkında yanıltılması gerekmektedir¹²⁴.

Uygulamada özellikle zararına satışlar şeklinde karşılaşılan bu haksız rekabet halinde, yanıltmanın varlığının ispatının zor olması sebebiyle maddede; yanıltmanın varlığı bakımından bir karine kabul edilmiştir¹²⁵. Buna göre, satış fiyatının tedarik fiyatının altında olması halinde, yanıltmanın varlığı karine olarak kabul edilir. Tedarik fiyatının tespitinde aynı çeşit malların, iş ürünlerinin veya faaliyetlerinin benzer hacimde alımında uygulanan fiyat esas alınır. Ancak satıcı gerçek tedarik fiyatının tespit edilen bu fiyattan farklı olduğunu ispatlar ise, ispatlanan fiyat değerlendirmede esas alınır¹²⁶.

açıkça anlaşıldığı, davalının tedarik fiyatı altında satış yaptığı yönünde herhangi bir iddianın da söz konusu olmadığına dair raporla tespit edildiği, bu durumda yerleşik Yargıtay kararları uyarınca davalının ekmek üreticisi olmaması halinde üçüncü şahıslardan satın aldığı ekmeği alış fiyatının altında bir fiyatla satması halinde haksız rekabetin oluşacağı, davalının eyleminin haksız rekabet teşkil ettiğinin kanıtlanamadığı, TTK 54 ve devamı maddeleri gereğince haksız rekabet şartlarının somut olayda gerçekleşmediği...” De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, E.T: 14.08.2024.

¹²² Öztekin, 421; Gökmen Gündoğdu, “Yargıtay’ın Son Kararlarından Hareketle, Tedarik veya Tarife Fiyatının Altında Satışların TTK m. 55/1-a (6) ve m. 55/1-e Hükümleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi”, *Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19/218 (2024): 84. Ancak Mülga TTK döneminde de bu durumun yine haksız rekabet teşkil edebileceği kabul edilmekteydi. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2007/13685 E., 2009/8375 K. ve 07.07.2009 tarihli kararı, (Dolar, 117).

¹²³ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Can, 162; Suluk ve Karasu ve Nal, 432; Karahan, 236.

¹²⁴ Nomer Ertan, 224; Çınar Karabağ, 107; Öztekin, 421; Ülgen, 364; Kayar, 289; Gündoğdu, 84. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2016/7703 E., 2018/1505 K. ve 28.02.2018 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 15.08.2024.

¹²⁵ Öztekin, 421; Dolar, 129; Erdil, 149.

¹²⁶ Nomer Ertan, 228; Karahan, 237; Poroy ve Yasaman, 419. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2016/8790 E., 2017/7058 K. ve 11.12.2017 tarihli kararı, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, E.T: 14.08.2024.

1.2.4.1.7. Ek Edimlerle Sunumun Gerçek Değeri Hakkında Yanıltma

TTK m. 55/1-a-7 bendi uyarınca “müşteriyi ek edimlerle sunumun gerçek değeri hakkında yanıltmak” haksız rekabet teşkil etmektedir.

Kural olarak belirli bir ürün ya da hizmetin satın alınması şartına bağlı olarak bedelsiz şekilde mal ve hizmet sunmak, hediye vermek haksız rekabet teşkil etmemektedir. Ancak satın alınan mal veya hizmete ek olarak sunulan armağanlar, primler gibi ücretsiz ek edimler, müşterileri malın kalitesi; tazeliği, defolu olup olmadığı konusunda fazla düşündürmeden satın almaya yönlendirerek yanıltıyorsa haksız rekabet söz konusu olacaktır¹²⁷. Madde gerekçesinde özellikle hükmün ağırlık merkezinin müşterinin sunumun gerçek değeri hakkında yanıltılması olduğu belirtilmiştir¹²⁸.

Öte yandan sunulan ek edimin haksız rekabeti gündeme getirebilmesi için, bağımsız bir ekonomik değeri olması, asıl edimden bağımsız olarak hukuki işlemlere konu olabilmesi gerekmektedir. Bu sebeple örneğin ikinci ürüne yapılan indirimler, reklam amaçlı verilen numuneler ek edimlerle sunumun gerçek değeri hakkında yanıltma yoluyla haksız rekabet oluşturmaz¹²⁹.

Mülga TTK döneminde kanunda sayılmayıp TTK ile getirilen bu hükmün amacının, müşterilerin karar verme süreçlerinin manipüle edilmesinin engellenmesi olduğu kabul edilmektedir¹³⁰.

1.2.4.1.8. Saldırgan Satış Yöntemleri Kullanma

TTK m. 55/1-a-8 bendi uyarınca “müşterilerin karar verme özgürlüğünü özellikle saldırgan satış yöntemleri ile sınırlamak” haksız rekabet teşkil etmektedir.

Hüküm ile, müşterilere satın alma zorunluluğu hissi veren, karar verme özgürlüğünü sınırlayan ve hatta ortadan kaldıran davranış ve ticari uygulamaların önlenmesi

¹²⁷ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Ülgen, 364; Suluk ve Karasu ve Nal, 432; Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 409; Ufuk Tekin, “Müşteriyi Ek Edimlerle Sunumun Gerçek Değeri Hakkında Yanıltmak Suretiyle Haksız Rekabet (TTK m. 55.1.a.7)”, *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 35/1(2019): 173.

¹²⁸ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024.

¹²⁹ Nomer Ertan, 234; Yıldız, 165; Bahtiyar, 211.

¹³⁰ Yıldız, 164; Tekin, 81; Pekdincer, 164-165.

amaçlanmıştır¹³¹. Normun koruma amacının kişilik haklarının saldırgan satış yöntemlerinden korunması değil, müşterilerin taleplerinin psikolojik veya fiziki baskı yolu ile şaşırtılarak, pazardaki talep dengesinin bozulmasının önüne geçilmesi olduğu kabul edilmektedir¹³².

Beklenmedik şekilde evin kapısına gelerek yapılan, bir kamyonundan veya yoldan zorla çevirerek yapılan, ürünün satın alınmaması halinde müşterinin sağlık sorunu yaşayacağına ilişkin beyanlarda bulunulan, satıcının çok zor durumda olduğu ve ürünün satılmasına ihtiyacı olduğu beyan edilen satışlar; satın alma zorunluluğu hissiyatının yaratılması olarak ifade edilebilecek saldırgan satış yöntemi kullanma yoluyla haksız rekabet halinin uygulamada en sık karşılaşılan örnekleri olarak gösterilebilir¹³³.

Saldırgan satış yöntemi kullanma yoluyla haksız rekabet halinin söz konusu olabilmesi için, bir satış yönteminin bulunması; bu satış yönteminin özellikle ağır bir saldırgan nitelik taşıması ve kullanılan saldırgan satış yönteminin müşterilerin karar verme özgürlüğünü kısıtlaması gerekmektedir¹³⁴.

Hangi satış yöntemlerinin saldırgan nitelikte kabul edileceği bentte belirtilmemiş olmakla birlikte, tüketicilerin korunması amacıyla getirilen Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde yer alan konuya ilişkin kriterlerin; haksız rekabet hükümlerinin amacı da gözetilerek uygulanabileceği kabul edilmektedir¹³⁵.

Şüphesiz, her saldırgan satış yöntemi haksız rekabet oluşturmaz. Zira her satış yöntemi, pekâlâ müşterileri kandırma ve onların aklını çelme amacı taşıyabilir. Ancak satış

¹³¹ Ülgen vd. 364; Nomer Ertan, 241; Erdil, 153; Öztekin, 424.

¹³² Argun Karamanlıoğlu, "Tüketici Hukukunda Saldırgan Satış Yöntemleri", *Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna Disiplinler Arası Yaklaşım*, (Ankara: Seçkin Yayınevi, 2016), 66.

¹³³ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Nomer Ertan, 244; Ülgen vd., 365.

¹³⁴ Nomer Ertan, 242-244; Yıldız, 172 vd. Aynı yönde Bakırköy 6. Asliye Ticaret Mahkemesi 2020/90 E., 2022/125 K. ve 16.02.2022 tarihli kararı, "...TTK m. 55/1-a.8 maddesi şartlarının oluşması için müşterinin karar verme özgürlüğünün saldırgan satış yöntemleriyle sınırlandırılması gerektiği, her saldırgan satışın haksız rekabet oluşturmadığı, önemli olanın "özellikle" kelimesi ile ifade edilmiş olan saldırganlığın özellik taşıması ve müşteriyi adeta köşeye sıkıştırması olduğu, davalının dava dilekçesinde belirtilen eylemlerinin sunulan delillerde bit bütün olarak değerlendirildiğinde bu kapsamda olmadığı bu nedenle bu madde şartlarının oluşmadığı...", Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 15.08.2024.

¹³⁵ Yıldız, 172; Asena Sinanoğlu, "Saldırgan Ticari Uygulamaların Tüketici Hukukunda İncelenmesi ve Konunun Haksız Rekabet Boyutu", *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 13/1 (2022): 10; Pekdiğer, 168.

yönteminin saldırganlığı, belli bir ağırlık düzeyine ulaşarak müşterilerin karar verme özgürlüğünü kısıtladığı takdirde haksız rekabet meydana gelecektir. Hükümde satış yöntemi bakımından vurgulanan “özellikle saldırgan” kavramındaki “özellikle” ifadesinden kasıt da bu saldırganlık düzeyinin ağırlığıdır¹³⁶.

Saldırgan reklamların ise, bendin kapsamına girmediği genel olarak kabul edilmektedir. Bu husus madde gerekçesinde, bendin merkez unsuru satış yöntemiye, reklamın diğer doğrudan işlevlerin yanında satışa yardımcı bir araç olması, ayrıca söz konusu haksız rekabet halinde müşterinin makbul sayılamayacak güç psikolojik duruma sokularak satın alma zorunluğu altında bırakılırken reklamlarda bu unsurun mevcut olmaması sebepleriyle açıklanmıştır¹³⁷.

Doktrindeki hâkim görüş de muhatabını satın almak zorunda bırakmayıp yalnızca satışa yardımcı bir araç olan saldırgan reklamların, bent kapsamında ele alınamayacağı yönündedir¹³⁸. Ancak doktrindeki bir görüş, reklamın da bir satış yöntemi olduğu ve diğer satış yöntemleri gibi satın almaya teşvik edici araçlardan olup her zaman birbirinden ayrı değerlendirilmeleri de mümkün olmadığı, saldırgan reklamların dahil edilmemesi halinde hükmün kapsamının çok daralacağı gerekçesiyle saldırgan reklamların da saldırgan satış yöntemi kullanma yoluyla haksız rekabet teşkil edebileceğini kabul etmektedir¹³⁹.

Öte yandan, saldırgan reklamların saldırgan satış yöntemi kullanma yoluyla haksız rekabet teşkil etmeyeceğinin kabulü, bu tür reklamların dürüstlük kurallarına uygun görüldüğü anlamına gelmez. Bu nedenle, saldırgan reklamların genel hüküm kapsamında haksız rekabet teşkil etmesi mümkündür¹⁴⁰.

¹³⁶ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Nomer Ertan, 242-243; Ülgen vd, 365; Güneş, 410. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2018/4378 E., 2019/5762 K. ve 24.09.2019 tarihli kararı, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 16.08.2024.

¹³⁷ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024.

¹³⁸ Yıldız, 171; Bozer ve Göle, 250; Poroy ve Yasaman, 423; Sinanoğlu, 6; Karamanlıoğlu, 66; Pekdinçer, 166.

¹³⁹ Nomer Ertan, 249; Çınar Karabağ, 116; Sarıöz, 57; Ülgen, 365.

¹⁴⁰ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Karamanlıoğlu, 66; Sinanoğlu, 6; Bozer ve Göle, 250.

1.2.4.1.9. Gizleme Suretiyle Yanıltma

TTK m. 55/1-a-9 bendi uyarınca “malların, iş ürünlerinin veya faaliyetlerin özelliklerini, miktarını, kullanım amaçlarını, yararlarını veya tehlikelerini gizlemek ve bu şekilde müşteriyi yanıltmak” haksız rekabet teşkil etmektedir.

Gizleme suretiyle yanıltma, Mülga TTK’da düzenlenmemişken TTK ile getirilen bir haksız rekabet hali olup, TTK m. 55/1-a-2 bendinde gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla haksız rekabetin özel bir halidir. Ancak burada, farklı olarak sadece açıklamalarla değil, malın biçimi; paketlenme tarzı, takdim şekli, etiketi gibi görsel unsurlar dahil her türlü araçla mümkün olabilecek bir gizleme durumu söz konusudur. Dolayısıyla bir açıklama yapılmış olması zorunlu olmayıp, yanıltıcı paketlenme ya da açıklamadan kaçınma halinde de gündeme gelebilir. Yine açıklama yapılmış olmasına rağmen, bu açıklamanın muhatabının fark etmeyeceği şekilde yapılmış olması halinde de gizleme suretiyle yanıltma söz konusu olabilecektir¹⁴¹. Ancak müşterilerin tercihlerine etki etmeyen hususların gizlenmesi esasen dürüstlük kuralına aykırılık teşkil etmeyeceğinden ve müşterilerin yanıltılmasına sebebiyet de vermediğinden haksız rekabet oluşturmayacaktır¹⁴².

Gizleme suretiyle yanıltmanın uygulamada en sık karşılaşılan örnekleri, ürün miktarına oranla çok büyük paket kullanılarak ürünün olduğundan fazla miktarda olduğu izlenimi verilmesi, ürünün ikinci el olduğunun gizlenmesi, etikette olası tehlikelerin, yan etkilerin ve sağlığa dokunan diğer hususların gizlenmesidir¹⁴³.

1.2.4.1.10. Taksitle Satış ve Tüketici Kredilerine İlişkin İlanlarda Eksik Açıklama Yapma veya Eksik Ya Da Yanlış Bilgi İçeren Sözleşme Formülleri Kullanma

TTK m. 55/1-a-10 bendi uyarınca “taksitle satım sözleşmelerine veya buna benzer hukuki işlemlere ilişkin kamuya yapılan ilanlarda unvanını açıkça belirtmemek, peşin veya

¹⁴¹ Yıldız, 178; Pekdinçer, 174; Bozer ve Göle, 250; Nomer Ertan, 253.

¹⁴² Yıldız, 180; Tekin, 110.

¹⁴³ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Ülgen, 366; Erdil, 159 vd.; Nomer Ertan, 252.

toplam satış fiyatını veya taksitle satımdan kaynaklanan ek maliyeti Türk lirası ve yıllık oranlar üzerinden belirtmemek"; TTK m. 55/1-a-11 bendi uyarınca *"tüketici kredilerine ilişkin kamuya yapılan ilanlarda unvanını açıkça belirtmemek veya kredilerin net tutarlarına, toplam giderlerine, efektif yıllık faizlerine ilişkin açık beyanlarda bulunmamak"* ve TTK m. 55/1-a-12 bendi uyarınca *"işletmesine ilişkin faaliyetleri çerçevesinde, taksitle satım veya tüketici kredisi sözleşmeleri sunan veya akdeden ve bu bağlamda sözleşmenin konusu, fiyatı, ödeme şartları, sözleşme süresi, müşterinin cayma veya fesih hakkına veya kalan borcu vadeden önce ödeme hakkına ilişkin eksik veya yanlış bilgiler içeren sözleşme formülleri kullanmak"* haksız rekabet teşkil etmektedir.

TTK m. 55/1-a-10-11-12 bentleri, tüketicinin korunmasına ilişkin haksız rekabet halleridir. Burada amaç, tüketici kredilerinde, taksitli veya benzeri satışlarda satış şartlarının, sözleşme form örneklerinin, ilan ve reklamların belirsiz, yanıltıcı, aldatıcı ifadeler içermesinden tüketicinin korunmasıdır. Zira form ve sözleşme örnekleri ile malın fiyatı, taksit şartları, taksit maliyeti, gerçek maliyet karartılabilir; çoğu kez tüketici olan müşteri tarafından ödemelerin Türk lirası ile yapılmayacağı ya da kredi kartı kullanılması halinde ek komisyon istendiğini sonradan fark edilebilir¹⁴⁴.

TTK m. 55/1-a-10 ve TTK m. 55/1-a-11 bentlerinde düzenlenen haksız rekabet halleri ile, taksitle satış veya benzeri hukuki işlemleri ile tüketici kredisi sözleşmelerine ilişkin kamuya yapılan ilanlarda yer alması gereken hususlar belirtilerek bu tür sözleşmeler bakımından tüketicilerin genelinin sözleşme kurulmadan önceki aşamada korunduğu kabul edilmektedir. Bunlarda farklı olarak TTK m. 55/1-a-12 bendinde ise, sözleşmenin kurulması aşamasında bazı bilgilerin eksik ya da yanlış verilmesine karşı tüketicinin korunduğu belirtilmektedir¹⁴⁵.

Tüketicinin korunması bakımından ayrıca, TKHK¹⁴⁶, Taksitle Satış Sözleşmeleri Yönetmeliği¹⁴⁷ ve Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği'nde¹⁴⁸ de birtakım

¹⁴⁴ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Bozer ve Göle, 251-252; Poroy ve Yasaman, 425; Yasaman, 40.

¹⁴⁵ Tekin, 138 vd.

¹⁴⁶ 28.11.2013 tarih ve 28835sayılı Resmî Gazete.

¹⁴⁷ 14.01.2015 tarih ve 29236sayılı Resmî Gazete.

¹⁴⁸ 22.05.2015 tarih ve 29363sayılı Resmî Gazete.

düzenlemeler mevcuttur¹⁴⁹. Ancak doktrinde, TKHK ve ilgili yönetmeliklerin daha kapsamlı düzenlemeler ile belirli bir tüketiciyi koruduğu, TTK hükümlerinin ise daha geniş bir kitlenin menfaatini koruduğu ifade edilmektedir¹⁵⁰.

1.2.4.2. Sözleşmeyi İhlale veya Sona Erdirmeye Yönelme

TTK m. 55/1-b uyarınca “sözleşmeyi ihlale veya sona erdirmeye yöneltmek” haksız rekabet teşkil etmektedir. Hükümde özellikle denilerek örnekseme yoluyla “müşterilerle kendisinin bizzat sözleşme yapabilmesi için, onları başkalarıyla yapmış oldukları sözleşmelere aykırı davranmaya yöneltmek”, “üçüncü kişilerin işçilerine, vekillerine ve diğer yardımcı kişilerine, hak etmedikleri ve onları işlerinin ifasında yükümlülüklerine aykırı davranmaya yöneltebilecek yararlar sağlayarak veya önererek kendisine veya başkalarına çıkar sağlamaya çalışmak”; “işçileri, vekilleri veya diğer yardımcı kişileri, işverenlerinin veya müvekkillerinin üretim ve iş sırlarını ifşa etmeye veya ele geçirmeye yöneltmek” ve son olarak “onunla kendisinin bu tür bir sözleşme yapabilmesi için, taksitle satış, peşin satış veya tüketici kredisi sözleşmesi yapmış olan alıcının veya kredi alan kişinin, bu sözleşmeden caymasına veya peşin satış sözleşmesi yapmış olan alıcının bu sözleşmeyi feshetmesine yöneltmek” hallerinin haksız rekabet teşkil ettiği düzenlenmiştir.

Bilindiği üzere, sözleşmenin ihlali ya da feshi ancak taraflarca gerçekleştirilebilir. Bu ihlal ya da fesih, sona erdirmeye davranışlarının sonuçları ise yalnızca taraflar bakımından etki doğuracaktır. Ancak üçüncü bir kişinin sözleşmeyi ihlale ya da sona erdirmeye yöneltmesi halinde bu kişinin fiili, diğer koşulların da bulunması halinde haksız rekabet teşkil edecektir¹⁵¹.

Maddenin ilk bendi uyarınca haksız rekabetin gündeme gelebilmesi için, sözleşme bakımından üçüncü kişi konumunda olan kişinin, müşteri ile bizzat sözleşme yapabilmek için sözleşmeye aykırı davranmaya yöneltmesi gerekmektedir. Bu noktada yöneltmenin

¹⁴⁹ TTK m. 55/1-a-10 bakımından taksitle satış sözleşmelerine ilişkin TKHK m. 17 vd. ve Taksitle Satış Sözleşmeleri Yönetmeliği. TTK m. 55/1-a-11 bakımından TKHK m. 22 vd. ve Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği. TTK m. 55/1-a-12 bakımından ise, TKHK m. 17 vd. ve Taksitle Satış Sözleşmeleri Yönetmeliği m. 6/1 hükümleri konuyu tüketici hukuku bakımından ele alan hükümlere örnek verilebilir.

¹⁵⁰ Tekin, 124; Nomer Ertan, 264.

¹⁵¹ Öztekin, 427 vd.; Poroy ve Yasaman, 426; Yasaman, 41-41; Bozer ve Göle, 252.

varlığı haksız rekabetin meydana gelmesi için yeterli olup, ayrıca ihlal ya da sona ermenin temin edilmesi ya da bizzat sözleşme yapılmış olması aranmamaktadır¹⁵². Yöneltilme fillinin ise, basit bir teklifi aşan, belli bir yoğunluk taşıyan bir niteliğe sahip olması gerektiği kabul edilmektedir¹⁵³.

TTK m. 55/1-b-2 uyarınca üçüncü kişilerin yardımcılarını görevini kötüye kullanmaya sevk etme yoluyla haksız rekabetin söz konusu olabilmesi için, üçüncü kişinin işçisi, vekili ya da diğer yardımcısına menfaat sağlanmış ya da en azından önerilmiş olması; sağlanan ya da önerilen menfaatin hak edilmemiş olması, kişiyi görevinin ifasında yükümlülüklerine aykırı davranmaya yöneltebilecek nitelikte olması ve haksız rekabeti gerçekleştiren kişinin kendisine veya başkasına çıkar sağlama amacı taşıması gerekmektedir¹⁵⁴.

TTK m. 55/1-b-3 uyarınca üçüncü kişilerin yardımcılarını üretim ve iş sırlarını ele geçirmeye veya ifşa etmeye yöneltilme yoluyla haksız rekabetin gündeme gelebilmesi için ise, üçüncü kişilerin yardımcılarının üretim ve iş sırlarını ele geçirmeye ya da ifşa etmeye

¹⁵² Ülgen vd., 167; Çınar Karabağ, 125; Poroy ve Yasaman, 426; Suluk ve Karasu ve Nal, 435; Kemal Şenocak, "İşletme Personelinin Ayarılması Meselesinin Haksız Rekabet Hükümleri Çerçevesinde (TTK m. 56 Vd.) Değerlendirilmesi", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 50/2 (2001): 214.

¹⁵³ Yıldız, 208; Sinan Sarıkaya, *Haksız Rekabet Hukukunda Sözleşmeyi İhlale veya Sona Erdirmeye Yöneltilme*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021), 82. Aynı yönde Yargıtay 11.HD. 2020/2201 E., 2021/3297 K. ve 05.04.2021 tarihli kararı, "İlk derece mahkemesince, ihtilafın 6306 Sayılı Kanun ile getirilen değişiklik neticesi yaşanan süreçten kaynaklandığı, 2/3 şeklindeki karar nisabı sağlanana kadar tarafların sözleşmeyi tamamladıklarından söz edilemeyeceği, bu aşamaya kadar gerçekleştirilen faaliyetlerin kat maliklerini sözleşme yapmaya ikna etme çabası olarak yorumlanması gerektiği, bu durumun ise ticari hayatın akışına uygun olduğu belirtilmiştir. Ancak davacının her iki parselde de hissesi bulunan kat malikleriyle sözleşme yaptığı, 6306 Sayılı Yasa'nın yürürlüğünden sonra parsellerden birindeki kat maliklerinin 2/3 çoğunluğunun davacıyla sözleşme yapılması hususunda karar aldıkları, davacıyla yapılan sözleşmelerin sözleşmeyi imza eden kat malikleri için bağlayıcı olduğu ve davalıların eylemlerinin davacıyla olan sözleşmelerin sona erdirilmesi amacıyla yöneldiği hususları hep bir arada gözetildiğinde mahkemenin, henüz geçerli şekilde kurulmuş bir sözleşme bulunmadığından davalıların eylemlerinin haksız rekabet teşkil etmeyeceği şeklindeki tespiti isabetli bulunmamıştır. Bunun yanında, mahkemece, somut olayda olduğu gibi daha uygun şartlarda sözleşme yapacağını belirterek kişileri sözleşmenin tarafını değiştirmeye davet etmenin haksız rekabet teşkil etmeyeceği sonucuna ulaşılmışsa da, davalıların yukarıda belirtilen eylemlerinin sözleşmeyi ihlale ve sona erdirmeye yöneltilme noktasında belli bir yoğunluğa ulaştığı, salt daha iyi şartlarda sözleşme yapacağını belirtmekten ibaret olmadığı, davalıların, davacı şirketi kötüleyen açıklamalarda bulunarak ve davacıyla olan sözleşmelerin feshi halinde doğabilecek tazminat sorumluluğunu da üstlenerek kat maliklerini sözleşmeyi sona erdirmeye yönelttikleri anlaşıldığından mahkemece varılan bu sonuç da isabetli bulunmamıştır. Bu itibarla, mahkemece, davalıların yukarıda belirtilen eylemlerinin TTK'nın 55/1-a-1 ve 1/1-b-1 maddesinde düzenlenen haksız rekabet fiillerini teşkil ettiği gözetilerek sonucuna göre bir karar verilmesi gerekirken..." (Poroy ve Yasaman, 427).

¹⁵⁴ Nomer Ertan, 293; Ülgen vd, 368; Poroy ve Yasaman, 428.

yöneltmiş olması yeterlidir. Üretim ve iş sırlarının ele geçirilmiş ya da ifşa edilmiş olması gerekmez¹⁵⁵.

TTK'da Mülga TTK'dan farklı olarak, imalat ve ticaret sırları yerine, üretim ve iş sırları kavramı benimsenmiştir. İş sırlarının imalat ve ticaret sırlarını da kapsayan daha geniş bir kavram olduğu kabul edilmekte ve işletmenin ticari ve ekonomik faaliyetleri ve ilişkileri için önem arz eden sır tanımına uyan her türlü bilgi olarak tanımlanmaktadır. Üretim sırrı ise, bir malın üretimi için gerekli olan her türlü teknik bilgidir. Fiyat hesaplamaları, organizasyon şemaları, eskizler, tedarik, dağıtım ve pazarlama ağları, ticari bağlantılar, müşteri listeleri, pay sahipliği yapısı, kredi olanakları, know-how bilgileri iş sırrına örnek verilebilir¹⁵⁶.

Son olarak TTK m. 55/1-b-4 uyarınca alıcı veya kredi alan kişiyi sözleşmeden caymaya veya sözleşmeyi feshe yöneltme yoluyla haksız rekabet, Mülga TTK'da yer almayıp TTK ile getirilmiş olup, madde gerekçesinde de belirtildiği üzere; TTK m. 55/1-b bendinin taksitli satış, kredili satış vs. satış türlerine uygulanmasını konu alır¹⁵⁷.

1.2.4.3. Başkalarının İş Ürünlerinden Yetkisiz Yararlanma

TTK m. 55/1-c bendi uyarınca başkalarının iş ürünlerinden yetkisiz yararlanmak haksız rekabet teşkil etmektedir. Bentte, *“kendisine emanet edilmiş teklif, hesap veya plan gibi bir iş ürününden yetkisiz yararlanmak”, “üçüncü kişilere ait teklif, hesap veya plan gibi bir iş ürününden, bunların kendisine yetkisiz olarak tevdi edilmiş veya sağlanmış olduğunun bilinmesi gerektiği hâlde yararlanmak”* ve *“kendisinin uygun bir katkısı olmaksızın başkasına ait pazarlanmaya hazır çalışma ürünlerini teknik çoğaltma yöntemleriyle devralıp onlardan yararlanmak”* bu haksız rekabet haline örnek olarak verilmiştir¹⁵⁸.

¹⁵⁵ Yıldız, 214; Poroy ve Yasaman, 428; Sarıkaya, 148; Ülgen vd; 369.

¹⁵⁶ Ülgen vd., 369; Sarıkaya, 141; Erdil, 176-177, Fatih Uşan, *İş Hukukunda İş Sırrının Korunması*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2003), 29.

¹⁵⁷ TTK ile getirilen hükmün isabetli olmadığına ilişkin eleştiriler için bkz. Sarıkaya, 155-157; Yıldız, 215; Nomer Ertan, 314.

¹⁵⁸ Çınar Karabağ, 128; Nomer Ertan, 317; M. Sadık Çapa, "Haksız Rekabet Hukukunda Başkalarının İş Ürünlerinden Yetkisiz Yararlanma (TTK m. 55/1-c)", *Ankara Barosu Dergisi*, (2014): 364; Bengül Kayış, "Haksız Rekabetten Doğan Kanunlar İhtilafi", (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2010), 154.

Madde gerekçesinde de belirtildiği üzere, Mülga TTK döneminde genel hükümlere göre haksız rekabet olarak değerlendirilen¹⁵⁹ ve TTK ile kanunda düzenlenen bu bent, haksız rekabet hukukunu temellendiren emek ilkesinin geniş bir uygulamasıdır. Hüküm başkalarının emeğinden, sonuç ve deneyimlerinden haklı olmayan yararlanmaları önlemeyi amaçlamaktadır¹⁶⁰.

Kendisine emanet edilen iş ürünlerinden yetkisiz yararlanma yoluyla haksız rekabetin meydana gelebilmesi için öncelikle teklif, hesap veya plan gibi bir iş ürünü; maddi bir çaba sonucu elde edilmiş bir iş, çalışma ürünü, bilimsel bir çalışma söz konusu olmalıdır¹⁶¹. Kumaş deseni, kaba mimari çizimler, iş akış şemaları, problem analizleri, üretim hazırlık çalışmalarına ilişkin taslaklar iş ürününe örnek olarak verilebilir¹⁶².

Kendisine emanet edilen iş ürünlerinden yetkisiz yararlanma yoluyla haksız rekabetin meydana gelebilmesi için ayrıca, iş ürününün hak sahibinin rızası ile ve fakat yararlanılmaması koşuluyla teslim edilmiş olması¹⁶³ ve iş ürününden yetkisiz olarak yararlanılmış olması gerekmektedir. Yararlanma ile kastedilen, kazanç sağlama amacına yönelik ya da mesleki her türlü kullanımdır. Dolayısıyla, kişisel kullanımlar hüküm kapsamında haksız rekabet teşkil etmeyecektir¹⁶⁴.

TTK m. 55/1-c-2 uyarınca yetkisiz olarak tevdi edilen veya sağlanan iş ürününden yararlanma yoluyla haksız rekabet bakımından ise, birinci alt bent bakımından yapılan açıklamalar yine geçerli olmakla birlikte; ilk bentten farklı olarak burada iş ürünleri yetkisiz bir kişiden edinilmektedir. İş ürününden yararlanan kişi, ürünün kendisine yetkisiz olarak devredildiğini biliyor ya da bilmesi gerekiyorsa, bu bent kapsamında

¹⁵⁹ Yıldız, 219. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2017/609 E., 2018/6652 K. ve 24.10.2018 tarihli kararı için bkz. R. Tamer Pekdinçer ve Ozan Ali Yıldız, *İsviçre Hukuku ile Mukayeseli Türk Haksız Rekabet Mevzuatı*, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2019), 166-169.

¹⁶⁰ TTK m. 55 gerekçesi, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024; Ayşe Odman Boztosun, “Haksız Rekabet Hukukunda Emeğin Korunması İlkesinin Yargıtay Kararları Işığında Değerlendirilmesi”, *Ticaret Hukuku ve Yargıtay Kararları Sempozyumu XXI*, (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2006): 205; Dilay Kuşoğlu, *Başkalarının İş Ürünlerinden Yetkisiz Yararlanma Yoluyla Haksız Rekabet*, (Bursa: Ekin Yayınevi, 2017), 65.

¹⁶¹ Çınar Karabağ, 128; Yıldız, 220.

¹⁶² Ülgen, 370; Nomer Ertan, 318; Çapa, 365; Karahan, 246.

¹⁶³ Çınar Karabağ, 130; Karahan, 247.

¹⁶⁴ Suluk ve Karasu ve Nal, 439; Çapa, 364; Nomer Ertan, 317.

haksız rekabet gündeme gelecektir. Bilme gerekliliği bakımından TTK m. 18/2 uyarınca basiretli bir tacir gibi davranma yükümlülüğü de gözetilecektir¹⁶⁵.

TTK m. 55/1-c-3 uyarınca başkasına ait pazarlanmaya hazır çalışma ürünlerini teknik çoğaltma yöntemleriyle devralıp onlardan yararlanma yoluyla haksız rekabetin söz konusu olabilmesi için ise öncelikle, pazarlanmaya hazır, piyasa sunmadan önceki son halini almış bir çalışma ürünü olmalıdır. Bunun yanında çalışma ürününe uygun bir katkısı olmayan kişi bu ürünü fotoğraf, tarayıcı ya da fotokopi gibi teknik çoğaltma yöntemleri ile devralmış olmalı ve kişi devraldığı çalışma ürününden ticari ya da mesleki amaçla yararlanmalıdır¹⁶⁶.

Madde gerekçesinde hükmün hukuken korunan fikrî mülkiyet hakları hakkında öngörülmediğinin belirtilmesi sebebiyle, fikri ve sınai mülkiyet ürünlerinin hüküm kapsamına girip girmediği doktrinde tartışmalıdır. Bir görüşe göre, gerekçede bu ifadelerin kullanılmış olması fikri mülkiyet ürünlerinin bu bent uyarınca korunmasına kati bir engel teşkil etmez. Zira, kanun gerekçesi bağlayıcılığı nitelikte olmayıp yalnızca hükmün yorumunda gözetilecektir. Öte yandan bu görüşe göre, fikri ve sınai mülkiyet ürünlerinin hüküm kapsamına dahil edilmesi kümülatif koruma ilkesinin de gereğidir¹⁶⁷.

Doktrindeki diğer bir görüş ise, fikri ve sınai mülkiyet hukukuna ilişkin hükümlerin özel hüküm niteliğinde olduğunu ve genel hüküm niteliğindeki haksız rekabet hükümlerinin uygulanamayacağını ileri sürmektedir¹⁶⁸.

Bizim de katıldığımız görüş ise, madde gerekçesinde “*Yeni hüküm hukuken korunan fikrî mülkiyet hakları hakkında öngörülmüş değildir; onları da kapsamamaktadır. Hükmün kapsamına giren hukuken özel olarak korunmayan ancak, iş, faaliyet, üretim vs. yönünden önem taşıyan, teklif, hesap, plan gibi ürünlerden yetkisiz yararlanmaktır.*” şeklindeki açık vurgu sebebiyle, fikri ve sınai mülkiyet ürünlerinin kapsam dışında

¹⁶⁵ Nomer Ertan, 320-321; Yıldız, 232; Feyzan Hayal Şehirali Çelik, “6102 Sayılı TTK m. 55.1.c Kapsamında Başkalarının İş Ürünlerinden Yetkisiz Yararlanma”, *Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 60. Yıl Armağanı*, Der. Murat Günel, Ufuk Tekin ve İbrahim Bektaş, (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2015): 371.

¹⁶⁶ Nomer Ertan, 322; Çınar Karabağ, 132; Çapa, 369 vd.; Karahan, 247.

¹⁶⁷ Yıldız, 225; Şehirali Çelik, İş Ürünleri, 350. Ayrıca kümülatif koruma ilkesine ilişkin olarak bkz. Poroy ve Yasaman, 364-366.

¹⁶⁸ Nomer Ertan, 318, dn. 713; Kuşoğlu, 76; Ülgen vd., 356.

olduğunu kabul etmektedir¹⁶⁹. Böylelikle, fikri ve sınai mülkiyet hukuku uyarınca korunmayan iş ürünlerinden haksız olarak faydalanılmasının önüne geçilmiş olunacaktır¹⁷⁰.

1.2.4.4. Üretim Sırlarını Hukuka Aykırı Olarak İfşa Etme

TTK m. 55/1-d bendi uyarınca “*üretim ve iş sırlarını hukuka aykırı olarak ifşa etmek, özellikle; gizlice ve izinsiz olarak ele geçirdiği veya başkaca hukuka aykırı bir şekilde öğrendiği bilgileri ve üretenin iş sırlarını değerlendirmek veya başkalarına bildirmek*” haksız rekabet teşkil etmektedir.

Üretim sırlarını hukuka aykırı olarak ifşa etme yoluyla haksız rekabetin söz konusu olması için öncelikle, yine bir üretim ya da iş sırrının mevcut olması gerekmektedir¹⁷¹. İkinci koşul olarak da iş sırrının hukuka aykırı olarak değerlendirilmesi ya da ifşa edilmesi gerekmektedir. Değerlendirme ya da ifşa etmenin koşul olarak karşımıza çıkması sebebiyle, sadece elde etme haksız rekabet teşkil etmemektedir¹⁷². Değerlendirme ya da ifşa etmenin hukuka aykırı olması için ise, sözleşmeden ya da kanundan doğan bir sır saklama yükümlülüğünün olması gerekmektedir. Değerlendirilen ya da ifşa edilen sır, hukuka aykırı olarak elde edilmiş olabileceği gibi, hukuka uygun şekilde elde edilmiş ve fakat hukuka aykırı şekilde ifşa edilmiş de olabilir¹⁷³.

1.2.4.5. İş Şartlarına Uymama

TTK m. 55/1-e bendi uyarınca “*iş şartlarına uymamak, özellikle de kanun veya sözleşmeyle, rakiplere de yüklenmiş olan veya bir meslek dalında veya çevrede olağan olan iş şartlarına uymamak*” haksız rekabet teşkil etmektedir.

İş şartlarına uymama yoluyla haksız rekabetin söz konusu olabilmesi için, öncelikle bir iş şartı bulunmalı ve bu iş şartı ihlal edilmiş olmalıdır. İş şartından kasıt, iş hayatına ilişkin,

¹⁶⁹ Odman Boztosun, 226; Yağcıoğlu, 2364; Çapa, 364; Bozer ve Göle, 254; Karahan, 246; Kayış, 154.

¹⁷⁰ Çınar Karabağ, 128; Sarıöz, 63; Bozer ve Göle, 254.

¹⁷¹ Çınar Karabağ, 85; Yıldız, 240; Erdil, 176.

¹⁷² Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 413; Yıldız, 248; Erdil, 186.

¹⁷³ Nomer Ertan, 331; Çınar Karabağ, 85-86; Suluk ve Karasu ve Nal, 440. Ayrıca Mülga TTK döneminde tartışmalı olan, hukuka uygun olarak elde edilen sırların hukuka aykırı olarak ifşa edilmesinin haksız rekabet teşkil edeceği yönündeki görüşler için bkz. Yıldız, 247-248.

rakipler içinde geçerli olan; kanun, tüzük, yönetmelik, tebliğ ve benzeri mevzuat hükmü olabileceği gibi, sözleşme hükmü ya da bir meslek dalında veya bölgede geçerli örf ve adetin gereği de olabilir¹⁷⁴.

Maddede ayrıca, rakip kavramına yer verilmiştir. Ancak burada rakip kavramı ile sadece aynı sektörde faaliyet gösteren kişiler kastedilmemiştir. Zira taraflar farklı sektörlerde faaliyet gösterebilirler dahi, iş şartına aykırılık zarar veya zarar tehlikesine yol açabilecektir. Dolayısıyla, tarafların rakip olması bir koşul olarak aranmaz. Davacının zarar görmesi ya da zarar tehlikesine maruz kalması gerekli ve yeterlidir¹⁷⁵.

1.2.4.6. Dürüstlük Kuralına Aykırı Genel İşlem Koşulları Kullanma

TTK m. 55/1-f bendi uyarınca “*dürüstlük kuralına aykırı işlem şartları kullanmak ve özellikle yanıltıcı bir şekilde diğer taraf aleyhine, doğrudan veya yorum yoluyla uygulanacak kanuni düzenlemeden önemli ölçüde ayrılan veya sözleşmenin niteliğine önemli ölçüde aykırı haklar ve borçlar dağılımını öngören, önceden yazılmış genel işlem şartlarını kullanmak*” haksız rekabet teşkil etmektedir.

Hükümde her ne kadar işlem şartları kavramı kullanılmışsa da bu ifadeden genel işlem koşulunun kastedildiği doktrinde genel olarak kabul edilmektedir¹⁷⁶. Genel işlem koşullarının her geçen gün giderek artan ve ticari hayatta dürüstlük kuralına aykırı örnekleri ile karşılaşılan kullanımı karşısında, TBK m. 20-25 arasında genel işlem

¹⁷⁴ Suluk ve Karasu ve Nal, 440; Ülgen vd., 372; Çınar Karabağ, 90 vd.; Yıldız, 258; Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 415. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2016/8790 E., 2017/7058 K. ve 11.12.2017 tarihli kararı, “...davacı ... tarafından 250 gr francalı ekmeğin fiyatının 80 kuruş olarak tespit edilmesine rağmen, davalının 250 gr francalı ekmeği tespit edilen fiyatın altında satmasının, 6102 sayılı TTK'nın 5/1-e maddesinde yer alan “İş şartlarına uymamak; özellikle kanun veya sözleşmeyle, rakiplere de yüklenmiş olan veya bir meslek dalında veya çevrede olağan olan iş şartlarına uymayanlar dürüstlüğü aykırı davranmış olur” hükmü uyarınca, bu işi yapanlara karşı haksız rekabet teşkil ettiği kabul edilmelidir...”, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 15.08.2024. Ayrıca doktrinde hem belirlenen tarifenin hem de tedarik fiyatının altında belirlenen satış fiyatına ilişkin TTK m. 55/1-a-6'e göre haksız rekabetin söz konusu olduğuna ilişkin kararlar verilebildiği ancak esasen bu hükmün tedarik fiyatının altındaki satış fiyatının yem olarak sunulduğu durumlarda uygulanması gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Oruç Hami Şener, *Ticaret Hukukunun Genel İlkelerine (Ticari İşletme Hukukuna) İlişkin Emsal Yargıtay Kararlarının Değerlendirilmesi*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022), 445 vd.

¹⁷⁵ Çınar Karabağ, 91; Murat Oruç, *Haksız Rekabette Maddi Tazminat Davası*, (İstanbul: On İki Levha, 2009), 58-60; Erdil, 196 vd.; Nomer Ertan, 340; Bozer ve Göle, 255.

¹⁷⁶ Bozer ve Göle, 256; Haydar Yağcıoğlu, “Yeni İsviçre Haksız Rekabet Kanunu'nda Genel İşlem Koşullarının Açık İçerik Denetimi (UWG Art. 8)”, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 8 (2013): 3057 vd.; Uzunallı, 404 vd.; Nomer Ertan, 351; Atamer, Genel İşlem Koşullarının Denetlenmesi, 9 vd. Aksi yöndeki, iş şartından kastın genel işlem koşulu olmadığına yönelik görüş için bkz. Memiş, 230-231.

koşullarının tanımı yapılarak, denetimi ve yaptırımları düzenlenmiş; eş zamanlı olarak TTK m. 55/1-f bendi ile de dürüstlük kuralına aykırı genel işlem koşulu kullanmak haksız rekabet olarak kabul edilmiştir¹⁷⁷.

Öte yandan, dürüstlük kuralına aykırı genel işlem koşulu kullanmanın haksız rekabet olarak düzenlenmesinin amacı, genel işlem koşullarının sözleşmeye etkisini tartışmak değil; TBK hükümleri ile halihazırda dürüstlük kuralına aykırı olması yaptırıma bağlanmış genel işlem koşullarının, menfaatler arası dengeyi ve dolayısıyla da rekabet ortamını bozmasına engel olmaktır¹⁷⁸.

Dürüstlük kuralına aykırı genel işlem koşulu kullanma yoluyla haksız rekabetin söz konusu olabilmesi için, dürüstlük kuralına aykırı olması yeterlidir. Muhatabın tüketici, tacir gibi sıfatlarının bulunması bakımından ise kanunda bir ayırım yapılmamış olup, tacirler bakımından yalnızca basiretli davranma yükümlülüğüne ilişkin TTK m. 18/2 hükmü somut olaya göre göz önünde bulundurulacaktır¹⁷⁹.

Hükümde ayrıca, özellikle denilerek “*yanıltıcı bir şekilde diğer taraf aleyhine, doğrudan veya yorum yoluyla uygulanacak kanuni düzenlemeden önemli ölçüde ayrılmak*” ve “*sözleşmenin niteliğine önemli ölçüde aykırı haklar ve borçlar dağılımını öngören, önceden yazılmış genel işlem şartlarını kullanmak*” şeklinde iki örnek verilmiştir. Bu iki hal, ifade edildiği üzere dürüstlük kuralına aykırı genel işlem koşulu kullanma yoluyla haksız rekabetin yalnızca iki örnek görünümü olup, hükmün uygulanması koşulu değildir¹⁸⁰.

¹⁷⁷ Çınar Karabağ, 133; M. Sencer Kara, "Genel İşlem Şartlarına İlişkin Haksız Rekabet Hükümleri", *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 17/2 (2013): 725 vd.

¹⁷⁸ Yıldız, 275; Y. Alperen Karaşahin, “Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi Açısından TTK 55. Maddesinin İşlevleri”, *Türk Ticaret Kanunu’nun 5. Yıl Sempozyumu Hakem Denetiminden Geçmiş Tebliğler Kitabı 8-10 Kasım 2017 Ankara*, (Ankara: Türkiye Adalet Akademisi Yayınları, 2018): 179; Çınar Karabağ, 136; Tekin, 144.

¹⁷⁹ Nomer Ertan, 369; Çınar Karabağ, 138; Ülgen, 373; Yeşim Atamer, “Genel İşlem Koşulu Mu Bireysel Pazarlıkla Kurulan Sözleşme Mi?”, *Yeni Türk Borçlar Kanunu ve Yeni Türk Ticaret Kanunu Sempozyumu: Makaleler, Tebliğler*, Der. Çiğdem Kırca, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2013): 35; Yılmaz, Genel İşlem Şartı Kullanımı, 73 vd; Uzunallı, 405.

¹⁸⁰ Nomer Ertan, 380; Çınar Karabağ, 138; Karahan, 252; Ülgen, 374; Suluk ve Karasu ve Nal, 442; Yılmaz, Genel İşlem Şartı Kullanımı, 78. Aksi yöndeki iki alt bendin bu hüküm kapsamında haksız rekabetin koşulu olduğu ve bu iki alt bentten birine girmeyen hallerin genel hükme göre haksız rekabet teşkil edip etmediğinin değerlendirilmesi gerektiğine ilişkin görüş için bkz. Tekin, 147.

İKİNCİ BÖLÜM

2. İNTERNET ORTAMINDA HAKSIZ REKABET

2.1. Genel Olarak

Teknolojik gelişmeler ve değişimler günümüze kadar artarak gelmiş ve her geçen gün artmaya da devam etmektedir. Bu değişim ve gelişimin en önemli ivmesi ise internetin ortaya çıkmasıyla meydana gelmiştir. “*İnternational Network*” kelimelerinin kısaltılmasıyla ifade edilen internet, bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasıyla dünya çapında bir haberleşme ve etkileşime imkân veren iletişim ağı olarak tanımlanabilir¹⁸¹.

İnternetin ortaya çıkışıyla, fiziki sınırların önemi azalmış ve insanların kolaylıkla bilgi edinmeleri, birbirlerini görmeden iletişim kurmaları hatta zamanla ticaret yapmaları mümkün hale gelmiştir¹⁸². Böylelikle bilgi edinmek ve açıklamalarda bulunmak kolaylaşmış, aynı zamanda internet ortamının ticarete elverişliliği sayesinde yeni bir rekabet ortamı olarak küresel bir pazar oluşmuştur¹⁸³. Oluşan bu yeni rekabet ortamı insan etkileşimine yatkınlığı, çok daha fazla insana ulaşabilme imkânı sunması, her geçen gün daha da gelişerek yeni imkanlar sunması gibi pek çok özelliği sayesinde ticarete elverişliliği ile giderek genişlemiş ve yaygınlaşmıştır¹⁸⁴. Yaşanan gelişim ve yaygınlaşma, içinde bulunduğu ortamı da geliştirmiştir. 5651 sayılı İnternet Ortamında

¹⁸¹ Güloğlu, 10; Nurullah Bal, “İnternet Alan Adları ve İnternet Alan Adı Uyuşmazlıklarının Tahkim Yoluyla Çözümlemesi”, *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 17/1- 2 (2013): 317; Kaplan, 12; İpek Sağlam, *Elektronik Sözleşmeler*, (İstanbul: Legal Yayıncılık, 2007), 31; Murat Volkan Dülger, *Bilişim Suçları ve İnternet İletişim Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2014), 80.

¹⁸² Neval Okan, “İnternette Haksız Rekabet”, *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2/1 (2011): 123; Okan, Ağ Reklamları, 69; Hayriye Dilara Abbasoğlu, *Sosyal Medya Reklamcılığında Haksız Rekabet*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021), 13.

¹⁸³ İnternet ortamında oluşan bu pazar, elektronik ticaretin bir bölümünü oluşturmaktadır. Elektronik ortam ve internet ortamı arasındaki ilişkiye ilişkin olarak bkz. Özge Uzun Kazmacı, “İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22/3 (2016): 2792. Ayrıca elektronik ortam kavramına ilişkin detaylı bilgi için bkz. Kaplan, 6; Fatma İslamoğlu, “Elektronik Ortamda Haksız Rekabet”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2022), 3.

¹⁸⁴ Mert Kürşat Akın, “Dijital Mecrada Haksız Rekabet Hukuku Uygulamaları”, (Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, 2023), 47; Okan, 123; Mustafa Can ve Tekin Memiş, “Elektronik Ortamda Haksız Rekabet Halleri” *Mevzuat Dergisi*, 81 (2004): 1; Rekabet Kurumu, “Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları”, 1, <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/dijital-piyasalar-calisma-metni.pdf>, E.T: 15.10.2023; Yunus Emre Özdemir ve Derya Öcal, “Dijital Reklamların Akıllı Teknoloji Ürünleri Ekseninde Analizi”, *Dijital Communication Journal*, 5/6 (2022): 126.

Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun¹⁸⁵ m. 2/1-g bendinde “*Haberleşme ile kişisel veya kurumsal bilgisayar sistemleri dışında kalan ve kamuya açık olan internet üzerinde oluşturulan ortam*” olarak tanımlanan internet ortamı, başlangıçta kullanıcılarına çift yönlü ve anlık iletişim imkânı veren, içerik üretilen web sayfaları, elektronik posta gibi mecraları gibi ortamları kapsarken; sonraları mobil uygulamalar gibi mecraları da kapsayacak şekilde gelişimine devam etmiştir¹⁸⁶.

İnternet ortamında gerçekleştirilen faaliyetler ise, uyumsuzlukları da beraberinde getirmiş; bu nedenle de zamanla ihtiyaca binaen farklı alanlarda hukuki düzenlemeler kabul edilmeye başlanmıştır¹⁸⁷. Elektronik ortamda gelişen bu yeni rekabet ortamı, bir yandan bu ilerlemeyi sürdürürken, kendi dinamikleri ile olumlu ve olumsuz yanlarını ortaya çıkarması nedeniyle başlı başına bir alan haline gelmiştir¹⁸⁸.

Telefon, faks, e- posta gibi iletişim araçlarını da kapsayan elektronik ticaret; ürün veya hizmet alım satımı için tarafların fiziksel olarak bir araya gelmeksizin bilgisayar teknolojisi, elektronik iletişim kanalları ve ilgili teknolojiler aracılığıyla yapılan ticaret olarak tanımlanabilecektir¹⁸⁹. İnternet ortamında gerçekleşen ticaret ise, elektronik

¹⁸⁵ 23.05.2007 tarih ve 26530 sayılı Resmî Gazete.

¹⁸⁶ Akın, 35; İbrahim Aydın, “Geleneksel ve Yeni Mecralar” *Tüm Yönleriyle Bütünleşik Pazarlama İletişimi*, Ed. Aytuğ Mermer Üzümlü, (Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2020), 116-120; Ogün Karagülle, “Dijital Platformlarda Pazar Gücünün Belirlenmesi”, (Ankara: Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:171), 5-12; Ünal Öztürk, “Sanal Ortamda Haksız Rekabet Hâlleri”, *Konya Barosu Dergisi*, 1 /1 (2021): 75-76; Cihan Doğan, *Rekabet Hukuku ve İktisadi Bağlamında Dijital Platformlar*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021), 15.

¹⁸⁷ Çelenkoğlu, 8; Okan, Ağ Reklamları, 14.

¹⁸⁸ Can ve Memiş, 1; Sercan Günay, “Yeni Elektronik Ticaret Kanunu”, *Legal Mali Hukuk Dergisi*, 11/124 (2015): 1; Rekabet Kurumu, “E-pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Ön Raporu”, <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sektor-raporlari/e-pazaryeri-si-on-rapor-20210705115502897-pdf>, E.T: 16.10.2023.

¹⁸⁹ İslamoğlu, Uygulanacak Hukuk, 833; Merve Arslan, *Elektronik Ticaret ve Mesafeli Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021), 24; Özgür Biyan, “Elektronik Ticaret Kanunu’nun Getirdikleri: Bazı Hususlarda Görüş Paylaşımı”, *Legal Mali Hukuk Dergisi*, 120 (2014): 33. Ayrıca 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’un 2. Maddesinin 1-a fıkrasında elektronik ticaret, “fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrim içi iktisadi ve ticari her türlü faaliyet” olarak tanımlanmıştır. Elektronik ticarete ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. İsmet Kahraman Arslan ve Neslihan Öz, “Elektronik Ticaret Sözleşmelerine Uygulanacak Hukuk”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Hukuk Özel Sayısı*, 19/38 (2020): 15 vd; Ferman Kaya, *E - Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021), 39 vd.

ticaretin en sık karşılaşılan örneklerinden biri olmakla birlikte, sadece görünümünden biridir¹⁹⁰.

Elektronik ortamın ticarete elverişliliği ile, elektronik ticaret artan bir hızda gelişmeye devam etmiştir. Azalan pazarlama maliyetleri, güncel ve hızlı bilgi alışverişinin sağlanabilmesi, tüketici alışkanlıklarını adeta yeniden şekillendirmesi gibi pek çok olumlu özellik; elektronik ticareti pazara ve tüketiciye ulaşımda ana giriş kapısı haline getirmiş ve yeni rekabet ortamına ayak uydurmayan teşebbüslere oyun dışı kalma tehdidi yaşatarak bir tür var olma mücadelesine dönüştürmüştür¹⁹¹.

Elektronik ortamının gerek ticaret için gerekse de bilgi edinmek ve iletişim kurmak için bu derecede yaygınlaşan kullanımı, aynı zamanda pek çok hak ihlalinin ve dolayısıyla haksız rekabet hallerinin de gündeme gelmesine sebep olmuştur¹⁹². Elektronik ortamda, TTK'da örnek kabilinden sayılan gerçek dışı ya da yanıltıcı açıklamalar, kötüleme, karıştırılmaya yol açan önlemler alma gibi haksız rekabet halleri gerçekleşebileceği gibi; gelişen teknolojinin yenilikleri ile birlikte elektronik ortama özgü olarak ortaya çıkan istenmeyen e-posta “spamming” yönlendirici kod “metatag”, bağlantı/ ilişim “hyperlink”, ağ reklamları “webvertising” gibi imkanlar yoluyla haksız rekabet halleri de meydana gelebilir¹⁹³.

Çalışmamızın konusunun internet ortamında haksız rekabet halleri ve erişimin engellenmesi olması ve erişimin engellenmesi kararının internet ortamındaki ihlallere yönelik olarak verilmesi nedeniyle çalışmamızda, sms, e-posta gibi ticari elektronik ileti araçları ve benzeri yollarla elektronik ortamında ve fakat internet ortamı dışında meydana

¹⁹⁰ Fatma İslamoğlu, “Elektronik Ortamın Yabancılaşma Unsurları İçeren Haksız Rekabette Uygulanacak Hukuka Etkisi”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Hukuk Sayısı*, 21/44 (2022): 833.

¹⁹¹ Akın, 46-47; Okan, Ağ Reklamları, 70; Aytaç Yıldız, “Endüstri 4.0 ile Bütünleştirilmiş Dijital Tedarik Zinciri”, *Business and Management Studies: An International Journal*, 6/4 (2018): 1218.

¹⁹² Okan, 126; Öztürk, 73.

¹⁹³ Kaplan, 53; Okan, Ağ Reklamları, 75; Armağan Ebru Bozkurt Yüksel, “Elektronik Ortamda Haksız Rekabet”, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 18 (2014): 95; Marika Vermeer, “Unfair Competition Online and European Electronic Commerce Directive”, *Annual Survey of International & Comparative Law*, 7/1 (2001): 88 vd., <https://digitalcommons.law.ggu.edu/annlsurvey/vol7/iss1/7/>, E.T: 20.10.2023; Burcu Budak, “İnternet Reklamlarında Haksız Rekabet ve Önlenmesi Sona Erdirilmesi”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2021), 47; Barış Bıdık, “İnternet Yoluyla Haksız Rekabet”, *Terazi Hukuk Dergisi*, 10/110 (2015): 50.

gelebilecek haksız rekabet hallerine değinilmeyecek, yalnızca internet ortamında işlenebilecek karakterdeki haller incelenecektir¹⁹⁴.

2.2. Link Verme Yoluyla Haksız Rekabet

İnternetin yaygın kullanımının artmasıyla, ulaşılmak istenen internet adresine daha kolay ulaşma imkânı sunan teknolojiler türemiştir. Bunlardan biri de tek tık ile URL adresi¹⁹⁵ girmeden, arama motorunda¹⁹⁶ herhangi bir arama yapmadan, hatta bir arama motoruna dahi ihtiyaç duymadan elektronik ortamdan¹⁹⁷ internet ortamındaki spesifik bir adrese ya da halihazırdaki bir internet adresinden bir başka internet adresine ulaşma imkânı sağlayan, bir nevi köprü vazifesi gören ve “hyperlink”, “bağlantı”, “ilişim” gibi terimlerle de ifade edilen “link” kavramıdır¹⁹⁸.

Verilen link, genellikle farklı renkte ve altı çizili olarak öne çıkmakta ve üzerine tıklanması ile bağlantıya gitme imkânı sunmaktadır¹⁹⁹. Linkin bu imkânı sunmasını

¹⁹⁴ Elektronik ortamda ve fakat internet ortamı dışında işlenen başlıca haksız rekabet hali, istenmeyen elektronik posta gönderme yoluyla haksız rekabettir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Kaplan, 54; İslamoğlu, 62 vd; Budak, 69; Öztürk, 76 vd. Erişim Sağlayıcıları Birliği’ne göre de e-postalara erişim engeli getirilemeyeceğine ilişkin olarak bkz. Erişim Sağlayıcıları Birliği, “E-posta adresine erişim engellenebilir mi?”, <https://www.esb.org.tr/s-s-s/>, E.T: 20.10.2023.

¹⁹⁵ Uniform Resource Locator yani kısaca URL, 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun’un 2/1-p bendinde, ilgili içeriğin internette bulunduğu tam internet adresi olarak tanımlanmıştır. Ayrıntılı bilgi için Ferhat Tuna Kırış, “Ceza Hukuku Açısından İnternet Yayıncılığı”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2019), 7; Şaban Cankat Taşkın, *İnternete Erişim Yasakları*, (Ankara: Seçkin Yayınları, 2016), 35.; Mehmet Bedii Kaya, *İnternet Hukuku*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021), 20.

¹⁹⁶ “Arama motorları kullanıcıların internette aradıklarına en kısa yoldan ulaşmalarını sağlayan sonuç listeleme sayfalarıdır.” Zeynep Yasaman, *Türk ve Avrupa Birliği Hukukunda İnternette Marka Hakkının İhlali*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2020), 285.

¹⁹⁷ Mustafa Can ve Tekin Memiş, “Elektronik Ortamda Haksız Rekabet Halleri”, *Mevzuat Dergisi*, 81 (2004): 14, <https://www.mevzuatdergisi.com/2004/09a/04.htm>, E.T: 30.10.2023.

¹⁹⁸ Öztürk, 98; Mert Kürşat Akın, “Dijital Mecrada Haksız Rekabet Hukuku Uygulamaları”, (Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, 2023), 75; Güloğlu, 13; Shelby Clark, “What a Tangled Web We Weave, When First We Practice to Deceive: Frames, Hyperlinks, Metatags, and Unfair Competition on the World Wide Web”, *Hastings Law Journal*, Vol. 50 (1999): 1334, https://repository.uclawsf.edu/hastings_law_journal/vol50/iss5/3/, E.T: 30.10.2023.

¹⁹⁹ R. Gülay Öztürk, *Dijital Reklamcılık ve Gençlik*, (İstanbul: Beta Yayıncılık, 2013), 77; Müge Elden ve Özkan Ulukök ve Sinem Yeygel, *Şimdi Reklamlar...*, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2021), 447; Akın, 75; Öztürk, 98; İslamoğlu, 71.

sağlayan ise, HTML²⁰⁰ diliyle yazılmış internet sayfalarını birbirine bağlayan kısa kodlardan oluşmasıdır²⁰¹.

Örneğin Google arama motoruna ulaşmak için doğrudan [“https://www.google.com/webhp?hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwjWkIq7n42FAxWgRvEDHdRwAH4QPAgJ”](https://www.google.com/webhp?hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwjWkIq7n42FAxWgRvEDHdRwAH4QPAgJ)²⁰² bağlantı adresinin verilmesi halinde, Google ana sayfasına link verilmiş olunacaktır.

Link verme, kendi içinde bağlantı sağlama biçimi bakımından türlere ayrılmaktadır. Bu türlerin başlıcaları, basit link “*surface/ simple linking*” ve derin link “*deep linking*”, harici “*ekstern*” ve dahili “*intern*” link, inline “*hot*” link ve normal “*outline*” link olarak sıralanabilir. Basit link verilen site ana sayfasına erişim imkânı sağlarken, derin link ise site ana sayfası atlanarak doğrudan ulaşılacak istenen alt sayfaya erişim imkânı sağlamaktadır. Harici ve dahili link ayrımına bakıldığında, harici link bulunulan sayfadan başka bir sayfaya geçiş yapma imkânı sunarken dahili link; mevcut sayfanın içinde diğer sayfayı link veren sayfanın sunucusunu meşgul etmeden kullanma imkânı sağlamaktadır. Normal ve inline link ayrımına bakıldığında ise, normal link tıklandığında link veren internet sayfasından linki verilen internet sayfasına geçiş yapılmasına imkân vermekten, inline link; linki verilen sayfa içeriğini linkin yer aldığı sayfa içeriğine fark edilmeden çekmektedir²⁰³.

Kural olarak yalnızca link verilmesi haksız rekabet oluşturmamakla birlikte linkin verilmiş şekline ya da link verilen site içeriğine bağlı olarak, internet kullanımının çeşitliliği ve

²⁰⁰ Hypertext Markup Language yani hiper metin işaretleme dili anlamına gelen HTML, internet üzerinde veri paylaşımı için kullanılan en yaygın metin tabanlı dil, web sitelerini meydana getiren kaynak kodlarıdır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Turgut Kaya, “İnternet Servis Sağlayıcısının Hukuki ve Cezaî Sorumluluğu”, (Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, 2019), 10; Ali Osman Özdilek, *İnternet ve Hukuk*, (İstanbul: Papatya Yayıncılık, 2002), 73 vd; Eser Rüzgâr, *Marka Hakkının İnternet Reklamcılığı Yoluyla İhlali ve Sorumluluk Rejimi*, (İstanbul: 2013), 157.

²⁰¹ Kaplan, 84; Bozkurt Yüksel, 103.

²⁰² E.T: 24.03.2024.

²⁰³ Kaplan, 85 vd; Akın, 76; Mehmet Emin Bilge, “Tüketicinin Korunması Açısından İnternette Ticari Reklam Yayını”, *Prof. Dr. Turgut Kalpsüz’e Armağan*, (Ankara: Turhan Kitabevi, 2003): 18; Tekin Memiş, “İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Türk Hukuku”, *İnternet ve Hukuk İnternet ve Ceza Hukuku Paneli*, Der. Yeşim M. Atamer, (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2004), 122; Güzin Üçışık, “İnternet Aracılığıyla Yapılan Karşılaştırmalı Reklamlar ve Tüketicinin Korunması”, 2. *Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri*, Düzenleyenler Hakan Tokbaş ve Fehim Üçışık, (Ankara: Bilge Yayınevi, 2013): 586; Sevilay Eroğlu, “İnternette Aktif Linkler Yoluyla Fikri Haklarla Mücadele”, *Bilgi Toplumunda Hukuk Ünal Tekinalp’e Armağan Cilt 2*, Ed. Hüseyin Ülgen ve Arslan Kaya ve Gül Okutan Nilsson, (İstanbul: Beta Yayınları, 2003), 212 vd.

sınırsızlığı sebebiyle çok çeşitli şekillerde link verme yoluyla haksız rekabet ortaya çıkabilecektir. Örneğin link verilen sayfa ile olmamasına rağmen bir ilişki olduğu ya da link veren sitenin link verilen siteye destek verdiği izlenimi yaratılması, TTK m. 55/1-a-2 uyarınca gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla haksız rekabet teşkil edecektir.

Inline linkte olduğu gibi link verilen web sitesi içeriği, link veren sayfaya muhatabına fark ettirmeksizin çekilmesi ya da link verilen site içeriğinin link veren siteye ait olduğu izlenimi verilmesi halinde ise, TTK m. 55/1-a-4 uyarınca karıştırmaya yol açan önlemler alma yoluyla²⁰⁴ haksız rekabet söz konusu olacaktır. İnternette sık karşılaşıldığı üzere ürün karşılaştırması yapılan sitelerdeki açıklamaların gerçeğe aykırı, yanıltıcı, rakibini gereksiz yere kötüleyici veya gereksiz yere onun tanınmışlığından yararlanacak şekilde yapılması halinde TTK m. 55/1-a-5 uyarınca karşılaştırma yapma yoluyla haksız rekabet gündeme gelecektir²⁰⁵.

Haksız rekabet oluşturduğu gerekçesiyle uyuşmazlıklara konu olan bir diğer yaygın link verme yolu ise, derin link ile link verilen site ana sayfasının atlanarak alt bir sayfasına bağlantı sağlanmasıdır. Zira bu şekilde link verildiğinde, ana sayfa işlevsiz kılındığından link veren ve link verilen internet sayfalarının farklı web sitelerine ait olduğu anlaşılamayabilecek, ana sayfanın amacı etkisizleştirilebilecek ve ana sayfada yer alan reklamlar görüntülenemeyecek ve dolayısıyla gelir kaybına yol açabilecektir. Bu durumun ise haksız rekabet teşkil ettiği kabul edilmektedir²⁰⁶. Derin link verme yoluyla haksız rekabete ilişkin en bilinen uyuşmazlık, Ticketmaster'ın izni olmaksızın, kendisine ait web sitesinin ana sayfasına değil de ana sayfadan ulaşılabilen rezervasyon sayfasına derin link vermesi nedeniyle Microsoft aleyhine açmış olduğu davadır. Uyuşmazlık,

²⁰⁴ Budak'a göre, bağlantıyı veren sitenin köprü kurulan site ile farklı bir işletmeye ait siteye giriş yapıldığını açıkça belirtmesi gerekmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Budak, 86. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2022/1294 E., 2023/5529 K. ve 03.10.2023 tarihli kararı, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 16.08.2024.

²⁰⁵ Okan, Ağ Reklamları, 119 vd; Kaplan 85 vd; Güloğlu 14; Öztürk, 99. Vermeer'in konuya ilişkin verdiği farazi örnekte, zeytinyağı üreticisi ve satıcısı şirketin kendi sitesinde yaptığı ürün açıklamasında, başka yerde daha pahalı olduğu belirtilerek rakip firmanın ürününe link vermesinin haksız rekabet teşkil ettiği kabul edilmiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Vermeer, 88 vd.

²⁰⁶ Özen, 156; Akın, 77; Bozkurt Yüksel, 103.

tarafların Microsoft'un Ticketmaster sitesine link vermemesine yönelik anlaşmasıyla son bulmuştur²⁰⁷.

Derin link verilmesinin linki verilen site bilgilerinin görünümünün engellenmesi, karıştırmaya yol açılması gibi dürüstlük kuralına aykırılık taşıyan, haksız rekabetin farklı görünümlerine yol açabileceği şüphesizdir. Ancak yalnızca ana sayfanın atlanarak alt sayfalara link verilmesi ile, ana sayfası atlanan web sitesinin reklam gelirinin azaldığından bahisle haksız rekabet teşkil ettiğinin kabul edilemeyeceği yönündeki görüşe katılmaktayız²⁰⁸. Zira aksi durumun kabulü, internetin gelişimine engel olacağı gibi, ana sayfadaki reklam görüntülenmelerinin derin link verilmesi nedeniyle azalması dürüstlük kuralına aykırı da değildir. Ancak elbette link verilmesinin haksız rekabet teşkil edip etmediğinin değerlendirilmesinde, linkin veriliş şekli, varsa yapılan açıklamalar ya da verilen diğer linkler, link verilen sayfanın içeriği gibi hususlar ve bunların dürüstlük kuralına aykırılığı her somut olayın kendine özgü koşulları çerçevesinde göz önünde bulundurulmalıdır.

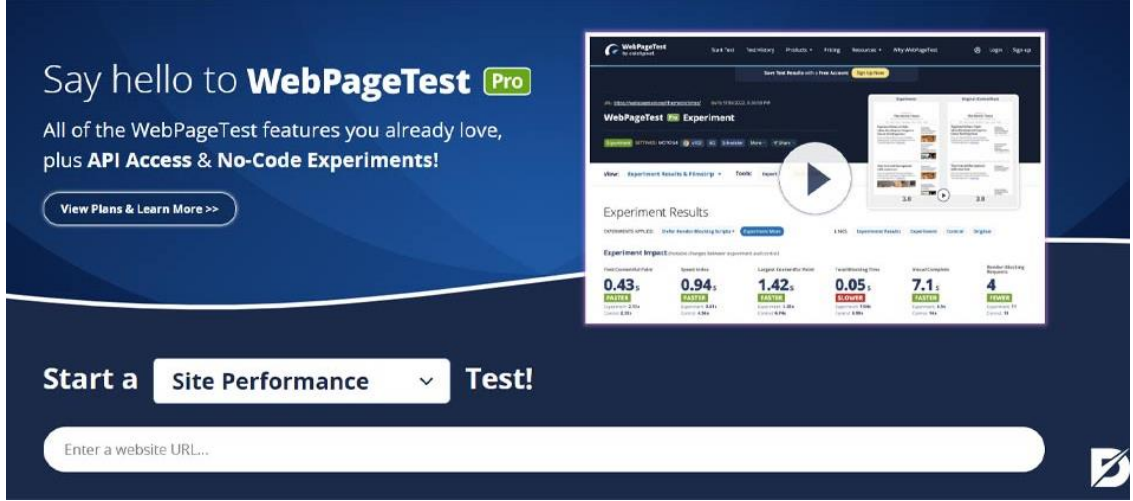
2.3. Çerçeveleme Yöntemi Yoluyla Haksız Rekabet

Çerçeveleme ya da diğer adıyla “*frame verme*” yönteminde, internet sayfası çerçeve olarak da isimlendirilen bölümlere ayrılmakta ve her bir bölüm bağımsız bir internet sayfası teşkil etmektedir. Böylelikle tek bir ekranda, birden fazla web sitesi içeriği görüntülenebilmektedir. Esasen çerçeve içine yine link verilmekte, ancak inline linke benzer şekilde çerçeve içine web sitesi içeriği çekilmektedir. Inline linkten farklı olarak ise, çerçevenin yer aldığı sayfadan hiç ayrılmadan, tarayıcıda link veren site adresi yer almaya devam ederken link verilen site içeriğine ulaşılabilir. Dolayısıyla da çerçeveleme yönteminin, link vermenin bir alt türü olduğu söylenebilir²⁰⁹.

²⁰⁷ Bıdık, 52; Okan, 129.

²⁰⁸ Can ve Memiş, 15; Budak, 87; Memiş, İnternet ve Hukuk, 124.

²⁰⁹ Okan, 84 ve 122; Budak, 88; İslamoğlu, 71-72; Tekin Memiş, “Fikri Hukuk Bakımından Link ve Frame Kavramı”, *Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni*, 22/2 (2002): 396.



Şekil 1 Çerçeveleme yöntemi örneği içeren web sayfası

Örneğin Şekil 1’de yer alan resimde, web sayfasının yan tarafında kutu içinde ayrı bir site, çerçeveleme yöntemi ile görüntülenebilmektedir²¹⁰.

Link vermede olduğu gibi, çerçeveleme yönteminin kullanılması da her zaman haksız rekabet teşkil etmemekle birlikte²¹¹, çerçeveleme yönteminin başka bir siteye aktarmadan ve URL değiştirmeden site içeriğini gösterme imkânı sunan mahiyeti; çerçeveleme yönteminin kullanılış tarzına bağlı olarak haksız rekabete yol açma ihtimalini arttırmaktadır. Çerçeveleme yönteminin bu mahiyeti sebebiyle, çerçeveleme yöntemi ile en fazla karşılaşılacak haksız rekabet hallerinin TTK m. 55/1-a-2 uyarınca gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme, TTK m. 55/1-a-4 uyarınca karıştırılmaya yol açacak önlemler alma ve TTK m. 55/1-a-5 uyarınca karşılaştırma yapma halleri olduğu söylenebilecektir²¹².

Çerçeveleme yönteminin uyuşmazlık konusu olduğu ilk dava, Washington Post Cooperation ile Total News Inccoperation arasında görülen davadır. Total News, başka sitelerde yer alan haberleri kendi sitesinde sanal linkler vasıtasıyla Total News logosu altında çerçeveleyerek paylaşmış ve bu esnada haberlerini aldığı site reklamlarını keserek ilgili reklam bölümlerine kendi reklamlarını eklemiş, elde ettiği geliri ise paylaşmamıştır.

²¹⁰ Resmin yer aldığı web sayfasına ulaşmak için <https://www.dopinger.com/tr/blog/site-hizi-nasil-olculur-ve-iyilestirilir>, E.T: 24.03.2024

²¹¹ Hukuka uygun çerçeveleme yöntemi Yahoo News örneği için bkz. Öztürk, 101.

²¹² Öztürk, 101.

Davacılar ise, davalının çerçeveleme yöntemi ile kendi sitelerine ait haberleri paylaşırken oluşturduğu sistem ile reklam görüntülenmelerini engellediğini, okuyucuların kendi site içeriklerini tüketirken davalı reklamlarını görüntülediği ve bu yolla davalının kendi haklarını ihlal ettiğini ileri sürmüştür. Uyuşmazlık, Total News'in çerçeveleme yöntemini kullanmayacağı ve yalnızca izin alarak haber sitelerine link vereceği konusunda tarafların anlaşması ile sonuçlanmışsa da, Total News'in kendi sitesinde ve URL'si ile, kendi logosu altında çerçeveleme yöntemi kullanmasının muhatabı nezdinde bir karışıklığa yol açacağı ve bu karışıklığın TTK m. 55/1-a-4 uyarınca haksız rekabet teşkil ettiği şüphesizdir²¹³.

Çerçeveleme yöntemlerinden biri olan ve gömme kelime anlamı taşıyan (*embed*) yönteminde ise, çerçeve içine başka bir web sayfası içeriği, genellikle videolar, kaynak sayfanın URL adresi gösterilmeden ve onay alınmadan gömülebilmektedir. Böylelikle çerçeve içindeki sayfaya gidilmeden sayfa içeriği görüntülenebilmektedir.²¹⁴ Youtube tarafından da bu yönteme imkân verilmesi sebebiyle, Hamburg Bölge Mahkemesi, içeriğin kullanıcılar tarafından yüklenmesi nedeniyle YouTube'un sorumlu tutulamayacağına, ancak haksız kazanç sağlaması ve yaşanan hak kaybı nedeniyle bildirim üzerine içeriği siteden kaldırmakla yükümlü olduğuna hükmetmiştir²¹⁵.

(*Embed*) yönteminin kaynak sayfasının URL adresi gösterilmeden içeriğini yansıtabilme özelliği, kaynak sayfanın reklam gelirlerini olumsuz etkileyeceğinden ve ayrıca fikri hak ihlallerini gündeme getirebileceğinden kural olarak dürüstlük kuralına aykırılık teşkil edeceği belirtilmektedir²¹⁶. Bu durumda ise TTK m. 54/2 uyarınca haksız rekabet söz konusu olacak, ayrıca yine somut olaya göre TTK m. 55/1-a-2 uyarınca gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme, TTK m. 55/1-a-4 uyarınca da karıştırılmaya yol açacak önlemler alma başta olmak üzere diğer haksız rekabet halleri gündeme gelecektir.

²¹³ Okan, Ağ Reklamlar, 123; Bıdık, 54; Ali Osman Özdilek, "Web Sitelerinde Çerçeveleme (Framing) Teknolojisi ve Getirdiği Yasal Problemlere Kısa Bir Bakış", <https://teknolojihukuku.blogspot.com/2007/01/web-sitelerinde-ereveleme-framing.html>, E.T: 03.11.2023.

²¹⁴ Soydemir, 113-115; Güloğlu, 14-15.

²¹⁵ Hamburg District Court Reference number 310 0 461/10 on 20/04/2012 <https://gmriccio.wordpress.com/2012/04/29/hamburg-district-court-gema-v-youtube-english-translation/>, E.T: 29.03.2024, (Soydemir, 113-114'ten naklen).

²¹⁶ Soydemir, 113.

2.4. Reklam Bantları Yoluyla Haksız Rekabet

İşletmeler internet reklamlarını kendi sitelerinde verebilecekleri gibi, başka web sitelerinin sayfalarında da verebilmektedir. İnternet sayfasının genelde üst, alt ya da yan kısmında bant şeklinde yer alan ve “*banner*” olarak da isimlendirilen bu bant reklamlar, adeta internette yer alan bir reklam panosu, tabela gibi bir işlev görmektedir²¹⁷.

Reklam bantları, sabit resimleri içerebileceği gibi muhataplarına dönüşümlü animasyonlar da gösterebilir. İnternet kullanıcısının, reklam verilen internet sayfasına girmesiyle sayfa içeriğiyle birlikte reklam da kendiliğinden görüntülenmiş olur. Reklam bandının üzerine tıklandığında ise, reklam veren siteye yönlendiren bağlantılar içerir²¹⁸.



Şekil 2 Bant reklam örneği içeren web sayfası

Örneğin Şekil 2’de yer alan resimde, web sayfasının yan taraflarında yer alan reklamlar, banner reklam teşkil etmektedir²¹⁹.

²¹⁷ Ahmet Ulaş, “Banner Reklamlarının Online Satın Alma Üzerine Etkisi”, (Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, 2017) 39; Öztürk, Dijital Reklam, 71; Elden ve Ulukök ve Yeygel, 444; Aytaç Mestçi, *İnternette Reklamcılık Dünyada ve Türkiye’de İnternet ve İnternet Reklamcılığı*, (İstanbul: Pusula Yayıncılık, 2017), 62-63; Okan, Ağ Reklamları, 8; Kaplan, 119; Üçışık, 585; Bıdık, 54; Betül Önay Doğan, *Online Reklamcılık*, (İstanbul: Köprü Kitapları, 2015), 77.

²¹⁸ Akın, 57; Dilek Şahinci, *İnternette Aldatıcı Reklam ve Reklam verenlerin Sorumluluğu*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2011), 59; Budak, 107; Okan, Ağ Reklamları, 87.

²¹⁹ Resmin yer aldığı web sayfasına ulaşmak için <https://www.egbilisim.com.tr/banner-nedir/>, E.T: 24.03.2024.

İnternet ortamında yapılan ilk reklam olan reklam bandı, reklam verilecek internet sayfası seçilerek müşteri kitlesine rahatlıkla ulaşma imkânı sağlaması, reklam vermenin kolaylığı, maliyetin düşük olması ve web sitelerinin de reklam vererek gelir elde etmeleri sebepleriyle günümüzde de popülerliğini korumaya devam etmektedir²²⁰.

Reklam bantlarının içeriği, reklam verilen internet sayfasına göre belirlenebileceği gibi, yönlendirici kodlar ya da anahtar kelimelerle tetiklenmiş de olabilir²²¹. Kural olarak sadece reklam bandı kullanımı haksız rekabet teşkil etmemekle birlikte, bu anahtar kelime, yönlendirici kod kullanımları ya da reklam bandının bir buton işlevi görerek yönlendirdiği site içeriği sebebiyle haksız rekabet gündeme gelebilecektir. Örneğin, reklam bandının yönlendirdiği internet sayfası ya da reklam bandının içeriği başkalarını kötüleyici beyanlar içeriyorsa TTK m. 55/1-a-1 uyarınca, reklam bandı resimleri ve yönlendirilen internet sayfası içeriği birlikte değerlendirildiğinde karıştırılmaya yol açtığı söylenebiliyorsa TTK m. 55/1-a-4 uyarınca haksız rekabet meydana gelecektir²²².

İnternet kullanıcısının satın alma kararını etkilemeyen reklam bandı içerikleri, dürüstlük kuralına aykırı sayılabilecek düzeye ulaşan bir haksız kazanca neden olmadığından haksız rekabetin meydana gelmediği kabul edilmektedir²²³.

Davacının ismi ve aynı zamanda markası olan “Jehan Barbur” ifadesinin davalı tarafından kullanılarak çeşitli ayakkabı ve bot ürünlerinin pazarlanıp satıldığı ve dolayısıyla ticari kazanç elde edildiğinin ileri sürüldüğü uyuşmazlıkta, ilk derece mahkemesi tarafından *“davacının isim hakkının bulunduğu, davalıya ait sitede bulunan ürünler üzerinde Jehan Barbur ibaresinin markasal olarak yazıldığı ve bu durumun ortalama tüketici nezdinde her iki tarafın ortaklaşa iş yaptığı izlenimi oluşturacağı, dolayısıyla karıştırılma ihtimali sebebiyle bu eylemin davacının marka hakkına tecavüz oluşturduğu”* gerekçesiyle kısmen kabul kararı verilmiş, Yargıtay ise kısmen red yönünden kararı bozmuştur²²⁴. Yargılama sırasında “markafoni.com” alan adlı elektronik ticaret sitesinden reklam bandı kullanılarak uyuşmazlığa konu ürünlerin tanıtımının yapılması da tartışılmıştır. Haksız

²²⁰ Okan, 86; Kaplan, 119; Özen, 55.

²²¹ Okan, Ağ Reklamları, 134; Budak, 108; Bozkurt Yüksel, 102.

²²² Akın, 57; Kaplan, 120; Özen, 56; Öztürk, 87-88.

²²³ Kaplan, 120; Özen, 58.,

²²⁴ Yargıtay 11. HD. 2018/2197 E., 2019/3702 K. ve 13.05.2019 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru E.T: 21.01.2024, (Budak, 108).

rekabet açısından bakıldığında ise, tüketici nezdinde her iki tarafın ortaklaşa iş yaptığı izlenimi oluşturunun TTK m. 55/1-a-4 uyarınca karıştırılmaya yol açan önlemler alma yoluyla ve hatta TTK m. 55/1-a-2 uyarınca gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla haksız rekabet oluşturacağı şüphesizdir.

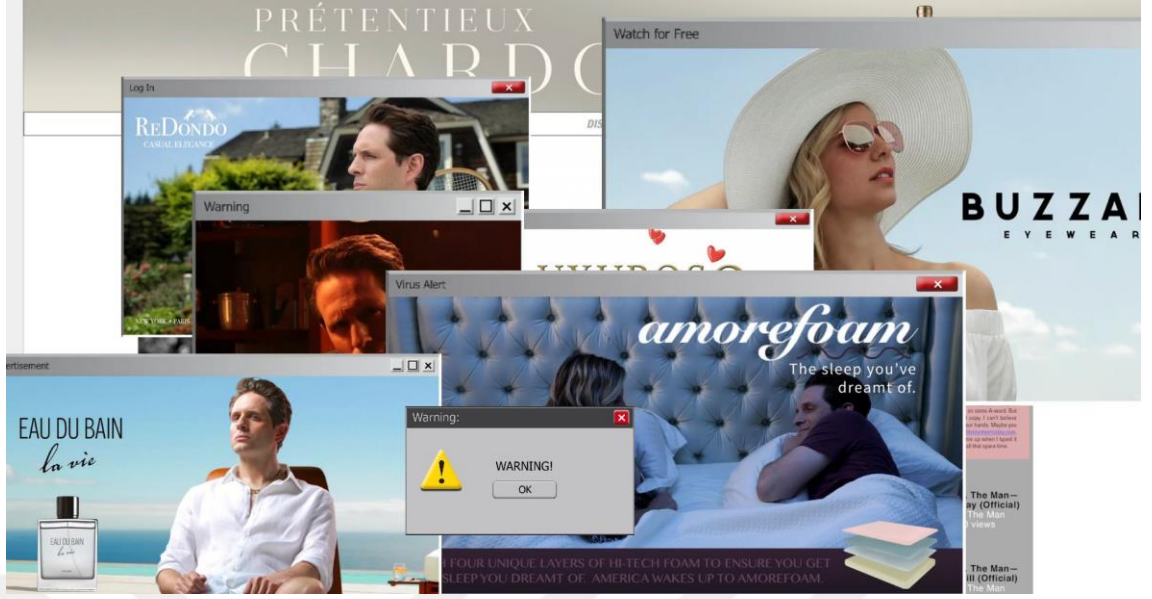
Playboy Enterprises Inc. ve Netscape Communications Corp. arasında ABD’de görülen davada ise, davacı Playboy tarafından kendisine ait “*playboy*”, “*playmate*” markalarını Netscape’in, Playboy’un rakiplerine sattığı ve böylelikle ilgili arama motoruna internet kullanıcıları bu kelimeleri yazdığında, Playboy’un rakiplerinin reklamlarının reklam bandı şeklinde görüntülendiğini ileri sürmüştür. Mahkemece, Netscape’in bu uygulamasının ticari kullanım teşkil etmesi ve karıştırma olasılığı sebebiyle marka ihlali oluşturduğu sonucuna varılmıştır²²⁵. Somut olayda mevcut olan karıştırma olasılığı, TTK m. 55/1-a-4 uyarınca “karıştırılmaya yol açan önlemler alma” yoluyla haksız rekabeti gündeme getirmektedir.

2.5. Pop Up Reklamlar Yoluyla Haksız Rekabet

Pop up reklamlar bir diğer internet reklamı türü olup, reklam verilen internet sayfasına girildiğinde genelde farklı bir pencere şeklinde açılan, belli bir süre geçene ya da internet kullanıcısı kapatana kadar görüntülenmeye devam ederek kullanıcı ile etkileşim kurmayı ve/veya e-posta gibi bazı bilgileri edinmeyi hedefleyen reklamlardır²²⁶.

²²⁵ Playboy Enter Inc. v. Nescape Communications Corp. 354 F.3d 1020 (9th Cir., Jan. 14, 2004), http://www.internetlibrary.com/cases/lib_case336.cfm, E.T: 21.01.2024, (Okan, Ağ Reklamları, 135).

²²⁶ Öztürk, Dijital Reklamlar, 78; Elden ve Ulukök ve Yeygel, 445; Mestçi, 72-73; Ulaş, 43; Okan, Ağ Reklamları, 87; Akın, 57; Bozkurt Yüksel, 102; Bilge, 19-20; Üçışık, 585.



Şekil 3 Pop up reklam örnekleri içeren web sayfası

Örnek olarak gösterilecek olursa, Şekil 3’te yer alan resimde web sayfasının üzerinde ortaya çıkan reklamlar, pop up reklam teşkil etmektedir²²⁷.

Pop up reklamlar site içeriği ile ilgili olabileceği gibi, site içeriğinden tamamen bağımsız da olabilmektedir²²⁸. Pop up reklamlar, genellikle reklam verilen internet sayfasına girildiğinde ön planda ortaya çıkan reklamlardır. Pop up reklamların bir alt türü olan pop under reklamlar ise, aktif olarak kullanılan internet sayfasının kullanıldığı pencerenin arka planında açılan kullanıcının internet kullanımını engellememektedir²²⁹.

Pop up reklamların kullanımıyla haksız rekabet farklı şekillerde gündeme gelebilir. Örneğin pop up reklamların içerikleri aldatıcı, yanıltıcı nitelikte olması halinde TTK m. 55/1-a-2, haksız rekabet teşkil edecek şekilde karşılaştırma yapılması halinde ise TTK m. 55/1-a-5 uyarınca haksız rekabet gündeme gelebilecektir²³⁰.

Reklam Kurulu’nun 09.01.2018 tarih ve 268 toplantı sayılı, 2017/1194 numaralı kararında; “*mobil video servisine yönelik tüketicilere "pop-up" uygulaması aracılığıyla cep telefonları ekranlarında satın alma/abonelik teklifi sunulduğu, fakat tüketicilerin*

²²⁷ Resmin yer aldığı web sayfasına ulaşmak için <https://www.pazarlamasyon.com/sikici-pop-up-reklamlar-eglenceli-bir-video-klibe-donusurse>, E.T: 24.03.2024

²²⁸ Öztürk, 87; Özen, 62; İslamoğlu, 75.

²²⁹ Okan, Ağ Reklamları, 87; Kaplan, 121.

²³⁰ Öztürk, 87; Özen, 63; Okan, Ağ Reklamları, 135; Kaplan 122.

herhangi bir onayı olmaksızın, istem dışı bir şekilde söz konusu servise aboneliklerinin başlatıldığı, tüketicilerin onayı/bilgisi olmaksızın başlatılan aboneliklerin iptal edilmesi istendiğinde ise bir haftalık ücretin "içerik servisleri ücretleri" başlığı altında 14 TL tutarının tüm tüketicilerden tahsil edildiği, böylece birçok tüketiciden servis başına ilk haftalık ücretin tahsil edilip iade edilmediği düşünüldüğünde firma tarafından haksız kazanç elde edildiği, bu durumun tüketiciler tarafından yapılan şikayet sayısından da anlaşıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği” tespitlerine yer verilerek idari para cezasına ve reklamların durdurulmasına hükmedilmiştir²³¹. Kararda yer verilen tespitlerden, yanıltıcı nitelikte tanıtım yapılması hususu, aynı zamanda TTK m. 55/1-a-2 uyarınca gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla da haksız rekabet teşkil edecektir.

2.6. Anahtar Kelime Reklamları Yoluyla Haksız Rekabet

Ticaretin internet ortamına kaymasıyla, internet reklamcılığının önemi artmış ve farklı çeşitleri ortaya çıkmıştır. Kullanıcısına internet ortamında dağınık halde bulunan verilerin içinden aradığına liste halinde ulaşma imkânı sağlayan arama motorları da bu reklam türlerinden, doğrudan ilgilisine hitap eden anahtar kelime reklamcılığının gelişmesine yol açmıştır²³².

Anahtar kelime reklamcılığı, işletmelerin hedef kitlesine kolay ve hızlı yöntemlerle ulaşmasını temin etmeye yönelik olarak arama motorlarına bazı anahtar sözcükler arandığında sonuçlar arasında reklam olduğu belirtilerek listelenmek üzere verilen reklam türü olarak tanımlanabilir²³³. Bu reklam türünde, arama sonuçlarında çıkan doğal sonuçlar dışında, arama motorlarına belirli bir ücret ödeyen reklam verenlerin reklamları, kullanıcıların karşısına çıkarılır. Reklamların doğal sonuçlardan ayırt edilmesini linkin

²³¹ Reklam Kurulu 09.01.2018 tarih ve 268 toplantı sayılı, 2017/1194 numaralı kararı, <https://www.ticaret.gov.tr/tuketici/ticari-reklamlar/reklam-kurulu-kararlari>, E.T: 26.01.2024, (Akın, 58).

²³² Yasaman, İnternette Marka, 285; Emre Bayamlıoğlu, “Arama Ağı Reklamcılığında Markanın Anahtar/Hedef Kelime Olarak Kullanımı”, *Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi*, 25 (2011): 18; Önay Doğan, 70.

²³³ Budak, 89; Okan, Ağ Reklamları, 84.

açıklama kısmında yer alan reklam ibaresi sağlar. Bu sonuçlar doğal sonuçların arasında, yanında ya da en üstte sıralanabilir²³⁴.

Google, Yahoo, Microsoft Bing ve Yandex gibi arama motorları tarafından sağlanan anahtar kelime reklamcılığında; sektörde lider konumunda olan Google aynı zamanda bu reklamcılık türünün gidişatını da büyük ölçüde belirlemekte, zaman zaman reklam türü yerine şirketin bu tür reklamları bir zamanlar isimlendirdiği “Adwords”²³⁵ kavramı da kullanılmaktadır²³⁶.

Anahtar kelime reklamcılığında internet kullanıcısı tarafından arama motoruna yazılan ibarelere reklam verildiğinden, anahtar kelimelerin seçimi reklam kalitesini etkileyecek; aranan kelime ve anahtar kelime, örtüştüğü oranda reklam amacına ulaşacaktır. Anahtar kelimelerin seçimi, kullanıcının özel ilgi alanına göre reklam yapılabilen ve böylelikle potansiyel müşterilere ulaşmada kolaylık sağlayarak reklamın verimliliğini arttıran yapısı sebebiyle önemlidir²³⁷. Dolayısıyla da sunulan ürün ya da hizmet, marka, unvan, işletme adı gibi işletmeyi ve sunduklarını iyi ifade eden kelimelerin anahtar kelime olarak seçilmesi gerekmektedir²³⁸. Zira aranan kelime ile örtüşen anahtar kelimeler arama sonuçlarında listelenmektedir. Ancak zaman zaman ilgisiz olabilecek²³⁹ ya da rakibe ait veya onu anımsatacak kelimeleri anahtar kelime olarak seçebilmektedir²⁴⁰.

Hangi kelimelerin anahtar kelime olarak seçilebileceğine ilişkin politikalar, arama motorları arasında farklılık göstermektedir. Örneğin Google, 2004 yılına kadar sadece tanımlayıcı cins isimlerin kullanımına izin vermekte ve kullanımın engellenmesine

²³⁴ Okan, Ağ Reklamları, 8-9; Yasaman, İnternette Marka, 287.

²³⁵ Öte yandan arama motoru Google, anahtar kelime reklam sistemine verdiği “Adwords” ismini, 2018’de “Ads” olarak değiştirerek “Google Ads” olarak kullanmaya başlamıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz <https://support.google.com/google-ads/answer/9028765?hl=en#:~:text=On%20July%2024th%2C%202018%2C%20Google,includin%20Search%2C%20Display%20and%20Video., E.T: 05.12.2023.>

²³⁶ Rüzgâr, 152; Bayamlıoğlu, 18; Budak, 90-92; Tamer Soysal, “Marka Hukuku Perspektifinden İnternet Ortamında Anahtar Kelime (Meta-Tagging) ve Adwords Reklamcılık Uygulamaları”, *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, 12 (2018): 695.

²³⁷ Akın, Adwords Sistemi, 206; İslamoğlu, 73. Okan, Ağ Reklamları, 85; Memiş ve Bozbel.

²³⁸ Burcu Kuleli Pak ve Bora Mocan ve Neşe Baz ve Sema Yıldız Yoldaş ve Ayça Erdoğan İzol, “Yenilikçi İş Zekâsı Uygulamalarıyla Dijital Pazarlama Verisi Kullanılarak, Otonom Akıllı Sistemler Geliştirilmesi: Google Ads Uygulaması”, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 13/2 (2020): 207.

²³⁹ Budak, 94; Emrehan İnal ve Başak Baysal, *Reklam Hukuku ve Uygulaması*, (İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2008), 103-104.

²⁴⁰ Yasaman, İnternette Marka, 290.

yönelik şikayetleri kabul etmekte iken 2004 yılında reklam politikasında radikal bir değişikliğe giderek rakibe ait ya da onu anımsatacak, marka, unvan, işletme adı ya da ürünlerin kullanımını serbest kılmıştır²⁴¹.

Bir anahtar kelimenin kaç kişi tarafından satın alınabileceği bakımından herhangi bir sayı sınırı bulunmamaktadır. Anahtar kelime reklamlarının birden fazla kişi tarafından satın alınabilen yapısı ise fiyat ve arama sonuçlarının hangi sıra ile listeleneceği gibi hususlara etki etmektedir. Satın alınan anahtar kelime reklamı için ödenecek ücret, reklam verilecek bağlantıların önceki tıklanma sayıları, reklam kalitesi gibi diğer kriterlerin yanında reklam verenin arama sonuçlarında kaçınıcı sırada yer almak istediği de gözetilerek belirlenecektir. Çünkü daha üst sıralarda yer almak isteyen reklam veren, tıklama başına maliyet²⁴² hesabına göre belirlenen azami tutarın üzerinde ödeme yapmalıdır. Bu doğrultuda, reklam verenler arama sonuçlarında ödedikleri reklam bedeline göre listelenir²⁴³.

Aranan kelime ile anahtar kelimenin eşleşmesi farklı şekillerde gerçekleşebilir. Başlıca eşleşme türleri geniş, öbek, tam ve negatif eşleşme olarak sayılabilir. Geniş eşleşme genellikle arama motorları tarafından varsayılan eşleşme türü olup²⁴⁴, bu tür eşleşmede anahtar kelimenin çoğul hali, eş anlamlısı, yanlış yazılmış hali ya da bağlantılı olabilecek kelimelerin de arama sonuçlarında listelenir. Sıralı eşleşme de denilen öbek eşleşmede, anahtar kelime öbeğinin aynısı arandığında reklam görüntülenmektedir. Tam eşleşmede arama sonuçlarında seçilen anahtar kelimenin kendisinin yanında, yakın varyasyonları da

²⁴¹ Rüzgâr, 155; Bayamlıoğlu, 19; Savaş Bozbel, “Adwords Reklamlar Karşılaştırmalı Reklam Teşkil Eder Mi? Avrupa Adalet Divanının Verdiği Kararlar Işığında Bir Değerlendirme”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (2010): 106-107. Ayrıca Google’ın mevcut anahtar kelime reklamlarını denetlememe politikasına ulaşmak için bkz. https://support.google.com/adspolicy/answer/6118?visit_id=638366953828005588-388075667&rd=1, E.T: 08.12.2023.

²⁴² Reklama yapılan bir tıklama başına ücretlendirilen ortalama tutardır. Ortalama tıklama başına maliyet, tıklamaların toplam maliyetinin toplam tıklama sayısına bölünmesiyle hesaplanır. Ayrıntılı bilgi için bkz. *Ortalama tıklama başına maliyet (Ort. TBM): Tanım - Google Ads Yardım*, E.T: 08.12.2023. Ayrıca tıklama başına maliyete ve diğer maliyet hesaplama çeşitlerine ilişkin detaylı bilgi için bkz. Mestçi, 81 vd; Önay Doğan, 122.

²⁴³ Yasaman, İnternette Marka, 289; Zeynep Kandemir, "Vuitton-Google Kararı", *Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2010*, Ed. Tekin Memiş, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2011), 318; Bozbel, Adalet Divanı Kararları Işığında, 107; Bayamlıoğlu, 20; Okan, Ağ Reklamları, 9.

²⁴⁴ Yandex arama motoru için <https://yandex.com.tr/support/direct/statistics/search-queries.html>, Google için *Geniş eşleşme: Tanım - Google Ads Yardım*, E.T: 09.12.2023.

listelenmektedir. Negatif eşleşme ise, reklamın ilgili anahtar kelimenin arama sonuçlarından çıkarılması için kullanılmaktadır²⁴⁵.

Anahtar kelime reklamcılığında reklam verenin kullanıcıların kendisine ulaşabilmesi için kendi işletmesini ifade eden kavramları anahtar kelime olarak seçmesi, sistemin daha sağlıklı şekilde çalışmasını sağlamakta ve reklam kalitesini de artırmaktadır. Ancak zaman zaman reklam verenler, rakiplerinin internet trafiğinden yararlanmak için ya da arama motorlarının kendisine önermesi²⁴⁶ sebebiyle rakiplerini ifade eden kavramları da anahtar kelime olarak seçebilmektedir²⁴⁷. Bu yöndeki tercihler ise reklam kalitesini²⁴⁸ olumsuz olarak etkilemekte, kendisini ifade eden kavramları anahtar kelime olarak satın almak isteyenlerin, rakibin de satın almış olması sebebiyle ödemesi gereken tutarın artmasına²⁴⁹ neden olmaktadır²⁵⁰.

Arama motorlarında yapılan aramalarda listenin üst sıralarında yer alabilmek için ayrıca arama motoru optimizasyonu²⁵¹ yöntemi kullanılmaktadır. Arama motoru optimizasyonu yönteminde, web sitesinin arama sonuçlarında daha yukarıda çıkmasına yönelik; hedeflenen anahtar kelimeleri bir web sayfası içinde, gerekli-gereksiz yerlere uygun sayıda eklemek gibi çeşitli yollara başvurulmaktadır. Böylelikle algoritma etkilenerek

²⁴⁵ Yasaman, İnternette Marka, 289; Rüzgâr, 156; Budak, 96; Akın, Adwords Sistemi, 206-208. Ayrıca negatif eşleşme hakkında detaylı bilgi için bkz. Kuleli Pak vd., 207.

²⁴⁶ Google, anahtar kelimenin seçimi ve reklamın planlanması için otomatik bir sistem kurmuştur; reklam veren bu sistem içerisinde kendisine uygun olduğu anahtar kelimeleri seçerek reklam vermektedir. Bkz. Zeynep Yasaman, “Adwords Reklamlarda Bir Başkasına Ait Markanın Aynısının veya Benzerinin “Anahtar Sözcük” Olarak Kullanımı Tecavüz Teşkil Eder Mi? AB Adalet Divanı Kararları Işığında Tecavüz Kriterleri”, *Prof. Dr. Hamdi Yasaman’a Armağan*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2017): 795; Kandemir, 318. Ayrıca Google anahtar kelime planlayıcıya ilişkin bkz <https://support.google.com/google-ads/answer/7337243?hl=tr&sjid=591442260425095201-EU>, E.T: 10.12.2023.

²⁴⁷ Kaplan, 115-116; Okan, Ağ Reklamları, 85; İslamoğlu, 74. Ayrıca Google’da reklam sıralaması kriterlerine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. <https://support.google.com/google-ads/answer/1722122>, E.T: 10.12.2023.

²⁴⁸ Google’ın reklam kalitesine ilişkin politikaları için bkz. https://support.google.com/google-ads/answer/6167130?visit_id=638377980203521999-4267109860&rd=1, E.T: 10.12.2023.

²⁴⁹ Doktrinde, kendisiyle ilgili kelimelere anahtar kelimelere reklam vermek isteyen reklam verenin, ödediği daha yüksek bedele rağmen daha önce görüntülenmesini sağlayamayabileceği, zira sıralamada başka etkenlerin de gözetildiği vurgulanmaktadır. Bkz. Yasaman, Tecavüz Kriterleri, 814.

²⁵⁰ Kaplan, 116; Yasaman, Tecavüz Kriterleri, 814. Ayrıca tıklama başına reklamcılığın kötüye kullanılarak haksız rekabet teşkil ettiği hallere ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Budak, 93 vd; Kaplan, 118.

²⁵¹ Search Engine Optimization’dan arama motoru optimizasyonu olarak çevrilen kavram için kısaca SEO denilmektedir. SEO kullanımı ile haksız rekabete ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Budak, 116; Mestçi, 92.

arama sonuçlarında daha yukarılarda listelenme imkânı sağlanmakta, hatta bu sonuca reklam verilmesine dahi gerek kalmaksızın ulaşılabilmektedir²⁵².

Reklam verenlerin rakiplerinin ürün, hizmet, marka ya da işletme adı, ticari unvanları gibi rakiplerini ifade eden kelimeleri anahtar kelime olarak seçerek anahtar kelime reklamları arasında öne geçmeye yönelik eğilimi, marka ve haksız rekabet hukuku ihtilaf ve ihlallerini gündeme getirmektedir²⁵³.

Anahtar kelime reklamcılığında daha çok markaların kullanılması, marka hakkı ihlallerini de sıkça gündeme getirmekte, uyuşmazlıklara konu etmektedir²⁵⁴. Hukukumuzda SMK m. 7/3-d bendi ile *“İşareti kullanan kişinin, işaretin kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bağlantısı olmaması şartıyla işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük ya da benzeri biçimlerde kullanılması”*nın marka hakkı sahibince yasaklanabileceği düzenlenmiştir. Dolayısıyla hukukumuzda bu kapsamda markanın anahtar kelime olarak kullanımı uyuşmazlıklara konu olurken, dünya çapında da pek çok dava açılmakta, ilke niteliğinde kararlar verilmekte ve tartışmalar yapılmaktadır²⁵⁵.

Yapılan bu tartışmaların özellikle karıştırılma ihtimaline yönelik bölümü haksız rekabet alanını da ilgilendirdiğinden burada da değinmekte fayda görmekteyiz. Marka hukuku kapsamında yapılan tartışmalarda, karıştırılma ihtimali incelenirken, markanın sahibi dışında bir üçüncü kişi tarafından anahtar kelime olarak kullanımının doğrudan marka hakkı ihlali olduğunu ileri süren görüşler²⁵⁶ bulunmakla birlikte; arama sonuçlarının doğal sonuçlar ve sponsorlu bağlantı ya da reklam şeklinde ayrı ayrı listelendiği ve sadece anahtar kelime kullanımının marka hakkı ihlali oluşturmadığını, marka sahibine ait mal veya hizmetlerin bir alternatifini sunmak amacına hizmet edeceğini ve doğrudan marka hakkı ihlali olduğu kabul edilmeyeceğini, yalnızca reklam verilen bağlantı ile marka

²⁵² Ulaş, 47; Budak 116; Soysal, 715-716; Güloğlu, 19; Yasaman, İnternette Marka, 290.

²⁵³ Kaplan, 116; Üçışık, 602; Poroy ve Yasaman, 399.; Okan, Ağ Reklamları, 85.

²⁵⁴ Okan, Ağ Reklamları, 125.

²⁵⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz. Rüzgâr, 149 vd.; Yasaman, İnternette Marka, 282 vd.

²⁵⁶ Uğur Çolak, *Türk Marka Hukuku*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2023), 712.

arasında bir ilişki olduğu izlenimi verilmesi halinde marka hakkı ihlalinin söz konusu olacağına ilişkin görüşler de mevcuttur²⁵⁷.

Buna paralel olarak, internet kullanıcısının arama sonucu önüne çıkan sayfada, hangi linkin hangi firmanın internet sayfasına bağlantı sağladığını anlayabildiği durumlarda yanlış yönlendirme olmadığını, zira ticari kararların verilmeyip sadece yönlendirmenin yapıldığını; bu çerçevede internet kullanıcısının sadece anahtar kelime reklamcılığı sebebiyle yanıltılması, aldatılması ya da marka sahibi firmanın piyasadaki itibarından istifade edip haksız rekabete neden olduğu sonucuna ulaşılamayacağını ileri süren görüşler mevcuttur²⁵⁸.

Esasen sadece anahtar kelime kullanımının karıştırılmaya yol açmak için yeterli olmayabileceği görüşüne katılmakla birlikte, bu durumun haksız rekabetin söz konusu olmadığını tespit etmek bakımından yeterli olmadığı, zira somut olaydaki ticari davranış ve uygulamanın karıştırılmaya yol açmasa dahi diğer haksız rekabet hallerini pekâlâ gündeme getirebileceği kanaatindeyiz²⁵⁹.

Bir diğer görüş ise, anahtar kelime reklamlarının somut olaya göre internet kullanıcının aradığı anahtar kelimenin ait olduğu kişiler dışında çıkan sonuçların farklılığın anlaşılabilir olması sebebiyle yanıltıcı olmasa bile, bu durumda karşılaştırmalı reklamın söz konusu olacağını ileri sürmektedir. Zira, aranan mal veya hizmeti sunan rakip işletmenin mal veya hizmetine yönlendiren bir link, arama sonuçlarının üstünde ya da sağında ve reklam olduğu açıkça belli olacak şekilde internet kullanıcısının ekranında görüntüleniyorsa, kullanıcı ürünler hakkında bilgilere kolayca ulaşabilecektir²⁶⁰.

Kanaatimizce arama motorunda rakiplerinin ürün, hizmet, marka ya da işletme adı, ticari unvanları gibi rakiplerini ifade eden kelimeleri anahtar kelime olarak seçilmesi halinde,

²⁵⁷ Yasaman, İnternette Marka, 358; Yasaman, Tecavüz Kriterleri, 821; Bayamlıoğlu, 30; Rüzgâr, 162.

²⁵⁸ Akın, Adwords Sistemi, 218-219.

²⁵⁹ Aynı yönde İstanbul 1. Fikrî ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi, 2018/249 E., 2019/208 K. ve 07.05.2019 tarihli kararı, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 16.08.2024.

²⁶⁰ Bozbel, Adalet Divanı Kararları Işığında, 111; Savaş Bozbel ve Tekin Memiş, “Marka ve Haksız Rekabet Hukuku Bakımından Adwords Reklamları” *Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Aylık İnternet Dergisi*, 81 (2008), <http://www.e-akademi.org/incele.asp?konu=MARKA%20VE%20HAKSIZ%20REKABET%20HUKUKU%20BAKIMINDAN%20ADWORDS%20REKLAMLAR&kimlik=1227080164&url=makaleler/tmemis-sbozbel-1.htm>, E.T:10.12.2023

bu durumun kullanıcılarda arama motorunda listelenen sonucun arama yaptığı rakibe ait ya da onunla ilgili olabileceğini izlenimi uyandırarak yanıltıcı nitelikte olması halinde TTK m. 55/1-a-2 uyarına gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla haksız rekabet teşkil edecektir²⁶¹.

Ayrıca anahtar kelime kullanımı yanıltıcı nitelikte olmasa bile, rakibin tanınmışlığından faydalanarak kâr elde etmek söz konusu olduğu sürece TTK m. 55/1-a-5 uyarınca haksız rekabet teşkil edecektir. Öte yandan, hiçbir emek ve çaba göstermeksizin başkasının emeğinden yararlanmak dürüstlük kuralı ile bağdaşmayacağı için, bu şekildeki anahtar kelime reklamcılığının parazit rekabet²⁶² niteliğinde olduğu ve TTK m. 54 hükmü uyarınca da haksız rekabet teşkil edeceği kabul edilmelidir²⁶³.

Anahtar kelime reklamcılığında en sık karşılaşılan haksız rekabet halleri yukarıda belirtilen haller olmakla birlikte, örneğin hakkı olmayan unvanları, meslek, derece ve sembollerini anahtar kelime olarak kullanılması yoluyla TTK m. 55/1-a-3'e göre haksız rekabet söz konusu olabilecektir. Yine farklı haksız rekabet halleri pekâlâ gündeme gelebilecek ya da gelişen teknoloji ve değişen trendler sebebiyle daha önce öngörülmemiş yeni haksız rekabet halleri de ortaya çıkabilecektir²⁶⁴.

Markanın anahtar kelime olarak kullanılması sebebiyle marka hakkına tecavüzünün ve haksız rekabetin tespiti ve men'i ile maddi ve manevi tazminat talep edildiği uyuşmazlıkta Yargıtay, "bursa kartuş" olarak tescilli, ayırt ediciliği düşük kelimelerden oluşan

²⁶¹ Akın, 55; Bozbel ve Memiş. Ayrıca, Ticaret Bakanlığı Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Araştırma Raporu'nda yer verilen araştırma sonuçlarına göre, arama motoru kullanıcısı her 10 kişiden 7'si, arama motoru aracılığıyla yaptıkları taramada, sayfanın yanında beliren 'reklam' ifadesinin farkında olmadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıntılı bilgi için Ticaret Bakanlığı Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Araştırma Raporu, 2023, 96, https://tuketici.ticaret.gov.tr/data/659ffec913b876fb4cb77f9e/Ticaret%20Bakanl%C4%B1g%C4%B1_Reklam%20ve%20Haks%C4%B1z%20Ticari%20Uygulamalar%20Aras%C4%B1rma%20Raporu.pdf, E.T: 05.04.2023.

²⁶² Parazit rekabete ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Budak, 101-102; Özen, 142; Bozbel ve Memiş.

²⁶³ Kaplan, 117-118; Akın, 55; İslamoğlu, 74; Neval, Ağ Reklamları, 85- 86; Öztürk, 90; Bozbel ve Memiş; Budak, 100; Erdil, 218. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2011/4710 E., 2012/10662 K. ve 15.06.2012 tarihli kararı, "Mahkemece, iddia, savunma ve tüm dosya kapsamına göre, davacının enocta markasının davalının web sayfalarına yönlendirme yapan sayfalarda kullanarak bu markadan parazitler şekilde yararlandığı ve bunun da parazitler haksız rekabeti oluşturduğu gerekçesi ile davalının www.infinityteknoloji.com isimli sitesinde tanıtım maksadıyla www.google.com sitesinin Google Adwords reklamları içinde davacı şirketin tescilli markası olan "enoceta" kelimesinin kullanılmasının önlenmesine fazla talebin reddine karar verilmiştir.", Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 17.12.2023.

²⁶⁴ Güloğlu, 19.

markanın, geniş bir biçimde marka korumasından yararlanamayacağı gerekçesiyle davanın reddine karar veren ilk derece mahkemesi kararını onamıştır²⁶⁵. Haksız rekabet açısından da söz konusu durumun dürüstlük kuralına aykırı olmadığı söylenebilecektir.

Bir diğer kararında Yargıtay, GK Ödeme Hizmetleri A.Ş.'nin "*GARANTİ KOLAY*" ifadesini bankacılık ve finansal hizmetler alanında tanıtım yazılarında, ayrıca alan adı ve anahtar kelime olarak kullandığını ve bu durumun davacının aynı hizmetler için tescilli "*GARANTİ*" markasıyla ve görsel, işitsel ve genel izlenim açısından benzerlik taşıdığını tespit etmiştir. Markaların benzerliği ve hizmetlerin aynılığı şartlarının birlikte gerçekleşmesi nedeniyle, davacının "*GARANTİ*" markalarıyla davalının "*Garanti Kolay*" işareti arasında karıştırılma ihtimalinin doğabileceği sonucuna varılmıştır. Yargıtay, "www.garantikolay.com.tr" web sitesinde "*Garanti Kolay*" ifadesinin kullanımının, davacının "*GARANTİ*" markalarından doğan tescilli marka haklarına tecavüz ve haksız rekabet oluşturduğuna hükmederek, davanın kısmen kabulüne karar vermiştir. Ayrıca, davalıların alan adında ve site içerisinde ticari amaçla kullandığı tanıtım işaretinin davacının tescilli marka haklarına tecavüz ve haksız rekabet teşkil ettiği tespit edilmiştir. Bu nedenle, markaya tecavüz ve haksız rekabetin önlenmesine, tecavüzün maddi sonuçlarının ortadan kaldırılmasına, alan adında "*Garanti*" kelimesinin ve site içeriğinde ticari amaçla yapılan her türlü reklamın kullanımının engellenmesine, "www.garantikolay.com.tr" web sitesine erişimin durdurulmasına, "*garantikolay*" kelime grubunun anahtar kelime olarak kullanılmasının önlenmesine ilişkin verilen ilk derece mahkemesi kararını onamıştır²⁶⁶.

Yine başka bir Yargıtay kararı ile, davalının "www.spotcicek.com" adlı web sitesinin sahibi olduğu, arama motoruna davacının tescilli "*çiçek sepeti*" esas unsurlu markaları yazıldığında, adwords üzerinden sonuç görüntüleme sayfasında davacının ön sıralara çıktığı, dolayısıyla davacının tescilli markalarının lisanssız ve izinsiz olarak internet üzerinden fiilen davalı tarafça kullanıldığı, bu suretle markaya tecavüz ve haksız rekabet

²⁶⁵ Yargıtay 11. HD. 2015/8530 E. 2016/3550 K. 04.04.2016 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 17.12.2023, (Budak, 102).

²⁶⁶ Yargıtay 11. HD. 2019/1752 E., 2019/8281 K. ve 18.12.2019 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 17.12.2023, (Akın, 56).

filinin gerçekleştirildiği gerekçesiyle davanın kısmen kabulüne ilişkin karar onanmıştır²⁶⁷.

Ancak İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 16. HD. tarafından verilen bir kararda, davalının davacının markasını anahtar kelime olarak kullandığı iddiasını incelerken, *“Google otomatikleştirilmiş reklam algoritmasının geniş eşleme yapması nedeniyle, davalının negatif eşleme yaparak tedbir almaması nedeniyle, markaya tecavüz ve haksız rekabet eyleminin sabit olduğunu ileri sürmek mümkün değildir. 6769 Sayılı SMK 7/3-d maddesinde, “işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük ve de benzeri biçimde kullanılması” markaya tecavüz teşkil ederek, SMK 29/1-a maddesinde, marka sahibi tarafından önlenebileceği düzenlenmekle, davalının negatif eşleme yapmaması markaya tecavüz teşkil etmeyeceği gibi haksız rekabet de teşkil etmeyeceği”* gerekçesiyle istinaf başvurusunun reddine karar verilmiştir²⁶⁸. Kanaatimizce de haksız rekabet ile dürüst rekabetin korunduğu gözetildiğinde, yalnızca geniş eşleşme sebebiyle davacının markasına ilişkin yapılan aramalarda davalının web sitesinin gösterilmesinin sorumluluğa gitmek bakımından yeterli olmadığı kabul edilmelidir.

2.7. Yönlendirici Kod Yoluyla Haksız Rekabet

İnternet kullanıcıları internette bir şey bulmak istediklerinde, gitmek istedikleri sitenin alan adını biliyorlarsa bu alan adını arama çubuğuna yazarak ulaşabilirler. Ancak gitmek istedikleri sitenin alan adını tam olarak bilmeyen ya da hangi siteye gitmesi gerektiğini bilmeyen kullanıcılar, arama motorlarında arama yaparak çıkan sonuçlar üzerinden aradıklarına ulaşabilmektedirler²⁶⁹.

Arama motorları ise, kullanıcıların aradıklarına kolayca ulaşmalarını sağlamak için *“metatag”* olarak da isimlendirilen yönlendirici kodları kullanmaktadır. Yönlendirici kodlar, web sitesi içerisine HTML dili ile yazılan ve genellikle kullanıcının göremeyeceği şekilde yerleştirilmekle birlikte; arama yaparken kullanılan kelime ile kod eşleştiğinde,

²⁶⁷ Yargıtay 11. HD. 2021/5571 E., 2023/211 K. ve 12.01.2023 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 17.12.2023.

²⁶⁸ İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 16. HD. 2021/55 E., 2022/2075 K. ve 08.12.2022 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 17.12.2023.

²⁶⁹ Yasaman, İnternette Marka, 368; Okan, Ağ Reklamları, 87.

bu web sitesinin çıkan sonuçlar arasında listelenmesine imkân sağlayan kodlardır. Bir diğer anlatımla site içeriğini betimleyici kelimeler ile adeta etiketleyen bu kodlar, arama motorlarına tasnif elverişliliği ve dolayısıyla da kullanıcının aradığına ulaşmasını kolaylaştırma imkânı sağlamaktadırlar²⁷⁰.

Arama motorları, arama sonuçlarını kullanıcılar için sıralamak amacıyla belirli kriterlere göre tasnif yapmaktadır. Arama motorları arasındaki sıralama kriterleri farklılık gösterebilir. Örneğin kelime veya ifadelerin web sayfasının başlığında kullanılmasına öncelik verebilir ya da kelime veya ifadelerin metin içerisinde tekrarlanma sıklığına göre web sitelerini sıralayabilir²⁷¹.

Web sitesi sahipleri, yönlendirici kod teşkil edecek kelimeleri seçmekte serbesttir. Bununla birlikte, arama motorlarının daha isabetli bir liste oluşturmaları ve internet kullanıcılarının aradıkları web sitesine kısa yoldan ulaşabilmeleri için, yönlendirici kodların web sitesini yeterince ve doğru şekilde tanıttıkları kelimelerden oluşması da gerekmektedir. Ancak uygulamada yönlendirici kodların web sitesini en iyi tanımlayan kelimeler arasından değil, arama motorlarında en çok aranan ilgisiz fakat popüler kelimeler ya da rakip firmaları ifade eden kelimeler arasından seçildiği durumlarla da karşılaşmaktadır²⁷².

Böylelikle, popüler aramaların oluşturduğu trafikten yararlanılabilmekte; aramadığı, ilgisiz sitelerle karşılaşınca web sayfalarını ziyaret ederek deneme yanılma yoluyla aradığına ulaşmaya çalışan kullanıcılar vasıtasıyla ziyaretçi sayısı ve reklam görüntülenmeleri arttırılabilmekte ya da yönlendirici kod olarak rakipleri ifade edilen kavramlar seçilerek kullanıcının istediği rakibe ulaşması zorlaştırılabilmekte, rakibin tanınırlığından yararlanılarak kullanıcılar web sitesine çekilebilmektedir²⁷³.

²⁷⁰ Mestçi, 94; Budak, 114 vd; Bıdık, 54; Kaplan, 79; Öztürk, 95; Özdilek, 203.

²⁷¹ Özdilek, 203; İrfan Akın, “Adwords Reklam Sisteminde Marka Kullanımı”, *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 78 (2008): 209. Yönlendirici kodların türleri ve hangi tür yönlendirici kodun ne işe yaradığına ilişkin ayrıntılı bilgi için ayrıca bkz. Yasaman, *İnternette Marka*, 369-370.

²⁷² Budak, 115; Ömer Korkut, “Bir Markanın Web Sitelerinde Yönlendirici Kod (Meta Tag) Olarak Kullanılması Sorunu”, *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 24/2, (2007): 504.

²⁷³ Budak, 115; Güloğlu, 19; Memiş ve Can, 18; Kaplan, 79; Öztürk, 97; Yasaman, *İnternette Marka*, 371; Daniel Devoe, “Applying Liability Rules To Metatag Cases And Other Instances of Trademark Infringement on The Internet: How To Get To “No Harm, No Foul”, *Boston University Law Review*, Vol. 90, No 3 (2010): 1223, <https://www.bu.edu/law/journals-archive/bulr/documents/devoe.pdf>, E.T: 24.11.2023.

SMK m. 7/3-d bendi uyarınca, “İşareti kullanan kişinin, işaretin kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bağlantısı olmaması şartıyla işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük ya da benzeri biçimlerde kullanılması” marka hakkı sahibince yasaklanabilecektir. Dolayısıyla hukukumuzda bu kapsamda markanın yönlendirici kod olarak kullanımı da uyuşmazlıklara konu olmaktadır. Konuya ilişkin olarak yukarıda değindiğimiz açıklamaları²⁷⁴ yineleyerek marka hakkı ihlali olduğunun kabul edildiğini²⁷⁵ belirtmekle birlikte, anahtar kelime kullanımı ile yönlendirici kodun kullanımı arasındaki farklılığın uygulamaya yansımaya değinmekte fayda görmekteyiz.

Markanın yönlendirici kod olarak kullanımında, anahtar kelime kullanımında olduğu gibi sponsorlu sonuçlar arasında ayrı bir listeleme yapılmamakta, üçüncü bir kişiye ait markayı yönlendirici kod olarak kullanan kişinin sitesi arama motorunda doğal sonuçlar arasında listelenmektedir. Ancak burada da doğal arama motoru sonuçlarının tümünün aranan marka ile ilgili olmadığı kabul edilerek marka hakkı ihlalinin söz konusu olmayabileceğini kabul eden görüşler bulunmaktadır²⁷⁶.

Haksız rekabet yönünden ise, yine somut olaya göre değerlendirilmekle birlikte; kanaatimizce özellikle internet kullanıcılarının yönlendirici kodları görememesi sebebiyle TTK m. 55/1-a-4 uyarınca karıştırılmaya yol açan önlemler alma yoluyla haksız rekabet gündeme gelebilecektir²⁷⁷. Öte yandan, kötüleme teşkil edebilecek bir site için rakibi ifade eden kelimeleri yönlendirici kod olarak kullanmak²⁷⁸ TTK m. 55/1-a-1

²⁷⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz. 2.6. Anahtar Kelime Reklamları Yoluyla Haksız Rekabet başlıklı bölüm, sayfa 57 vd.

²⁷⁵ Sefer Oğuz, *İnternet Alan Adı Haklarının Korunması*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık. 2018), 335; Korkut, 514.

²⁷⁶ Yasaman, *İnternette Marka*, 392.

²⁷⁷ Öğretide özellikle kullanıcılar tarafından yönlendirici kodların görünmüyor ve çalışma prensiplerinin bilinmiyor oluşu nedeniyle arama motorunda yapılan arama sonucu çıkan sitenin ilgili olduğu şeklindeki yanıltmanın kolaylığı vurgulanmaktadır. Bkz. Akın, *Adwords Sistemi*, 209; Budak, 117; Özdilek, 204.

²⁷⁸ Yargıtay 11. HD. 2016/8336 E., 2018/1638 K. ve 05.03.2018 tarihli kararı, “Dava, marka hakkına tecavüz ve haksız rekabetin engellenmesi, maddi ve manevi tazminatın tahsili istemine ilişkindir. Hükmü esas alınan bilirkişi raporlarında davalıya ait web sitesinde, davacı şirketin “...” ibareli marka tescilleri kapsamında yer alan “tencere setleri”, “... bıçak seti”, “yemek takımı”, “tencere grubu” gibi sözcüklerin “...” ibaresiyle birlikte ancak değişik işlevlerde yönlendirici işaret olarak kullanıldığı belirlenmiştir. 556 sayılı KHK’nin 9/1-e bendi uyarınca, işareti kullanan kişinin, işaretin kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bir bağlantısı olmaması koşuluyla, işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki oluşturacak biçimde, alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük veya benzeri biçimlerde kullanılmasının marka sahibi tarafından önlenmesi talep edilebilir. Bu durumda, anılan işaretlerin internet ortamında yönlendirici kod olarak kullanılmasının davacının marka hakkına tecavüz oluşturduğu gözetilmeksizin davanın tümüyle

uyarınca, gerçeğe aykırı şekilde yetkili servis olduğu anlamı çıkacak şekilde kullanmak²⁷⁹ TTK m. 55/1-a-2'e göre haksız rekabet teşkil edecektir.

Ayrıca ziyaretçi sayısını ve reklam görüntülenmelerini arttırma amacıyla üçüncü kişiye ait ad veya tanıtıcı işaretin yönlendirici kod olarak kullanılması halinde, rakibin tanınmışlığından faydalanarak kâr elde edilmesi sebebiyle TTK m. 55/1-a-5 hükmüne göre haksız rekabet söz konusu olacaktır²⁸⁰.

Şüphesizdir ki, yönlendirici kod olarak rakipleri ifade edilen kavramlar seçilerek kullanıcının istediği rakibe ulaşması zorlaştırılması ve olası müşterileri rakibin web sitesinden sistematik olarak uzaklaştırılıp kendi sitesine yönlendirmek şeklindeki faaliyetler de dürüstlük kuralına aykırılık teşkil edecek, müşteri çevresini ve dürüst rekabet ortamını olumsuz yönde etkileyerek haksız rekabet teşkil edecektir²⁸¹.

Yönlendirici kod kullanımı ile haksız rekabetin uluslararası alanda en bilinen uyuşmazlık örneklerinden biri, davacı Playboy Enterprises Inc. Tarafından davalılar Calvin Designer Label aleyhine açılmış olan davadır. Uyuşmazlığa konu olayda, yetişkin eğlence sektöründe faaliyet gösteren Playboy Enterprises şirketine ait “Playmate” ve “Bunny” markaları davalı tarafından yetişkin içerikli bir site için yönlendirici kod olarak kullanılmıştır. Mahkemece bu kullanımın, kullanıcılarda davalıya ait sitenin davacı tarafından desteklendiği veya bağlantılarının olduğu izlenimini yarattığı gerekçesiyle haksız rekabet teşkil ettiği ve marka hakkını ihlal ettiğine hükmetmiştir²⁸².

Yargıtay tarafından, “*davalı şirketin ibareyi Google Adwordsleri aracılığı ile internet sitesinin “www.teknopi.com” kaynak kodlarında metataging yöntemiyle anahtar kelime olarak belirlendiği, davacıya ait “Cescesor” markası ile Google arama motoru üzerinden herhangi bir kişi tarafından arama yapıldığında kendi web siteleri olan www.teknopi.com adlı sitenin, davacıya ait www.cescesor.com veya www.cescesor.com.tr. sitelerinden veya*

reddine karar verilmesi yerinde olmamış, bozmayı gerektirmiştir. ”, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 24.11.2023.

²⁷⁹ Akın, 59.

²⁸⁰ Akın, Adwords Sistemi, 209; Budak, 117; Özdilek, 204.

²⁸¹ Kaplan, 79; Bozkurt Yüksel, 105; Okan, Ağ Reklamları, 139.

²⁸² Bıdık, 54; Budak, 122; Playboy Enterprises, Inc., Plaintiff, V. Calvin Designer Label, Calvin Fuller, And Calvin Merit, Defendants. No. C-97-3204 Cal. United States District Court, N.D. California. 8 Eylül 1997, <https://cyber.harvard.edu/metaschool/fisher/linking/meta/METAC1.html>, E.T: 24.11.2023.

davacıya ait ürünlerin satışlarının gerçekleştirildiği www.gittigidiyor.com, www.hizlial.com gibi sitelerden öncelikli olarak görünmesini sağladığı, davacının iktisadi haklarının zarara uğradığı gerekçesiyle, davalının davacının marka hakkına vaki tecavüzünün menine” ilişkin ilk derece mahkemesi kararına karşı davalı tarafından yapılan temyiz istemleri yerinde görülmeyerek reddedilmiştir²⁸³.

2.8. İnternet Alan Adı Kullanımı Yoluyla Haksız Rekabet

Dijitalleşmeye uyum sağlamak, sanal ortamda kendini ifade etmek, bu alanda yaygınlaşan ticaretin içinde yer almak isteyen taraflar, internet ortamında kişilerin kendilerine ulaşması için bir web sitesine ihtiyaç duymaktadır. Web sitesine ulaşmak isteyen kullanıcıların ise, web sitesini bulmak ve diğerlerinden ayırmak için bir adrese ihtiyacı vardır. İşte bu ihtiyacı gidermek için, “world wide web”²⁸⁴ denilen dünya çapındaki ağa bağlı bilgisayarlara ve web sitelerine IP adresi²⁸⁵ adı verilen, numaralardan oluşan adresler verilir. Ancak bir anlam ifade etmeyen sayı dizisinin internet kullanıcıları tarafından hatırlanması zor olduğundan, IP adresini açıklayan, okunması ve akılda tutması kolay kelimelerin kullanıldığı alan adı sistemi²⁸⁶ geliştirilmiştir²⁸⁷.

²⁸³ Yargıtay 11. HD. 2012/10656 E., 2013/9836 K. ve 14/05/2013 tarihli kararı, E.T: 25.06.2024, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, (İslamoğlu, 71).

²⁸⁴ World Wide Web ya da kısaca www sistemi, dünyayı saran ağ anlamına gelmekte olup, 1989 yılında Cenevre’de oluşturulan bir ağ altyapısıdır. İnternet altyapısı ile sunulan bu sistem sayesinde, bağımsız veriler arasında iletişim sağlanır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Güloğlu, 9; Kaplan, 21; Sağlam, 42; Ali Karagülmez, “İnternet Alan Adları ve Bazı Hukukî Sorunlara İlişkin Yargı Kararları”, *Terazi Hukuk Dergisi*, 9/97 (2014): 49; Nurullah Bal, “İnternet Alan Adları ve İnternet Alan Adı Uyuşmazlıklarının Tahkim Yoluyla Çözümlemesi”, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 17/2 (2013): 317.

²⁸⁵ IP adresi olarak kullanılan internet protokol adresi, İnternet Alan Adları Yönetmeliği m. 3/1-f bendinde, “Belirli bir ağa bağlı cihazların birbirini tanımak, birbirleriyle iletişim kurmak ve veri alışverişinde bulunmak için kullandıkları İnternet Protokolü standartlarına göre verilen adres” olarak tanımlanmıştır.

²⁸⁶ Domain Name System ya da kısaca DNS kavramının dilimizdeki karşılığını ifade eden alan adı sistemi, İnternet Alan Adları Yönetmeliği m. 3/1-e bendinde “Okunması ve akılda tutulması kolay olan ve genelde aranan adres sahipleri ile ilişkilendirilebilen simgesel isimlerle yapılan adreslemede, karşılığı olan İnternet protokol adresini bulan ve kullanıcıya veren sistem” olarak tanımlanmıştır.

²⁸⁷ Akın, 80; Kaplan, 68; Okan, Ağ Reklamları, 82; Özdilek, 128; Budak, 51; İslamoğlu, 67; Miyale Tanla Özen, “Haksız Rekabetin Elektronik Ortamda Görünüm Biçimleri”, (Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi, 2023), 75; Savaş Bozbel, “İnternet Alan Adı (Domain Name) Müracaat ve Tescil Uygulamaları, Dünyadaki Uygulamalar Eşliğinde Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi”, *Mevzuat Dergisi*, 92 (2005), <https://www.mevzuatdergisi.com/2005/08a/01.htm>, E.T: 07.01.2023; Güloğlu, 25; Kemal Şenocak, “Tescilli Markanın Aynısının veya Benzerinin Alan Adı (Domain Name) Olarak Kullanılması Suretiyle Marka Hakkının İhlali”, *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 25/3 (2009): 92.

İnternet alan adı, 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu²⁸⁸ m. 3/1-v ile İnternet Alan Adları Yönetmeliği²⁸⁹ m. 3/1-d’de “*internet üzerinde bulunan bilgisayar veya web sitelerinin adresini belirlemek için kullanılan internet protokol numarasını tanımlayan adlar*” şeklinde tanımlanmıştır.

Alan adının yapısı incelendiğinde, örneğin “<http://www.abc.com.tr>” şeklindeki bir URL’de yer alan “http:” ve “www” uzantılarından sonra gelen kısmın alan adını ifade ettiği, bu kısmın ise iki bölümden oluştuğu görülmektedir. Örnek olarak verilen alan adındaki “abc”, IP adresini açıklayıcı nitelikteki ikinci düzey alan adı “*second level domain-SLD*”dır. Sonrasında gelen “.com” ise, birinci düzey alan adı “*top level domain-TLD*”nin bir alt türü olan birinci düzey ya da jenerik üst düzey alan adıdır (gTLDs). Yine “.tr” alt alan adı, ülke üst düzey alan adıdır (ccTLD)²⁹⁰.

İnternet alan adları, bir işletmenin yahut markanın faaliyetleri için ticarî amaçlarla kullanılabileceği gibi, ticarî faaliyet dışında tamamen bireysel amaçlarla da kullanılabilirler²⁹¹. Alan adının ticari amaçlarla kullanımı halinde ise, kullanıcılar genellikle arama motorunda işletmeyi bulmak için tanıtma araçlarını kullanmaktadır. İşletme sahipleri de hem akılda kalıcılığı ile alan adında temin edilmesi amaçlanan kolaylığı ticaret unvanı, işletme adı, marka gibi tanıtma araçlarının sağlaması hem de kullanıcıları bu yöndeki eğilimi sebebiyle; ticaret unvanı, işletme adı, marka vb. tanıtma araçlarını alan adı olarak kullanmakta, alan adının reklam ve pazarlama gücünden de yararlanmaktadırlar²⁹². Böylelikle hukuki niteliği tartışmalı olmasına²⁹³ ve esasen teknik

²⁸⁸ 10.11.2008 tarih ve 27050 sayılı Resmî Gazete.

²⁸⁹ 21.08.2013 tarih ve 28742 sayılı Resmî Gazete.

²⁹⁰ Tamer Soysal, *İnternet Alan Adları Hukuku*, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2014), 192; Akın, 81; Kaplan, 68; Özen, 76; Ayşe İpek Sarıöz, “İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Kullanımından Doğan Haksız Rekabet Halleri ve Uygulanacak Hukuk”, *Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 10/1 (2011): 622; Seniha Dal, “Türk Hukukunda İnternet Alan Adları (Domain Names) ve Bu Alandaki Son Gelişmeler”, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28/1 (2015): 481.

²⁹¹ Şerafettin Ekici, “Öğretideki Temel Görüşler ve Türk Pozitif Hukuku Kapsamında İnternet Alan Adlarının (Domain Names) ve Alan Adları Üzerindeki Hakkın Hukuki Niteliği”, *Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 13/1(2023): 427.

²⁹² Akın, 81; Özen, 79; Okan, Ağ Reklamları, 91 vd.; Budak, 55; Bozkurt Yüksel, 100; Füsün Nomer, “İnternet Alan Adının (Domain Name) Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Unvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar”, *Prof. Dr. Hayri Domaniç’e 80. Yaş Günü Armağanı Cilt I*, Ed. Abuzer Kendigelen, (İstanbul: Beta Yayınları, 2001), 400.

²⁹³ Ekici, 419; Ayşe İpek Sarıöz, “İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Kullanımından Doğan Haksız Rekabet Halleri ve Uygulanacak Hukuk”, *Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 10/1, (2011): 627 vd.; Sefer Oğuz, “İnternet Alan Adı Hakkının Hukuki Niteliğinin Değerlendirilmesi”, *Sakarya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 9/1 (2021), 16 vd.; İslamoğlu, 68; Zeynep Şarлак, “İnternet Alan

bir adres olmasına rağmen alan adı adeta çevrimiçi bir marka, ticaret unvanı ya da işletme adı gibi ayırt edici ad ve işaretleri ile benzer şekilde tanıtmaya aracı haline gelmiştir²⁹⁴.

Alan adlarının internette bir siteyi tarif eden adres niteliğinde olması, bir alan adının yalnızca bir site için verilebilmesine neden olmaktadır. Bu nedenle, alan adının verilmesine ilişkin zaman zaman farklı uygulamalar söz konusu olmakla birlikte, genel olarak “*ilk gelen alır (first come, first served)*” prensibi kabul edilmektedir²⁹⁵. Bu durum ise, uyuşmazlıklara neden olabilmektedir²⁹⁶.

Uyuşmazlıklar, izah ettiğimiz sıkı ilişki nedeniyle ticaret unvanı, işletme adı, markanın kullanımından kaynaklı olarak bunların kendi mevzuatından kaynaklanabildiği gibi, alan adını kullanımı ile haksız rekabetten de kaynaklanabilmektedir²⁹⁷.

Alan adı korsanlığı olarak adlandırılan bu durum, farklı sebeplerle ortaya çıkabilmekte ve ortaya çıkma sebebine göre de türlere ayrılmaktadır²⁹⁸. Örneğin henüz alan adı olarak alınmamış ve fakat tanınırlığının yüksek olması sebebiyle gelecekte alınması olası olan ticari isimlerin, ileride tescil masraflarından daha yüksek meblağlar karşılığında satılmak amacıyla tescil edilmesine alan adı park etme “*domain name parking*” denilmektedir. Bu tür alan adı korsanlığında, alan adı kullanım amacıyla değil esasen satış amacıyla alınmakta olup, bu durumun bir kötü niyetli alan adı tescil örneği olduğu kabul edilmektedir²⁹⁹.

Alan adı korsanlığının bir diğer görünüm şekli de ticari isimlerin yazım yanlışlarını öngörerek “*typosquatting*” yöntemi ile alan adının tescil edilmesidir. Bu görünüş biçiminde marka, ticari unvan, işletme adı vb. tanıtıcı ticari isimlerin yanlış görünümleri

Adının (Domain Name) Hukuki Niteliği ve Marka Hakkı Üzerindeki Etkisi”, (Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2006), 18.

²⁹⁴ Güloğlu, 28; Dal, 484; Oğuz, Değerlendirme, 16; Oğuz, 151-160; Özen, 80; Özdilek, 131.

²⁹⁵ Nomer, 399; Soysal, Alan Adları, 314. “*İlk gelen alır*” ilkesinin uygulandığı serbest tescil sisteminde, yapılan başvuru üzerine tescil kurumu tarafından teknik kontrol yapılır. Daha önce başkası tarafından tescil ettirilmemiş olan alan adları, hak sahipliğine ilişkin herhangi bir araştırma yapılmaksızın tescil edilir. Serbest tescil sistemi ve diğer sistemler ile uyuşmazlık çözüm yöntemlerine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Oğuz, 93 vd.

²⁹⁶ Okan, Ağ Reklamları, 95; İslamoğlu, 69; Özen, 84; Gürsel Öngören, *İnternet Hukuku*, (İstanbul: Öngören Hukuk Yayınları, 2006), 181.

²⁹⁷ Özdilek, 137; Okan, Ağ Reklamları, 95; Soydemir, 163.

²⁹⁸ Akın, 81; Okan, 95; Öztürk 93; Özen, 84.

²⁹⁹ Özen, 85; Esra Gültekiner, “Bilişim Hukuku ve Alan Adları”, *İstanbul Barosu Dergisi*, 87/2 (2013): 454; Soydemir, 163.

tescil edilerek yazım yanlışını yapan ya da farklılığı ayırt edemeyen kullanıcılara ulaşan alan adı sahibi hem site trafiğini hareketlendirerek hem reklam görüntülenmelerini bu yolla daha çok arttırarak hem de kullanıcıları yanıltarak haksız kazanç elde edebilmektedir³⁰⁰.

Alan adı korsanlığının en sık rastlanan örneği ise, başkasına ait marka, ticaret unvanı, işletme adı vb. tanıtma araçlarının alan adı olarak kullanılması halinde ortaya çıkmaktadır³⁰¹.

Uluslararası alanda çıkan uyuşmazlıklara bakıldığında, örneğin WIPO³⁰² kararlarında marka sahibi olmayan üçüncü kişiler tarafından alınan “www.addidas.com” alan adının marka sahibine transferine ilişkin uyuşmazlıkta³⁰³ olduğu gibi markanın, “Red Bull” markasının sahibi olmayan kişiler tarafından “www.redbulls.net” alan adının olarak tescil ettirilmesine ilişkin uyuşmazlıkta³⁰⁴ olduğu gibi markaya bir harf eklenmesi ya da çıkarılması suretiyle oluşturulan ifadenin alan adı olarak alındığı durumlarda alan adının marka sahibine transfer edilmesine yönelik kararlar verildiği görülmektedir. Yine “gamebookers” markasının sahibi olmayan üçüncü kişiler tarafından markanın telaffuzu olan “gamebukers.com” ifadesinin alan adı olarak alındığı uyuşmazlıkta³⁰⁵ da markanın telaffuzu niteliğinde olan alan adının marka sahibine transfer edilmesine hükmedilmiştir³⁰⁶.

³⁰⁰ Özen, 87; Akın, 85; Berkay Kırcı, *Markanın İnternet Yoluyla Haksız Kullanımı*, (Ankara: Turhan Kitabevi, 2009), 80; Bozkurt Yüksel, 101; Nomer, 401, Yasaman, *İnternette Marka*, 171; Abdulkadir Gül, “İnternet Alan Adları Uyuşmazlıkları Alternatif Çözüm Mekanizmasında Dünya Uygulamalarının İncelenmesi ve Türkiye İçin Öneriler”, (Bilişim Uzmanlığı Tezi, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2015), 27.

³⁰¹ Okan, Ağ Reklamları, 96; İslamoğlu, 68; Özen, 84; Can ve Memiş, 10; Bıdık 51; Güloğlu, 34; Soydemir, 165-169; Sarıöz, Alan Adı, 634 vd.

³⁰² WIPO, uluslararası alanda alan adı uyuşmazlıklarının çözümünde en çok tercih edilen kurumlardan birisidir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Tamer Soysal, “İnternet Alan Adları Sistemi ve Tahkim Kuruluşlarının UDRP Kurallarına Göre Verdikleri Kararlara Eleştirel Bir Yaklaşım 1”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1/21 (2006): 501.

³⁰³ WIPO Arbitration and Mediation Center, 14.05.2002 tarih ve D2002-0107 numaralı kararı, <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0107.html>, E.T: 14.01.2024, (Akın, 84’ten naklen).

³⁰⁴ WIPO Arbitration and Mediation Center, 11.06.2002 tarih ve D2002-0185 numaralı kararı, <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0185.html>, E.T: 14.01.2024, (Akın, 84’ten naklen).

³⁰⁵ WIPO Arbitration and Mediation Center, 14.11.2008 tarih ve D2008-1275 numaralı kararı, <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-1275.html>, E.T: 14.01.2024, (Akın, 84’ten naklen).

³⁰⁶ Akın, 84; İslamoğlu, 68.

Facebook Inc. tarafından Amerika’da açılan davada ise, davacıya ait facebook.com alan adının “typosquatting” yöntemi ile değiştirilerek “facebookk.com”, “faceboom.com”, “facefook.com” gibi alan adları olarak alınması sebebiyle davalıların karışıklığa neden olması, markanın itibarını zedelemesi ve davacının tanınmışlığından faydalanarak haksız ekonomik menfaat elde ettiği gerekçeleri ile kabul kararı verilmiştir³⁰⁷.

Hukukumuzda ise, SMK m. 7/3-d bendinin “İşareti kullanan kişinin, işaretin kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bağlantısı olmaması şartıyla işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük ya da benzeri biçimlerde kullanılması”nın marka hakkı sahibince yasaklanabilmesi imkânı tanınmıştır.

Yargı kararlarına bakıldığında ise, Akbank tarafından “Akbank.net” alan adını alan ve sitede alan adının kullanılmayarak bir yıllık kiraya vereceğini duyuran davalıya karşı açılan davada mahkeme, davalının iyiniyetli olmadığı ve davacının tanınmışlığından yararlanmak düşüncesiyle hareket ettiği gerekçesiyle davanın kabulü ile tazminata hükmetmiştir³⁰⁸. Davacı tarafından ayrıca WIPO nezdinde alan adının kendi üzerine geçirilmesine ilişkin yapılan başvuru da kabul edilmiştir³⁰⁹.

Yargıtay 11. H.D 2007/7220 E. 2008/9135 K. sayılı kararına konu olayda, davacı kendisinin “Erkoç Mühendislik-Erol Koç” ticaret unvanının ve “şekil” ve “erkoç” markalarının sahibi olduğu, davalının ise “www.erkocmuh.info” ve “www.erkocmuhendislik.com” alan adları ile ticari faaliyetler yürüttüğü somut olayda; alan adlarının tüketicinin yanıltılmasına neden olarak marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet teşkil ettiğini ileri sürmüştür. İlk derece mahkemesi ise “Mahkemece, toplanan kanıtlar ve bilirkişi raporu doğrultusunda, davanın kabulüne, davalının davacının tescilli ticaret unvanı ve markaları ile iltibas yaratacak biçimde www.erkocmuh.info ve www.e.com ibareli alan adları altında web sayfaları oluşturma ve ticari faaliyette

³⁰⁷ US District Court of Northern District of California. Facebook Inc. v. Banana Ads LLC, 19.04.2013 tarih ve 11-CV-03619 numaralı kararı, (Yasaman, İnternette Marka, 171).

³⁰⁸ İstanbul 1. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesinin 16.11.2005 tarihli ve 2005/221 E., 2005/274 K. nolu kararı, (Soysal, Alan Adları, 864-866).

³⁰⁹ WIPO Arbitration and Mediation Center, 01.03.2002 tarih ve D2001-1489 numaralı kararı, <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2001/d2001-1489.html>, E.T: 14.12.2024, (Soysal, Alan Adları, 864-866).

bulunma eylemlerinin haksız rekabet ve marka hakkına tecavüz yarattığından, bu şekilde yarattığı haksız rekabetinin ve marka hakkına tecavüzünün durdurulmasına ve men'ine, manevi tazminatın davalıdan tahsiline..." hükmetmiş, karar Yargıtay tarafından onanmıştır³¹⁰.

Bir diğer Yargıtay kararında ise, davacı adına tescilli "Babylon" markasının davalıya ait tanıtım broşürlerinde, "www.gardenbabylon.com" web sitesinde, kartvizitlerde ve "Babilon Hotel A.Ş." ticaret unvanında esas unsur olarak kullanımına ilişkin olarak; "davalı Babilon Hotel A.Ş. ticaret unvanının esas unsurunun davaya konu markaya ilişkin olduğu ve bu haliyle ticaret sicilinden terkininin gerektiği gerekçesiyle, davanın kabulü ile davalıların marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet oluşturan eylemlerinin önlenmesine, maddi sonuçlarının ortadan kaldırılmasına, www.gardenbabylon.com isimli internet alan adının ve babylon ibaresini içeren elektronik posta adresinden babylon ibaresinin çıkartılmasına, davalı Babilon Hotel A.Ş.'nin ticaret unvanından Babilon ibaresinin çıkartılması suretiyle marka hakkına tecavüzün önlenmesine, davacı tarafça talep edilen ihtiyati tedbir talebinin kabulü ile davaya konu ibarenin davalılar tarafından kullanılmasının önlenmesine" yönelik ilk derece mahkemesi kararı onanmıştır³¹¹.

"Emir İthalat İhracat LTD ŞTİ" ticaret unvanlı davalının "Ekrem Narin İthalat İhracat LTD ŞTİ" ticaret unvanlı davacının esas unsurunun "ekremnarin.com" şeklinde alan adı olarak kullanımına ilişkin olarak haksız rekabetin tespiti ile önlenmesini ve maddi ve manevi tazminata hükmedilmesini talep ettiği uyuşmazlıkta, ilk derece mahkemesi tarafından "davalının eyleminin haksız rekabet teşkil ettiğinin kabulüyle birlikte davacının maddi zararının bulunmadığı gerekçesi ile maddi tazminat isteminin reddine" karar verilmiştir. Yargıtay tarafından ise, "davalının eyleminin haksız rekabet oluşturduğu yönündeki değerlendirme isabetli olmakla birlikte, bu durumun davacı açısından maddi kayba yol açacağı kuşkusuzdur... Bu bağlamda, davacı lehine BK'nun 42. maddesi hükmü, uyarınca bir miktar maddi tazminata hükmetmek yerine bu kalem

³¹⁰ Yargıtay 11. HD. 2007/7220 E. 2008/9135 K. ve 07.07.2008 tarihli kararı, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 25.06.2024; Merve Ayşegül Kulular İbrahim, "Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması: Türkiye, ABD ve Avusturalya Örnekleri", *Bilişim Hukuku Dergisi*, 1/1 (2019): 108.

³¹¹ Yargıtay 11. HD, 2013/12337 E., 2013/20651 K. ve 15.11.2013 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T:14.12.2024, (Güloğlu, 34).

tazminat isteminin kanıtlanamadığı gerekçesiyle reddine karar verilmesi doğru görülmemiştir.” denilmiştir³¹².

Görüldüğü üzere bir hakka dayanarak ya da haklı olarak kullanılan marka, ticaret unvanı, işletme adı gibi tanıtma araçlarının üçüncü kişiler tarafından alan adı olarak tescil ettirilmesi, hem ilgili mevzuat hükümlerine göre yaptırıma tabi olacak, hem de haksız rekabet hükümleri uygulanacaktır³¹³.

Marka, ticaret unvanı, işletme adı vb. ayırt edici ad ve işaretlerin alan adı olarak kullanımına ilişkin çıkabilecek bir diğer uyumsuzluk, aynı ifadeyi marka, ticaret unvanı, işletme adı vb. ayırt edici ad ve işaretlerini kullananlardan hangisinin alan adını kullanabileceğine ilişkindir.

Yukarıda ifade edildiği üzere marka, işletme adı, ticaret unvanı gibi ayırt edici ad ve işaretler üçüncü kişiler tarafından alan adı olarak tescil edilmesi halinde üstün veya öncelikli hak söz konusu olacağından, alan adının kullanımına ilişkin uyumsuzluklar “*ilk gelen alır*” prensibine göre değil “*öncelikli hak*” prensibine göre değerlendirilmelidir. Her iki tarafın bu tür bir öncelikli hakkın söz konusu olması halinde ise, hukukumuzda ayırt edici ad ve işaretlerin birbirine üstünlüğü kabul edilmediğinden, somut olaya göre öncelikle TTK m. 55/1-a-4 anlamında karıştırmaya yol açıp açmadığı, TTK m. 55/1-a-2 anlamında gerçek dışı ve/veya yanıltıcı beyan teşkil edip etmediği ya da genel anlamda TTK m. 54/2 uyarınca haksız rekabet teşkil edip etmediği değerlendirilmelidir³¹⁴. Bunların söz konusu olmaması halinde ise, haksız rekabet hukukunda engellenmek istenen hususun başkasının emek, zaman ve para harcayarak elde etmiş olduğu ününden ve itibarından haksız menfaat sağlanması, dürüst rekabet ortamının bozulması olduğu da göz önünde bulundurulduğunda, adeta “*İlk gelen alır*” prensibinin istisnası olan öncelik hakkı prensibinin de istisnası ile ana kurala dönülerek, “*İlk gelen alır*” prensibine göre karar verilmelidir³¹⁵.

³¹² Yargıtay 11. HD. 2010/9780 E., 2012/1361 K. ve 06.02.2012 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T:14.12.2024, (Soysal, Alan Adları, 941).

³¹³ Okan, Ağ Reklamları; 101; Akın, 87.

³¹⁴ Özen, 91; Nomer, 413; Karayalçın, 460; Tekin Memiş, “Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar”, *Bilişim Toplumu Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu 2001*, (Ankara: Türkiye Bilişim Derneği, 2001): 211.

³¹⁵ Nomer, 414; Sarıöz, 640; Yasaman, İnternette Marka, 158.

Alan adı kullanımı ile gündeme gelebilecek bir diğer haksız rekabet hali, cins veya meslek isimlerinin kullanımıdır. Alan adlarının tahsisinde “İlk gelen alır” prensibi geçerli olduğu için, cins veya meslek isimlerinin tahsisi için ilk başvuru yapan kişi alan adını tescil ettirebilecektir. Ancak bu durumda alan adı yalnızca bir kez alınabildiği için alan adı sahibi, üstün bir hakkı ya da emeği olmaksızın diğer rakiplerinin önüne geçeceği, kullanıcıların öncelikli tercihi olabileceği ve rakipleri karşısında haksız bir üstünlük sağlayacağı kabul edilmektedir³¹⁶.

Ancak burada, yalnızca cins veya meslek adının alan adı olarak kullanılmış olmasının haksız rekabet teşkil etmeyeceği, bunun yanında alan adı sahibinin müşterilerin piyasadaki diğer ürünlere ulaşmasını engellemesi, aynı ismin farklı görünümelerini de kendi adına tescil ettirerek bir monopol yaratması ve böylece internet kullanıcısının objektif değerlendirme yapmasını engelleyerek haksız bir üstünlük sağlaması halinde haksız rekabetin söz konusu olacağı kabul edilmektedir³¹⁷.

Alan adı kullanımı ile gündeme gelebilecek haksız rekabet hallerinden biri de marka, ticaret unvanı gibi ayırt edici ad ve işaretlerin alan adında kötülendiği durumlardır. Örneğin davacının “haksız rekabete sebebiyet veren ve TMK'nın 24. maddesi anlamında kişilik haklarına saldıran www.aveadansikayetciyim.com adresli bir internet sitesinin varlığının tespit edildiğini, internet sitesinde itibarına ve markalarına zarar veren ifadeler kullanıldığını ileri sürerek internet sitesinin içeriğinin yayınının durdurulması/engellenmesi anlamında söz konusu siteye erişimin tedbiren engellenmesi amacıyla ihtiyati tedbir kararı verilmesini” talep ettiği uyuşmazlıkta Yargıtay, erişimin engellenmesi yönünde karar verilmesi gerektiğine hükmetmiştir³¹⁸.

Yine “yurticikargomagdurlari.com” alan adının kullanımı sebebiyle çıkan uyuşmazlıkta³¹⁹, mahkemece “internet sitesi alan adında geçen ‘yurticikargomagdurlari’ ibaresi, davacı yönünden toplumda negatif bir çağrışım

³¹⁶ Can ve Memiş, 11; Tekin Memiş, “İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar”, *Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi*, 4/1-2 (2000): 467; Sarıöz, 637; Güloğlu, 33; Bıdık, 51; Bozkurt Yüksel, 101.

³¹⁷ Budak, 59; Özen, 105; Güven, 110.

³¹⁸ Yargıtay 11.HD. 2013/1854 E., 2013/3274 K. ve 25.02.2013 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 20.01.2024, (Güloğlu, 34).

³¹⁹ Yargıtay 11. HD. 2013/15738 E., 2014/5119 K. ve 17.03.2014 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 16.01.2024.

meydana getirdiği, böyle bir alan adı kullanımının davacıyı küçük düşüreceği ve ticari itibarını zedeleyeceğinin açık olduğu, davalının bu eyleminin, TTK'nın 55/1-a-1 maddesi anlamında bir haksız rekabet teşkil ettiği” gerekçesiyle davanın kabulüne karar verilmiştir. Yargıtay tarafından karar hukuka uygun bulunarak onanmakla birlikte kararın karşı oyunda web sitesinin davacının işçi-işveren ilişkilerinden kaynaklanan şikâyet ve eleştirilerin yer aldığı bir ortam olduğu, mahkemece kötü niyetli olarak ve sırf davacıya zarar vermek amacıyla alan adının kullanıldığı yönünde bir kabul olmadığı da göz önünde bulundurulduğunda yalnızca "yurtiçikargomagdurları" ifadesini içeren alan adı kullanımının tek başına haksız rekabet olarak kabul edilemeyeceği, bu sebeple ifade ve eleştiri özgürlüğüne engel olacak şekilde web sitesine erişimin durdurulması suretiyle haksız rekabetin önlenmesi ve tazminata hükmedilmesine ilişkin kararın isabetli olmadığı belirtilmiştir. Kanaatimizce de esasen kötüleme amacı taşımayan alan adının yalnızca toplumda negatif bir çağrışım meydana getirdiği gerekçesiyle haksız rekabet teşkil etmeyeceği yönündeki karşıoy isabetlidir³²⁰.

Yukarıda izah edildiği üzere farklı görünümleri olan alan adı korsancılığının, somut olaya göre TTK m. 55/1-a-4 uyarınca karıştırmaya yol açan önlemler alma yoluyla, TTK m. 55/1-a-2 hükmüne göre gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla ya da başkasına ait olan ayırt edici ad ve işaretlerini alan adı olarak tescil ettirip site içeriğinde kötüleyen beyanların bulunması halinde TTK m. 55/1-a-1'e göre başkalarını veya onların mallarını, iş ürünlerini, fiyatlarını, faaliyetlerini veya ticari işlerini yanlış, yanıltıcı veya gereksiz yere incitici açıklamalarla kötüleme yoluyla haksız rekabet söz konusu olabilecektir³²¹. Öte yandan, yukarıda belirtilenler yalnızca alan adı kullanımı ile haksız rekabetin gündeme geldiği örnekler olup, bu verilen örnekler dışında yanıltıcı şekilde alan adı kullanımı³²², halihazırda tescilli alan adının ele geçirilerek başkasına transfer edilmesi olarak da bilinen alan adı casusluğu³²³ ve sayılmayan ya da sonradan meydana çıkabilecek başka örneklerle de alan adı kullanımı ile haksız rekabet söz konusu olabilecektir.

³²⁰ Aynı yönde Budak, 100.

³²¹ Kaplan, 69 vd.; Okan, Ağ Reklamları, 95; Özen, 84.

³²² Budak, 57; Özen, 105.

³²³ Akın, 85; Zeliha Karaman, İnternet Alan Adı Uyuşmazlıkları ve Çözüm Yolları: Karşılaştırmalı Bir Analiz, (Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, 2016), 31.

Ayrıca belirtmelidir ki, bu hallerden hiçbirinin söz konusu olmaması ihtimalinde dahi, başkasına ait marka, ticaret unvanı, işletme adı gibi tanıtıcı araçların alan adı olarak tescili halinde hak sahibi alan adını kullanamayacağından burada rakibin engellenmesi TTK m. 54/2 uyarınca haksız rekabet teşkil edebilecektir³²⁴.

2.9. Web Siteleri Yoluyla Haksız Rekabet

Web sayfaları, ses, grafik, resim ile metin verilerinden ve başka sayfalara verilen linklerden oluşur. Kaynak kodları HTML dili ile yazılan bu sayfalara URL ile ulaşılır. Web sitesi ise bu sayfaların aynı alan adı altında katmanlı ve birbiriyle bağlantılı olarak klasörlenmiş bir bütününden oluşur³²⁵.

Web sitelerinin hukuki niteliği, farklı unsurlardan oluşan yapısı nedeniyle tartışmalıdır. Tartışmalar, web sitesini oluşturan unsurlar ile web sitesinin bir bütün kabul edilerek mi belirleneceği yoksa ise web sitesini oluşturan unsurların her biri bağımsız kabul edilerek mi belirleneceği noktasında toplanmaktadır³²⁶. Zira bu belirleme, web sitelerinin FSEK³²⁷ hükümlerine göre korunması bakımından önem arz etmektedir.

FSEK m. 1 B/1-a uyarınca eser, “*sahibinin hususiyetini taşıyan ve ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri olarak sayılan her nevi fikir ve sanat mahsullerini*” ifade etmektedir. Dolayısıyla bir ürünün eser olabilmesi için subjektif şart olarak da isimlendirilen sahibinin hususiyetini taşıma şartı ve şekli şart olarak da isimlendirilen kanunda sayılan ilim ve edebiyat eseri, müzik eseri, güzel sanat eseri ya da sinema eseri kategorilerinden birisine dâhil olma şartlarının her ikisinin birlikte gerçekleşmesi gerekir. Ayrıca bir ürünün tasarruf edilebilir ve üçüncü kişilerce algılanabilir olması, eser olarak kabul edilebilmesi için objektif şart olarak aranır³²⁸.

³²⁴ Kaplan, 73; Sarıöz, Alan Adı, 636.

³²⁵ Akın, 89; Elif Gamze Kartal, “Web Sayfalarının Hukuki Açısından Korunması”, (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2007), 3; Özdilek, 73; Yağmur Yollu “İnternet Sitelerinin Korunması”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2019), 7-8; Fahrettin Erdiç, *Yeni Başlayanlar İçin HTML 5 & CSS3 & Javascript ile Web Programlama*, (İstanbul: Abaküs Kitap, 2022), 1-4.

³²⁶ Kartal, 7; Akın, 89; Yollu, 40 vd.

³²⁷ 13.12.1951 tarih ve 7981 sayılı Resmî Gazete.

³²⁸ Suluk ve Karasu ve Nal, 42 vd.; Tekinalp, 103; Kaplan, 98; Akın, 89; Mustafa Ateş, *Fikir ve Sanat Eserleri Üzerindeki Hakların Kapsamı ve Sınırlandırılması*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2003), 56 vd.; Şafak Erel, *Türk Fikir ve Sanat Hukuku*, (Ankara: İmaj Yayıncılık, 1998), 32; Kartal, 7 vd.

Web sitesinin içeriğini oluşturan unsurlar, belirtilen koşulları taşıdığı takdirde FSEK kapsamında eser olarak korunacaktır³²⁹. Web sitesi ise, diğer eserler gibi emek ve zaman harcanan bir ürün olduğundan eser olarak korunmalıdır³³⁰. Ancak bir diğer görüşe göre, web sitesi koşul olarak aranan eser türlerinden birine girmemekte, FSEK m. 1 B/1-d’de *“özgün eser üzerindeki haklar saklı kalmak kaydıyla, ansiklopediler ve antolojiler gibi muhtevası seçme ve düzenlemelerden oluşan ve bir düşünce yaratıcılığı sonucu olan eseri”* ifade eden multimedya eser kapsamına girmekte ve dolayısıyla da eser olma koşullarını taşımamaktadır³³¹.

Kanaatimizce de diğer eserler gibi emek ve zaman harcanan bir ürün olduğundan web sitelerinin eser olarak korunması gerektiği görüşü isabetlidir. Öte yandan, web sitelerinin eser olarak kabul edilmemesi ihtimalinde ve/veya web sitesinin eser olmayan işaret, resim, ses, fotoğraf gibi unsurlarının üçüncü kişilerce kullanımı halinde FSEK m. 84 hükmü uygulanabilecektir³³².

FSEK m. 84 uyarınca, *“Bir işareti, resim veya sesi, bunları nakle yarayan bir alet üzerine tesbit eden veya ticari maksatlarla haklı olarak çoğaltan yahut yayan kimse, aynı işaretin, resmin veya sesin 3. bir kişi tarafından aynı vasıttan faydalanılmak suretiyle çoğaltılmasını veya yayımlanmasını menedebilir. Tecavüz eden tacir olmasa bile birinci fıkra hükmüne aykırı hareket edenler hakkında haksız rekabete müteallik hükümler uygulanır. Eser mahiyetinde olmayan her nevi fotoğraflar, benzer usullerle tesbit edilen resimler ve sinema mahsulleri hakkında da bu madde hükmü uygulanır.”* Hüküm ile eser mahiyetinde olmaması sebebiyle FSEK kapsamında korunmayan; işaret, resim, ses, fotoğrafın üçüncü kişiler tarafından kullanımının haksız rekabet hükümleri çerçevesinde önlenilebileceği kabul edilmiştir. Bu kapsamda korumanın söz konusu olabilmesi için,

³²⁹ Kartal, 10; Tekinalp, 107; Veysel Başpınar ve Doğan Kocabey, *İnternette Fikri Hakların Korunması*, (Ankara, Yetkin Yayınevi, 2007), 95-96.

³³⁰ Kaplan, 106; Akın, 90; Tarık Mete Çanga, “Fikir ve Sanat Eserleri Üzerindeki Hakların Korunması”, (Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Uzmanlık Tezi, 2007), 32.; İslamoğlu, 85; İlhami Güneş, *Uygulamada Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022), 370-371; Eroğlu, 217.

³³¹ Kartal, 17-18.

³³² Kaplan, 101.

işaret, resim, ses, fotoğrafın üçüncü kişiler tarafından ayniyet arz eden kullanım gerekmektedir³³³.

Ayrıca web sitelerinin FSEK kapsamında korunmasından bağımsız olarak, koşulları bulunduğu haksız rekabet hükümleri çerçevesinde korunması da mümkün olacaktır. Zira internet ortamında meydana gelen uyuşmazlıklardan biri de web sitelerinin kullanımı ile haksız rekabetin gündeme geldiği hallerdir³³⁴.

Web siteleri aracılığıyla pek çok farklı haksız rekabet hali gündeme gelebilecektir. Nitekim, yukarıda anlatılan haksız rekabet hallerinin bir kısmı da link verme, reklam bantları, yönlendirici kod gibi imkanların kullanımıyla web siteleri aracılığıyla meydana gelmektedir. Yukarıda verilen spesifik örnekler dışında, bu başlık altında da bazı örneklerle yer verilecektir.

Web sitesi aracılığıyla haksız rekabetin söz konusu olabileceği hallerden ilki, web sitesinde yer alan açıklamaların haksız rekabeti gündeme getirmesidir. Bu durum kötüleyici beyanlarla meydana gelebileceği gibi, yanlış ya da yanıltıcı beyanlarla da söz konusu olabilecektir³³⁵.

Görsel basında ve medyada ortaya çıkan ve zehirli olarak adlandırılan ayakkabıların fotoğraflarını *"Deichmann'dan ayakkabı alanların sonu budur. Herkesi Türkiye'de üretilen ayakkabıları almaya davet ediyoruz"* şeklinde gerçeği yansıtmayan açıklamalarla davalı tarafından sosyal paylaşım sitesinde paylaşılması sebebiyle haksız rekabet teşkil ettiği iddiasına ilişkin görülen uyuşmazlıkta ilk derece mahkemesinin *"davalının görsel etkiden de yararlanmak sureti ile bu haberin içeriğinin doğruluğunu hiçbir şekilde*

³³³ Poroy ve Yasaman, 449; Tekinalp, 288; Erdil, 227. Ayrıntılı bilgi için bkz. Güneş, Fikir ve Sanat Eserleri, 387 vd. Ayrıca belirtilmelidir ki, bu madde uyarınca haksız rekabet farklı şekillerde gündeme gelebilir. Örneğin kullanım TTK m. 54 hükmü uyarınca haksız rekabet teşkil edebileceği gibi, gereksiz yere rakibin tanınırlığından ya da iş ürünlerinden yetkisiz olarak yararlanacak şekilde gerçekleştirilebilir. Aynı yönde Yargıtay, 11. HD. 2009/4380 E., 2011/2851 K. ve 17.03.2011 tarihli kararı, Yargıtay, 11. HD. 2021/1955 E., 2022/4032 K. ve 25.05.2022 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 23.08.2024.

³³⁴ Kaplan, 96; Akın, 88; İslamoğlu, 85; Yollu, 56-57.

³³⁵ Can ve Memiş, 16-17; Bıdık, 56; Memiş, İnternet ve Hukuk, 127; Seda Kelekçi, "Kötüleme Yoluyla Haksız Rekabet", (Yüksek Lisans Tezi, Altınbaş Üniversitesi, 2019), 49; Güloğlu, 42.

*araştırmaksızın davacı tüzel kişi tacire karşı onun iş ve ürünleri hakkında yanlış ve yanıltıcı haberler yaptığı ve bu suretle haksız rekabet içerisine girdiği” gerekçesiyle davanın kabulüne ilişkin ilk derece mahkemesi kararı hukuka uygun bulunarak onanmıştır*³³⁶.

Web sitesi içeriğinde kötüleyici açıklamalara yer verilerek haksız rekabet meydana getirilmesinin özel bir görünümü, şikâyet siteleridir. Zira şikâyet sitelerinde kullanıcılar tarafından satın alınan ürün ya da hizmetlere ilişkin marka, ticaret unvanı vb. isim de verilerek şikâyet ve yorumlar paylaşılmaktadır. Bu yorumların gerçeği yansıtmaması sebebiyle kötüleme teşkil etmesi ya da kendisini ya da üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirerek haksız rekabet teşkil etmesi mümkündür. Özellikle bu sitelerin, yorum yapan kullanıcıların gerçek bir kişi olup olmadığını ve ürün ya da hizmeti gerçekten satın alıp almadığını teyit etmeyen yapısı, özellikle şikâyetlere cevap verme imkanını işletmelere tanımakla birlikte; ücretli üye olan işletmelere farklı olarak şikâyetleri önceden görme, daha hızlı bir şekilde çözüme kavuşturma ve hatta görüşlerini alarak şikâyeti yayınlamama imkânı sunan yapısı sebebiyle zaman zaman haksız rekabet iddiaları gündeme gelmiştir³³⁷.

Bazı yargı kararlarında şikâyet sitelerinin yalnızca yer sağlayıcı olduğu³³⁸ ve dolayısıyla da içeriği denetleme veya hukuka aykırı bir faaliyetin olup olmadığını denetleme yükümlülüklerinin olmadığına yönelik kararlar verilmişse³³⁹ de esasen şikâyetleri denetleyen, üyelerine kontrol ettiren ve yayınlamama inisiyatifi elinde tutan şikâyet sitelerinin de şikâyetinde bulunan kullanıcının yanında sorumlu olabileceği doktrinde kabul edilmektedir³⁴⁰.

³³⁶ Yargıtay 11. HD. 2016/5129 E., 2017/7334 K. ve 18.12.2017 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 20.01.2024, (Özen, 52).

³³⁷ Hamdi Pınar, “Haksız Rekabet ve Marka Hukuku Açısından Dijital Ekonominin Yeni Bir İş Modeli: Şikâyet Siteleri”, *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 36/ 2 (2020): 121-161, 131; Alican Çalışkan, “Şikâyet Platformlarının Faaliyetlerinin Haksız Rekabet Çerçevesinde Değerlendirilmesi”, *KHAS Hukuk Bülteni 2021-2022 Akademik Yılı Derlemesi*, Ed. Başak Baysal ve Nilay Arat ve Ahmet Abut ve Doğukan Bingöl ve Alican Çalışkan, (İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2022): 131.

³³⁸ Yer sağlayıcı kavramına ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. sayfa 124.

³³⁹ Yargıtay 11. HD. 2016/14151 E., 2018/5088 K. ve 10.09.2018 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 20.01.2024, (Çalışkan, 125).

³⁴⁰ Çalışkan, 130; Pınar, 133.

Ayrıca şikâyet sitelerindeki yorum ve şikâyetlerin haksız rekabet teşkil edip etmeyeceği ifade özgürlüğü yönünden de tartışılmış ve zaman zaman ifade özgürlüğü çerçevesinde kaldığı gerekçesiyle haksız rekabete ilişkin talepler reddedilmiştir³⁴¹. Ancak şikâyet ya da yorumun ifade özgürlüğü kapsamında kalıp kalmadığı somut olaya göre belirlenmeli, yanlış, yanıltıcı ya da veya gereksiz yere incitici beyanların TTK m. 55/1-a uyarınca; gerçek dışı veya yanıltıcı beyanların üçüncü kişileri öne geçirici nitelikte olması halinde TTK m. 55/1-a-2’ye göre, ayrıca cevap verme imkânının ücrete bağlı üyeliğe bağlanması ya da üye olan işletmeler ile üye olanlar arasında farklı uygulamaların bulunmasının TTK m. 54/2 uyarınca haksız rekabet teşkil edebileceği gözetilmelidir³⁴².

Nitekim, Reklam Kurulu'nun 2019 yılında vermiş olduğu bir kararda³⁴³ da ücretli üyeliği olan firmaların şikâyetler yayınlanmadan önce denetleyebildikleri, sitelerin faaliyetlerinin yer sağlayıcı olarak kabul edilmesi ve ilgili şikâyetlerin de anayasal bir hak olarak fikir özgürlüğü kapsamında ve şikâyet hakkının kullanılması olarak görülmesi gerektiği hususuyla ilgili bazı Yargıtay kararlarının ispat sebebiyle veya şikâyet, eleştiri ve ifade özgürlüğü hakkının Anayasal haklardan sayıldığı, bazı Yargıtay kararlarında ise haksız rekabetin varlığının kabul edildiği, bazı kararlarında ise ispat sebebiyle veya şikâyet, eleştiri ve ifade özgürlüğü hakkının Anayasal haklardan sayıldığı ve dolayısıyla yargı kararları arasında çelişki olduğu belirtilmiştir. Ayrıca üye olmaması sebebiyle hakkındaki şikâyetlere geç cevap veren/veremeyen firmaların ticari kazanç ve itibar kaybına uğradığı, söz konusu şikâyetlerin tüketiciler üzerinde olumsuz etkide bulunulduğu, kötüleyici nitelikteki açıklama ve yorumlara izin vermek, muhatap firmanın cevap hakkını kullanmasını online üyeliğe mecbur bırakarak yaptırmak suretiyle uygulanan eylemin online üye olmayan firmalar aleyhine haksız rekabete neden olduğu tespitleri yapılmıştır.

³⁴¹ Ufuk Tekin ve İbrahim Bektaş, “Yargıtay Kararları”, *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 34/4 (2018): 390. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2022/1013 E., 2023/4109 K. ve 04.07.2023 tarihli kararı, “...Dava konusu web sitesindeki içeriklerde tüketicilerin almış oldukları hizmetler ile ilgili karşılaştıkları olumsuzlukları ve sorunları belirttikleri, bu durumun ifade özgürlüğü kapsamında olduğu”, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 20.01.2024.

³⁴² Doktrinde Pınar ise, şikâyet sitelerinde yorumların kullanıcılar tarafından yapıldığı, sitenin kendisi için ise bu yorumların ifade özgürlüğü değil teşebbüs kurma hakkı kapsamında kaldığını belirtmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Pınar, 147; Yusufoglu, Eleştiri Hakkı, 854.

³⁴³ Reklam Kurulu, 282 toplantı sayısı, 12.03.2019 tarih ve 2017/1332 nolu kararı, Çalışkan, 126.

Öte yandan, 01.02.2022 tarihinde Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde şikâyet siteleri bakımından bir takım ek yükümlülükler getirilmiştir. Değişiklik ile, değerlendirmelerin sadece ilgili mal veya hizmeti satın alanlar tarafından yapılmasına izin verilmesi, değerlendirmelerin gerekli incelemeler yapıldıktan sonra olumlu ya da olumsuz ayrımı yapılmaksızın objektif bir ölçüte göre yayınlanması, değerlendirme yapılan mal veya hizmet ile ilgili yaşanan tüketici mağduriyetinin satıcı veya sağlayıcı tarafından giderildiğinin tüketici ya da satıcı veya sağlayıcı tarafından bildirilmesi halinde bu durum, gerekli doğrulama yapıldıktan sonra ilk değerlendirmeyle aynı yerde gecikmesizin yayınlanması gibi ek yükümlülükler getirilerek iyileştirmeye gidilmiştir³⁴⁴.

Web sitesi yolu ile haksız rekabet teşkil edebilecek bir diğer hal, web sitesi içeriğinin bir diğer web sitesinde kullanılması halidir. Bir web sitesi içeriğinin karıştırılmaya yol açacak şekilde bir başka web sitesi içerisinde kullanılması TTK m. 55/1-a-4 uyarınca haksız rekabet teşkil edebilecektir³⁴⁵.

Davacının *“davalıya ait internet sayfası ile davacıya ait www.balifemarketing.com adresinde bulunan internet sayfası içeriklerinin aynı olduğunu, davalı tarafından davacının kullandığı web sayfası tasarımının bire bir isim değişikliği ile kullanıldığını, web sayfası görsellerinde kullanılan menü, mavi bulutlu ekran ve alan adında yer alan "UÇURUYOR" kelimesinin iltibasa yol açacak şekilde kopyalandığını, kampanya katılım koşullarının içerikleri karşılaştırıldığında sadece görsel olarak değil içerik olarak da davacının işinin içeriğinin kopyalandığının görüldüğünü”* iddia ettiği uyuşmazlıkta ilk derece mahkemesi kabul kararı vermiştir. Mahkeme gerekçesinde, *“davalının http://www.ipopucuruyor.com adresindeki web sitesinde yayınlanan görsellerin davacının kullandığı kampanyalardan alınıp kopyalandığı, davalı web sitesinin dava sırasında yapılan incelemede yayında olmadığı anlaşılmakla birlikte, vuku bulan bu haksız, hukuka aykırı fiilin işlenmesi, haksız fiilin tekrarlanması tehlikesi karşısında men*

³⁴⁴ Çalışkan, 120 vd.

³⁴⁵ Kaplan, 106; Akın, 92; İslamoğlu, 86.

kararı verilmesi koşullarının, TTK m. 55/1-a-4 uyarınca kapsamında haksız rekabetin mevcut olduğunu” belirtmiştir³⁴⁶.

Yargıtay 11. HD. tarafından incelenen bir uyuşmazlıkta ise, davacı vekili, “*müvekkilinin hazırladığı uyku ingilizce seti isimli çalışmasını kendisine internet sitesi üzerinde tanıttığını, müvekkiline ait web sitesinde yer alan video ve içeriklerin aleyhine tespit talep edilen tarafa ait <http://uyurkeningilizce.co/> internet sitesinde müvekkilinin izni dışında aynen kullanılmakta olduğunu, kullanılan bu videolarda müvekkilinin internet sitesine linkler verilerek aleyhine tespit talep edilen tarafça piyasaya sunulan ürünlerin müvekkiline ait olduğunu, müvekkili tarafından desteklendiği ya da taraflar arasında bağlantı bulunduğu şeklinde gerçeğe aykırı bir intiba oluşturulmakta olduğunu*” ileri sürmüştür. Davalının ise, davacının site içeriğinin eser niteliği taşımadığını ileri sürdüğü uyuşmazlıkta mahkemece davacıya ait uykuda ingilizce seti isimli çalışmanın eser niteliğinde olup, davalı tarafından web sitesi üzerinde izinsiz kullanımının mali haklara tecavüz ve ayrıca davacıya ait görüntülerin birebir kullanılmak suretiyle sanki taraflar arasında bir bağlantı varmış gibi izlenim yaratılmak suretiyle haksız rekabet yaratıldığı gerekçesiyle davanın kabulüne karar verilmiştir. Yargıtay tarafından, ilk derece mahkemesinin eser tespiti ve davalının kullanımının ihlal teşkil ettiği tespitleri isabetli bulunmuştur³⁴⁷.

2.10. Diğer Haller

Yukarıda da belirtildiği üzere, değinilen örnekler haksız rekabetin yalnızca yaygın görünüş biçimleridir. Dolayısıyla, yukarıda verilen örneklerden farklı haksız rekabet halleri söz konusu olabildiği gibi, gelişen teknoloji ve ticaretin getirdiği imkanlar ile internet ortamında yeni haksız rekabet halleri de ortaya çıkabilecektir.

Belirtilen örnekler dışında, internet ortamında pek çok haksız rekabet hali görülmektedir. Bu haksız rekabet hallerine örnek vermek gerekirse, ilk olarak TTK m. 55/1-e uyarınca iş şartlarına uymama yoluyla haksız rekabetin internet ortamında meydana gelmesi

³⁴⁶ İstanbul 11. Asliye Ticaret Mahkemesi, 2015/1064 E., 2018/521 K. ve 22.05.2018 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 20.03.2024, (Akın, 93).

³⁴⁷ Yargıtay 11. HD. 2016/9624 E., 2018/3138 K. ve 25.04.2018 tarihli kararı, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 20.01.2024.

sayılabilir. Zira internet ortamında da rekabet varlığını sürdürmekte, dürüstlük kuralına aykırı davranışlarla ve pek tabii olarak uyuşmazlıklarla karşılaşmaktadır. Çevrimiçi davranışsal reklamcılık³⁴⁸ uygulamalarının 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na³⁴⁹ aykırı olarak yürütülmesi³⁵⁰, Ticari Reklam ve Haksız Uygulamalar Yönetmeliği'ne aykırı reklamlar yapılması³⁵¹, internet ortamında mesleki reklam yasağını ihlal edici nitelikte reklamlar yapılması³⁵², avlanması yasak olan dönemde ilgili hayvanları avlayarak internet ortamında satışa sunmak³⁵³ gibi durumlar, bu bent uyarınca internet ortamında gerçekleşebilecek haksız rekabet hallerine örnek olarak verilebilir.

İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 13. HD.'nin incelediği bir uyuşmazlıkta, 2918 sayılı Karayolları Trafik Kanunu³⁵⁴ ve İBB Ulaşım Daire Başkanlığı Toplu Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü Taksi ve Taksi Dolmuş Taşımacılığı Yönergesine aykırı bir şekilde internet ve mobil uygulama üzerinden tüketicilere taksicilik hizmeti sağlanmasının TTK m. 55/1-e uyarınca haksız rekabet teşkil ettiğine karar verilmiştir³⁵⁵.

Reklam kurulu tarafından incelenen bir uyuşmazlıkta ise, “www.ankaravaris.com” adlı web sitesi ile Facebook ve Instagram isimli sosyal medya platformlarında varis tedavisi ile ilgili kullanıcı yorumlarının, bilgilendirme kapsamını aşarak reklam niteliği taşıdığı ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep artırıcı ve kuruluşu övücü nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaptığı tespit edilmiştir. Bu tür beyanların ise, sağlık hizmetleri ile ilgili mevzuata aykırı olması sebebiyle haksız rekabet teşkil ettiği belirtilerek reklam durdurma cezası verilmiştir³⁵⁶. Kararda her ne kadar hangi haksız rekabet halinin söz konusu olduğu belirtilmemişse de

³⁴⁸ Çevrimiçi davranışsal reklamcılık, kişilerin internet ortamındaki davranışlarının takip edilerek edinilen bilgilere göre kişiye özgü reklamların oluşturulma sürecidir. (Önay Doğan, 109 vd.)

³⁴⁹ 07.04.2016 tarih ve 29677 sayılı Resmî Gazete.

³⁵⁰ Akın, 94; Semih Sırrı Özdemir ve M. Zahid Doğanay, “Bir Mecra Olarak Sosyal Medyanın Reklam Hukuku Açısından Değerlendirilmesi”, *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, 13 (2019): 309; Abbasoğlu, 105.

³⁵¹ Akın, 93-94;

³⁵² Akın, 60; Budak, 69; Abbasoğlu, 106-108; Can ve Memiş, 18.

³⁵³ Öztürk, 104.

³⁵⁴ 18.10.1983 tarih ve 18195 sayılı Resmî Gazete.

³⁵⁵ İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 13. H.D., 2020/1717 E., 2020/1470 K. ve 11.12.2020 tarihli kararı, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 31.03.2024, (Akın, 94-95).

³⁵⁶ Reklam Kurulu 10.12.2019 tarih ve 2018/6572 toplantı sayılı, 2017/1194 numaralı kararı, <https://www.ticaret.gov.tr/tuketici/ticari-reklamlar/reklam-kurulu-kararlari>, E.T: 31.03.2024, (Abbasoğlu, 108).

hiç şüphesiz somut olayda söz konusu olan haksız rekabet hali TTK m. 55/1-e uyarınca iş şartlarına uymama halidir.

İnternet ortamında meydana gelebilecek haksız rekabet hallerinden bir diğeri TTK m. 55/1-f uyarınca dürüstlük kuralına aykırı işlem şartları kullanma yoluyla haksız rekabettir. Özellikle internet ortamında yapılan ticaretin genişleyen hacmiyle birlikte internet ortamında sözleşmelerin mesafeli olarak kurulması sebebiyle genel işlem koşullarının kullanımı da artmış, bu durum ise tüketiciye tartışma imkânı vermeyen, önceden diğer tarafça hazırlanmış genel işlem koşulları içeren sözleşmelerin gündeme gelmesine sebep olmuştur³⁵⁷.

İnternet ortamında aynı zamanda zararlı yazılımlar, ortalama (*phishing*) adlı siber saldırı yöntemi gibi yöntemler ile üretim ve iş sırlarının hukuka aykırı olarak elde edilmesi ve ifşası sebebiyle TTK m. 55/1-d uyarınca haksız rekabet de gündeme gelmektedir³⁵⁸. Bu yöntemde genellikle e posta kullanılmakla birlikte, bu yöntemin dışında üretim ve iş sırlarının web sitesinde ya da sosyal medya platformunda paylaşarak ifşa edilmesi halinde de TTK m. 55/1-d'ye göre haksız rekabet söz konusu olacaktır³⁵⁹.

İnternet ortamında karşılaşılan en yaygın haksız rekabet hallerinden bir diğeri ise, sosyal medyada karşılaşılan haksız rekabet halleridir. İnternetin yayılımının ve etkileşime imkân tanıyan yapısının kullanımının artmasıyla sosyal ağlar ortaya çıkmaya başlamış, zamanla bloglar, bilgi veri tabanı olarak ifade edilen wikiler, forumlar gibi mecraları da kapsayan sosyal medya kavramı ortaya çıkmıştır³⁶⁰. Günümüzde geldiği nokta itibarıyla ifade edilecek olursa sosyal medya için, kullanıcılarının içerik üretmesine, diğer kullanıcıların üretilen içeriğe erişmesine ve zaman zaman katkı sağlamasına; paylaşmasına imkân

³⁵⁷ Akın, 96; Öztürk, 103; İslamoğlu, 82; Hatice Gamze Keskin, “İnternet Ortamında Kurulan Sözleşmeler”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi, 2019), 160; Uzun Kazmacı, 2798; Aonghus McClafferty, “Effective Protection for The E-Consumer In Light of The Consumer Rights Directive?”, *Hibernian Law Journal*, Vol. 11 (2012): 90, https://07a6e75f442811d380d2e720fdbf18c26b54cdc4.vetisonline.com/HOL/Page?public=true&handle=hein.journals/hibl11&div=8&start_page=85&collection=journals&set_as_cursor=0&men_tab=srchresult_s, Heinoline Veri Tabanı, E.T: 01.04.2024.

³⁵⁸ Soydemir, 119 vd; İslamoğlu, 79.

³⁵⁹ İslamoğlu, 79; Armağan Ebru Bozkurt Yüksel, “Ticari Sırların Dijital Ortamda Korunması”, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 33 (2018): 155.

³⁶⁰ Abbasoğlu, 27; Özdemir ve Doğanay, 301; Nazlım Tüzel Uraltaş, L. Serah Bahadrlı, “Elektronik Perakendecilik ve Bir Reklam Mecrası Olarak Sosyal Ağ Siteleri”, *Sosyal Medya Akademi*, Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen, (İstanbul: Beya Yayınları, 2012), 41.

tanıyan, zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldıran internet tabanlı mecraların bütünü denilebilir³⁶¹.

Sosyal medya günlük hayatın ve dolayısıyla da ticaretin bir parçası haline gelmiş ve bu mecrada sosyal medya etkileyicileri aracılığı ile reklam yaparak geleneksel yöntemlere oranla daha ucuz, daha hızlı, hedeflenen kitleyi belirleyerek daha pratik reklam yapılabilmesi, aynı zamanda reklam yapılan kitlenin ve reklamların başarı oranının da kolayca analiz edilebilmesi gibi sebeplerle sosyal medya reklamları da ön plana çıkmaya başlamıştır³⁶².

Dolayısıyla da hayatın bir parçası haline gelen ve reklama elverişli yönü öne çıkmaya başlayan bu yeni mecrada, çeşitli haksız rekabet halleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu hallere verilebilecek ilk örnek, “influencer” olarak bilinen ve 5 Mayıs 2021 tarihli Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz’un³⁶³ m. 4-b’de “*Sosyal medya hesabı üzerinden kendisine veya reklam verene ait bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralanmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla pazarlama iletişiminde bulunan kişi*” olarak tanımlanan sosyal medya etkileyicileri aracılığı ile yapılan örtülü reklamlardır. Sosyal medya etkileyicileri tarafından reklam veren ile mevcut ticari ilişki gizlenerek, kişisel ürün tavsiyesi gibi gösterilerek yapılan reklamlar örtülü reklam teşkil edecek ve bu durum; tüketicinin, etkileyicinin açıklamasının kendi deneyimine

³⁶¹ Abbasoğlu, 25; Doğan, 15; İslamoğlu, 15 vd.; Özdemir ve Doğanay, 300-301; Andreas M. Kaplan ve Michael Haenlein, “Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media”, *Business Horizons*, Vol 53, Issue 5 (2010): 60, https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media, E.T: 13.04.2024; Jan H. Kietzmann ve Kristopher Hermkens ve Ian P. McCarthy ve Bruno S. Silvestre, “Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks Of Social Media”, *Business Horizons*, Vol. 54, Issue 3 (2011): 241-242, https://www.researchgate.net/publication/227413605_Social_Media_Get_Serious_Understanding_the_Functional_Building_Blocks_of_Social_Media, E.T: 13.04.2024; Mine Kaya, “Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali”, *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 119 (2015): 278-279.

³⁶² Abbasoğlu, 33; Uraltaş ve Bahadır, 43 vd.; Necmi Emel Dilmen, “Sosyal Medya Sosyal Paylaşım Ağlarının Reklam ve Pazarlama Disiplinleri İçerisinde Kullanımı”, *Sosyal Medya Akademi*, Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen, (İstanbul: Beta Yayınları, 2012), 135-136; Özdemir ve Doğanay, 300-301; Alperen Korkmaz, “Sosyal Medya Etkileyicilerinin Yaptığı Tanıtımların Örtülü Reklam Yasağı Bakımından Değerlendirilmesi”, *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 160 (2022): 182

³⁶³ Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilen Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz, <https://tuketici.ticaret.gov.tr/duyurular/sosyal-medya-etkileyicileri-tarafindan-yapilan-ticari-reklam-ve-haksiz-ticari-uyg>, E.T: 04.08.2024.

dayandığını düşünecek olması nedeniyle aynı zamanda yanıltıcı içeriği sebebiyle TTK m. 55/1-a-2 uyarınca gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla haksız rekabet teşkil edecektir³⁶⁴.

Bunun yanında örtülü reklamlar, reklamı yapılması yasak olan alkollü içki gibi bir ürün hakkında olması halinde TTK m. 55/1-e'e göre iş şartlarına uymama yoluyla haksız rekabeti³⁶⁵, dürüstlük kuralına aykırı olarak kötüleyici ya da gereksiz yere incitici açıklamalar TTK m. 55/1-a-1 uyarınca kötüleme yoluyla haksız rekabeti³⁶⁶, karşılaştırma içeren ve özellikle de muadil ürün önerisinde bulunulan açıklamalar da gereksiz yere rakibinin tanınmışlığından yararlanma teşkil eden mahiyeti sebebiyle TTK m. 55/1-a-5 uyarınca karşılaştırma yapma yoluyla haksız rekabeti³⁶⁷ gündeme getirecektir.

Reklam Kurulu'nun 09.03.2021 tarih ve 307 toplantı sayılı, 2021/723 numaralı kararında, bir sosyal medya etkileyicisinin "*Viral fotoğraf hilelerini test ettim 2*" başlıklı videosunda "*Huawei P40 pro*" marka cep telefonu ile çekildiği fotoğraflara ilişkin "*Normalde cep telefonuyla arkadaşlar bu tarz pozlar, bu tarz fotoğraflar çekmemiz pek mümkün değil ama Huawei p40 Pro'nun Pro modunda size "shutter" ayarı sunduğu için bu tarz fotoğraflar çekebiliyorsunuz.*", "*Çok karanlık bir ortamda çekim yapmak zorunda kaldık. Normalde bu tarz karanlık ortamlarda normal sıradan bir cep telefonu kamerasıyla çekim yapmak pek kolay olmuyor, hatta imkânsız oluyor. Fakat P40 Pro'nun düşük ışık moduyla gördüğünüz gibi bu tarz canlı, gayet net fotoğraflar çekebildik.*" gibi birçok özelliğinden bahsedilerek anılan markanın reklamının yapıldığı, ancak firmayla aranızda reklam anlaşması olduğu halde işbirliği yapıldığına dair videoda bilgilendirme yapılmadığı, böylece söz konusu video içeriğinin açıkça reklam olduğunun anlaşılmadığı, herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "*Huawei*" markasının örtülü reklamının

³⁶⁴ Abbasoğlu, 95 vd.; Bilge, 33; Özdemir ve Doğanay, 312; Korkmaz, 193; F. İtir Bingöl, "İnternet Ortamındaki Gizli Ticarî İletişime İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme", *Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 9/1 (2019): 109, https://07a6e75f442811d380d2e720fdbf18c26b54cdc4.vetisonline.com/HOL/Page?public=true&handle=hein.journals/jakdz9&div=8&start_page=107&collection=journals&set_as_cursor=0&men_tab=srchresult, Heinoline Veri Tabanı, E.T: 14.04.2024.

³⁶⁵ Abbasoğlu, 108; Özdemir ve Doğanay, 316.

³⁶⁶ Abbasoğlu, 115; Meltem Karatepe Kaya, "Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından İnternet Aracılığıyla Yapılan Reklamlara İlişkin Hukuki Düzenlemelerin Değerlendirilmesi", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 70/3 (2021): 696.

³⁶⁷ Abbasoğlu, 121; Karatepe Kaya, 697; Semih Sırrı Özdemir, *Haksız Rekabet Kavramı Açısından Dürüstlük Kuralına Aykırı Reklamlar*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2013), 82.

yapıldığı, yine "*kayıp telefon ilanıyla yalancıları tespit etmek*" başlıklı videosunda da "*Huawei*" marka cep telefonu, kulaklık ve saat görüntülerine yer verilerek ve saatin özelliklerinden-stres testi-müzik eşleştirme gibi- bahsederek herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan "*Huawei*" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiştir³⁶⁸.

Haksız rekabet hukuku açısından değerlendirildiğinde ise, hiç şüphesiz bu tür kullanıcı yorumu gibi gözükken ancak esasen tanıtım içeren beyanlar tüketiciyi yanıltıcı mahiyetiyle TTK m. 55/1-a-2 uyarınca gerçek dışı ve/veya yanıltıcı açıklamalarla kendisini veya üçüncü bir kişiyi rekabette öne geçirme yoluyla haksız rekabet³⁶⁹, içeriğin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'ne ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a aykırı yönleri sebebiyle de halinde TTK m. 55/1-e'e göre iş şartlarına uymama yoluyla haksız rekabet teşkil edecektir³⁷⁰.

İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 14. HD. tarafından verilen bir kararda ise, davalının instagram hesabında "*Hanımlar dikkat ... sayfamı yakından takip ederek müşteri ve takipçilerimi kendilerine çekiyorlar. Benden daha uygun fiyat verip müşterimi alıyorlar. Hanımefendiyi takibe alıp daha uygun fiyat verdikleri için gitmiş ama sonuç ortada, bana hanımefendi fotoğrafı attı. Gördüğünüz üzere kaş yara ve kabuk bağlamış, kenarları atmaya başlamış, altında da hiç işlem kalmamış, eğer benden dolayı bu sayfayı sizi takip ederse engelleyin*" şeklindeki açıklamaları ve davacının logosunu da içeren paylaşımlarının, davacının iş ürünlerini ve faaliyetlerini yanlış, yanıltıcı ve gereksiz yere incitici açıklamalarla kötüleme şeklinde olduğundan haksız rekabet teşkil ettiğine hükmedilmiştir³⁷¹.

³⁶⁸ Reklam Kurulu 09.03.2021 tarih ve 307 toplantı sayılı, 2021/723 numaralı kararı, <https://www.ticaret.gov.tr/tuketici/ticari-reklamlar/reklam-kurulu-kararlari>, E.T: 15.04.2024, (Korkmaz, 192).

³⁶⁹ Özdemir ve Doğanay, 312; Karatepe Kaya, 696.

³⁷⁰ Abbasoğlu, 109; Özdemir, 72.

³⁷¹ İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 14. HD. 2018/12 E., 2018/627 K ve 07.06.2018 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 15.04.2024. Karar için ayrıca bkz. Abbasoğlu, 116.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HAKSIZ REKABETTEN DOĞAN HUKUKİ SORUMLULUK VE ERİŞİMİN ENGELLENMESİ

3.1. Haksız Rekabet Mağdurunun Hakları

3.1.1. Genel Olarak

Haksız fiilin özel bir görünümü olan haksız rekabet, hem hukuki ve cezai sorumluluğu gerektirmektedir. Kanun koyucu tarafından hukuki sorumluluk TTK m. 56'da düzenlenmişken, cezai sorumluluk TTK m. 62-63'te düzenlenmiştir. Çalışmamızın konusu itibarıyla bu bölümde, hukuki sorumluluğa genel çerçevesi itibarı ile değinilecek olup, sonrasında internet ortamındaki haksız rekabet hallerine ilişkin erişimin engellenmesi talepleri hakkında verilecek karar ele alınacaktır³⁷².

3.1.2. İleri Sürülebilecek Hukuki Talepler

3.1.2.1. Açılabilir Davalar

3.1.2.1.1. Tespit Davası

Haksız rekabetin varlığı halinde açılabilir davalardan ilki, tespit davasıdır. Kural olarak, HMK³⁷³ m. 106/2 uyarınca “*Tespit davası açanın, kanunlarda belirtilen istisnai durumlar dışında, bu davayı açmakta hukukten korunmaya değer güncel bir yararı bulunmalıdır.*” Ancak TTK m. 56/1-a'da düzenlenen tespit davası, eda davası açılabilir hallerde tespit davası açılmayacağına ilişkin kuralın istisnasını oluşturur. Böylelikle, haksız rekabete ilişkin açılan tespit davasında hukuki yararın ayrıca araştırılmasına gerek olmaksızın var olduğu kabul edilir³⁷⁴.

³⁷² Cezai sorumluluğa ilişkin olarak ise bkz. Erdil, 321 vd; Yıldız, 381 vd.; Nomer Ertan, 474-479; Çınar Karabağ, 186 vd.

³⁷³ 04.02.2011 tarih ve 27836 sayılı Resmî Gazete.

³⁷⁴ Çınar Karabağ, 153; Yıldız, 298; Baki Kuru, *Medeni Usul Hukuku Ders Kitabı*, (İstanbul: Legal Yayınevi, 2015), 135; Nomer Ertan, 402; Karahan, 255.

Haksız rekabete ilişkin tespit davasında, uyuşmazlığa konu eylemin haksız rekabet teşkil edip etmediğine ilişkin mevcut durumun tespiti amaçlanır. Bunun dışında, zararın tespiti gibi talepler ileri sürülemez. Tespit davası, haksız rekabete ilişkin açılacak diğer davalar bakımından kesin delil teşkil eder ve zamanaşımını keser³⁷⁵.

Dava haksız rekabet teşkil eden eylem devam ederken açılacağı gibi, henüz başlamamış olmakla birlikte haksız rekabet tehlikesinin bulunduğu ya da eylemin sona erdiği hallerde de açılabilir³⁷⁶. Herhangi bir zararın meydana gelmemesi ya da davalının kusurlu olmaması, tespit davasının kabulüne engel değildir³⁷⁷.

3.1.2.1.2. Men Davası

Haksız rekabet teşkil eden bir eylemin bulunması halinde açılacak davalardan bir diğeri, haksız rekabetin men'i davasıdır. TTK m. 56/1-b uyarınca, haksız rekabet sebebiyle müşterileri, kredisi, meslekî itibarı, ticari faaliyetleri veya diğer ekonomik menfaatleri zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek olan kimse, haksız rekabetin men'ini talep edebilecektir.

Haksız rekabetin men'i davası, hali hazırda devam etmekte olan haksız rekabet teşkil eden davranış veya uygulamanın sona erdirilmesi için ya da gerçekleşmesi veya tekrar etme tehlikesi olan hallerde, tehlikenin tecavüze dönüşmesini engellemek için açılır. Bu kapsamda haksız rekabet teşkil etmekte olan eylemin sona erdirilmesi talep edilebileceği gibi, gerçekleşeceği yönünde ciddi ve yakın bir tehlike olan ya da tekrar edeceği yönünde tehlike bulunan eylemin önlenmesi de istenebilir³⁷⁸. Görüldüğü üzere henüz gerçekleşmemiş eylem gerekçe gösterilerek haksız rekabetin men'ini isteyebilmek için kuvvetle muhtemel olması aranırken³⁷⁹, eylemin bir kez gerçekleştirilmesi sonrasında;

³⁷⁵ Erdil, 249; Çınar Karabağ, 155-156; Karayalçın, 468; Mimaroglu, 413; Ülgen vd., 375; İslamoğlu, 101.

³⁷⁶ Erdil, 249; Çınar Karabağ, 155; Budak, 141; Nomer Ertan, 403; Kuru, 135; Güloğlu, 89.

³⁷⁷ Güloğlu, 89; Oruç, 72. Zarar tehlikesinin bulunduğu durumlarda da açılacağına ilişkin bkz. Yargıtay 11. HD. 2015/2674 E., 2015/7615 K. ve 03.06.2015 tarihli kararı, Legal Bank Elektronik Hukuk Bankası, 12.08.2024.

³⁷⁸ Erdil, 252; Ülgen vd., 375; Yıldız, 299; Budak, 142; Soydemir, 212.

³⁷⁹ Örneğin başkasına ait marka, ticaret unvanı ya da işletme adı gibi ayırt edici ad ve işareti alan adı olarak tescil ettiren fakat henüz kullanmaya başlamamış olan kişinin eyleminin bu yönde kuvvetli bir tehlike oluşturduğu kabul edilmelidir (Budak, 150).

ileride tekrar gerçekleşmesi tehlikesinin mevcudiyeti karine olarak kabul edilmektedir³⁸⁰. Ayrıca haksız rekabet teşkil eden eylemin ya da tehlikenin devam ettiği sürece zamanaşımı işlemez³⁸¹. Ancak haksız rekabet teşkil eden eylemin sona erdiği ve tekrar gerçekleşme tehlikesinin bulunmadığı hallerde men edilebilecek bir eylem kalmadığından bu davanın açılması mümkün değildir. Şartlarının varlığı halinde diğer davalar söz konusu olabilecektir³⁸².

Men davasının açılabilmesi için, haksız rekabet teşkil eden davranış ya da uygulamalarda bulunduğu iddia edilen davalının kusurlu olması ya da haksız rekabete uğradığını iddia eden davalının zararının doğmuş olması gerekmez³⁸³.

Men davası, eda davası niteliğinde olup, davanın görülmesi neticesinde aldatıcı ya da yanıltıcı reklamların durdurulması; kötüleyici açıklamaların sona erdirilmesi, tabeladaki işaretin kaldırılması, hakkı olmayan unvanı kullanan kişinin bu unvanı kullanmaması, iş sırlarının ifşasının sonlandırılması gibi, özellikle geleceğe yönelik bir veya birden fazla şeyin yapılmaması emri şeklinde, davalının belli bir davranıştan kaçınmasına ilişkin hüküm kurulmaktadır. Ancak genel bir davranış yasağı getirilmesi ya da davalının belirli bir davranışta bulunması yönünde hüküm kurulması mümkün değildir³⁸⁴.

Yargılama neticesinde mahkemece verilecek kararın, infaz açısından yeterince açık olması gerekmektedir. Bu nedenle kararda soyut ifadelerden kaçınılarak, davalının haksız rekabet teşkil eden hangi davranıştan kaçınması gerektiği tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilmelidir³⁸⁵. Zira icrai nitelikte verilen karar, infazı bakımından yeterince

³⁸⁰ Çınar Karabağ, 156; Örs, 87-89; Ayhan ve Çağlar ve Özdamar, 419. Aynı yönde İstanbul 16. Asliye Ticaret Mahkemesi 2016/527 E., 2021/655 K. ve 05.10.2021 tarihli kararı, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, 12.08.2024.

³⁸¹ Karahan, 255; Soydemir, 212.

³⁸² Bahtiyar vd., 217; İslamoğlu, 102.

³⁸³ Bahtiyar vd., 217; Üllgen vd., 375; Erdil, 253 vd.

³⁸⁴ Erdil, 254; Karayalçın, 469; Ülgen vd., 376; Nomer Ertan, 412; İslamoğlu, 102; Abbasoğlu, 145; Budak, 151.

³⁸⁵ Erdil, 254; Yıldız, 300; Pekdiğer, 193; İslamoğlu, 102. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2015/1898 E., 2015/7377 K. ve 01.06.2015 tarihli kararı, "Mahkemece, hüküm fıkrasının 2'nci paragrafında "davalı şirketin ticari faaliyetlerinde davacı şirketin ticari sırrı kapsamındaki bilgi ve belgelerden yararlandığı" denilmek suretiyle haksız rekabetin varlığı kabul edilmiş ve bu şekilde oluşan haksız rekabetinin önlenmesine dair hüküm tesis edilmişse de, davalı şirketin yararlandığı, davacıya ait bilgi ve belgelerin, davacı ticari sırlarının neler olduğu, hangi üretim teknikleri ile satış stratejilerinin davalıda kullanıldığı hususunda gerek karar gerekçesinde, gerekse de hüküm fıkrasında bir açıklama yapılmaması suretiyle infazda tereddüde mahal verecek ve davalı şirketin tüm ticari faaliyetine engel olabilecek şekilde hüküm

açık olmalıdır. Haksız fiil teşkil eden eylemin devamı halinde ise, 2004 sayılı İcra ve İflas Kanunu³⁸⁶ m. 30 ve m. 343 hükümleri uyarınca kararın icra edilmesi sağlanacaktır³⁸⁷.

3.1.2.1.3. Eski Hale İade Davası

Haksız rekabetin söz konusu olması halinde açılacak davalardan bir diğeri düzeltme, izale, haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılması ya da ref'i davası olarak da anılan eski hale iade davasıdır³⁸⁸. TTK m. 56/1-c uyarınca haksız rekabet sebebiyle müşterileri, kredisi, meslekî itibarı, ticari faaliyetleri veya diğerk ekonomik menfaatleri zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek olan kimse; haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılmasını, haksız rekabet yanlış veya yanıltıcı beyanlarla yapılmışsa bu beyanların düzeltilmesini ve tecavüzün önlenmesi için kaçınılmaz ise, haksız rekabetin işlenmesinde etkili olan araçların ve malların imhasını isteyebilecektir.

Eski hale iade davası, haksız rekabetin men'i davasını tamamlayıcı nitelikte bir davadır. Zira men davası neticesinde haksız rekabet teşkil eden eylemin sonlandırılmasına karar verilirken, eski hale getirme davası ile bu eylemin sonuçlarının ortadan kaldırılmasına yönelik karar verilmektedir. Böylelikle men davası ile önlenen eylemin maddi sonuçları eski hale getirme davası ile kaldırılacaktır³⁸⁹.

Eski hale iade davasında ileri sürülebilecek talepler ve bu çerçevede verilecek kararlar, davanın mahiyeti itibarıyla somut olaya göre çok çeşitli olabilmektedir. Örneğin kanunda yanlış ve yanıltıcı beyanların düzeltilmesini talep etme hakkı tanınmış olmakla birlikte, mahkemenin bu düzeltmeyi ne şekilde yapacağı belirtilmemiştir. Doktrinde bir görüş bu durumun kanunda bir boşluk teşkil ettiğini ileri sürmüşse de³⁹⁰, kanunda bu hususun

tesisi doğru olmamış, bozmayı gerektirmiştir." Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 18.04.2024, (Pekdincer ve Yıldız, 174).

³⁸⁶ 19.06.1932 tarihli ve 2128 sayılı Resmî Gazete.

³⁸⁷ İslamoğlu, 102; Erdil, 255.

³⁸⁸ Çınar Karabağ, 159; Güloğlu, 92; Oruç, 65.

³⁸⁹ Çınar Karabağ, 161; Erdil, 257 vd.; Mimaroglu, 414.

³⁹⁰ Göle, 181-182.

ayrıntılı olarak düzenlenmeyerek hâkime somut olayın özelliklerine uygun bir karar verebilmesi için geniş bir takdir yetkisi tanındığı genel olarak kabul edilmektedir³⁹¹.

Bu kapsamda eski hale iade davasında, tecavüz teşkil eden işaret veya yazıyı taşıyan tabelaların kaldırılması, sökülmesi, ticari materyaller üzerindeki yazıların silinmesi, ürünlerdeki benzerliği kaldırıcı düzeltmeler ve değişikliklerin yapılması, haksız rekabet teşkil eden reklamların yayından kaldırılması, sosyal medyada yapılan örtülü reklam için reklam olduğunu belirtir bir yazı eklenmesi, haksız rekabet teşkil eden afişlerin toplanması, dürüstlük kuralına aykırı genel işlem koşulu kullanılması suretiyle gerçekleştirilen haksız rekabet halinde söz konusu genel işlem şartının sözleşme metinlerinden çıkartılması, haksız rekabet teşkil eden alan adının terkin³⁹², haksız rekabet teşkil eden internet kullanımlarının önlenmesi³⁹³ gibi kararlar verilebilecektir³⁹⁴.

Görüldüğü üzere, eski hale iade davasında yargılama neticesinde haksız rekabeti gerçekleştiren kişi aleyhine bir şey yapma borcu da yükletilebilir³⁹⁵. Ancak karar verilirken ölçülü olunmalı, haksız rekabetin maddi sonuçlarını ortadan kaldırmaya yetecek şekilde karar verilmeli, örneğin haksız rekabete yol açan işaretin sökülmesinin mümkün olduğu hallerde, ticari materyallerin imhası yönünde karar verilmemelidir³⁹⁶. Ayrıca yine icrai nitelikte bir karar verileceğinden, infazda tereddüt yaşanmaması adına hangi yaptırımlara hükmedildiği açık bir şekilde belirtilmelidir³⁹⁷.

³⁹¹ Abbasoğlu, 146; Numan Tekelioğlu, *Tüketicinin Korunması Açısından Hukuka Aykırı Reklam*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2016), 128; İ. Yılmaz Aslan, *Tüketici Hukuku Dersleri*, (İstanbul: Ekin Yayınevi, 2016), 85-86.

³⁹² Yargıtay 11. HD. 2009/14376 E., 2011/16272 K. ve 01.12.2011 tarihli kararı, (Erdil, 259).

³⁹³ Yargıtay 11. HD. 2015/12196 E., 2016/6137 K. ve 02.06.2016 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 19.04.2024.

³⁹⁴ Bahtiyar vd., 218; Erdil, 258 vd.; Abbasoğlu, 147; Bingöl, 148; Ayhan Bakır, *Türk Haksız Rekabet Hukukunda Dürüstlük Kuralına Aykırı Genel İşlem Şartları ve Yaptırımı*, (Ankara: Yetkin Yayınları, 2017), 126; Serdar Kale, *Haksız Rekabet Hukukunda Eski Hale Getirme Davası*, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2004), 79; Nomer Ertan, 413; Büşra Pekhamarat Saraç, “Haksız Rekabet Halleri ve Sonuçları”, (Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, 2018), 92.

³⁹⁵ Orhan Gazi Sarıdağ, *Haksız Rekabet Hukukunda Eski Hale İade*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021), 42; Nomer Ertan 413; Oruç, 66.

³⁹⁶ Güloğlu, 94; Erdil, 259-260; İrfan Dönmez, *Markalar ve Haksız Rekabet Davaları*, (İstanbul: Beta Yayınları, 1992), 239.

³⁹⁷ Yıldız, 303. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2010/4284 E., 2012/3877 K. ve 15.03.2012 tarihli kararı, “... mahkemece davaya konu basın açıklamasının haksız rekabet teşkil ettiği sonucuna varılarak söz konusu basın açıklamasındaki beyanların düzeltilmesine karar verilmiş ise de verilen kararda düzeltmenin kapsamı, hangi ifadelerin ne şekilde düzeltileceği hususlarının gösterilmeyerek sadece “beyanların düzeltilmesine” denilmek suretiyle infaz sırasında tereddüt yaratacak nitelikte ve esasen infaza elverişli olmayan, haksız rekabet oluşturan ifadelerin ve bunların ne şekilde düzeltileceğinin açıkça gösterilmemesi

Eski hale iade davasının açılabilmesi için, yine men davasında olduğu gibi, kimsenin kusurlu olması ya da herhangi bir zararın doğmuş olması aranmamaktadır³⁹⁸.

Haksız rekabetin olumsuz sonuçlarının ortadan kaldırılarak tecavüzün önlenmesi için kaçınılmaz olduğu hallerde haksız rekabetin işlenmesinde etkili olan araçların ve malların imhasını isteyebileceği TTK m. 56'da açıkça düzenlenmiştir. Bu bakımdan öncelikle belirtilmelidir ki, men, tespit ve eski hale iade davaları neticesinde verilen karar, haksız rekabete konu malları, doğrudan veya dolaylı olarak ondan ticari amaçla elde etmiş olan kişiler hakkında da icra olunabilmektedir. Dolayısıyla da adil olmayan sonuçların doğmaması adına, imha kararı verilmeden önce daha yumuşak bir karar ile maddi sonuçların ortadan kaldırılıp kaldırılamayacağı gözetilmeli; iyiniyetli üçüncü kişilerin mülkiyet hakkı ihlal edilmemelidir³⁹⁹. Ayrıca belirtilmelidir ki, TTK m. 56/2 uyarınca *“Ekonomik çıkarları zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek müşteriler de birinci fıkradaki davaları açabilirler, ancak araçların ve malların imhasını isteyemezler.”*

3.1.2.1.4. Tazminat Davaları

3.1.2.1.4.1. Maddi Tazminat Davası

Haksız rekabete ilişkin olarak açılacak davalardan bir diğeri, maddi tazminat davasıdır. TTK m. 56/1-d uyarınca, haksız rekabet failinin kusuru varsa meydana gelen zarar ve ziyanın tazmini için tazminat davası açılacaktır⁴⁰⁰.

Maddi tazminat davası açılabilmesi için, haksız rekabetin temeli haksız fiile dayandığından, haksız fiile dayalı tazminat davasında aranan şartlar burada da aranacaktır. Bu şartlar, haksız rekabet teşkil eden bir eylemin olması, kusurun bulunması, zararın meydana gelmiş olması ve haksız rekabet teşkil eden fiil ile zarar arasında uygun illiyet bağı olmasıdır⁴⁰¹.

sonucu infazı kabil olmayan bir hükmün kurulması da doğru görülmemiştir...”, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 19.04.2024, (Sarıdağ, 69).

³⁹⁸ Çınar Karabağ, 160; Soydemir, 213.

³⁹⁹ Erdil, 261; Çınar Karabağ, 160; Tekinalp, 321.

⁴⁰⁰ Soydemir, 214; Yıldız, 305.

⁴⁰¹ Erdil, 262; Ülgen vd., 377; Bahtiyar vd., 218; Soydemir, 214; Mimaroglu, 415.

Tazminat sorumluluğu bakımından kusurun kast ya da ihmal derecesinde olması gerektiği kabul edilmekte, ayrıca kusurun tespiti TTK m. 18/2 uyarınca, tacirin basiretli davranma yükümlülüğü de gözetilmektedir⁴⁰².

Belirtildiği üzere maddi tazminata hükmedilebilmesi için, zarar tehlikesi yeterli olmayıp zararın doğmuş olması gerekmektedir. Zarara uğradığını ispat yükü, kural olarak davacı üzerindedir. Haksız rekabetten kaynaklanan zarar, fiili zarar ve/veya yoksun kalınan kâr şeklinde ortaya çıkabilecektir. Ancak burada haksız rekabet sebebiyle medyana gelen zararın ispatı zor olduğundan, zararın tam olarak ispat edilememesi halinde, TBK m. 50/2 uyarınca hâkimin, olayların olağan akışını ve zarar görenin aldığı önlemleri göz önünde tutarak zararın miktarını hakkaniyete uygun olarak belirleyebileceği kabul edilmektedir⁴⁰³.

Öte yandan, tanınan bu ispat kolaylığına rağmen zararın ispatı ya da miktarının tam olarak tespiti mümkün olmayabilir. Ayrıca mağdurun uğradığı zararı aşan kazançtan, haksız rekabet failinin faydalanması durumu da söz konusu olabilir. Bu nedenle TTK m. 56/1-e hükmünün ikinci cümlesi ile, davacı lehine ve hükmedilecek tazminat olarak hâkimin, haksız rekabet sonucunda davalının elde etmesi mümkün görülen menfaatin karşılığına da karar verebileceği düzenlenmiştir. Bu düzenlemenin, vekaletsiz iş görmeye ilişkin TBK m. 530 düzenlemesinin, haksız rekabet hukukundaki görünümü olduğu kabul edilmektedir⁴⁰⁴.

Zararın doğmadığı durumlarda tazminatın talep edilip edilemeyeceği⁴⁰⁵, hesaplamanın nasıl yapılacağı, hükmün bir hesaplama yöntemi olup olmadığı gibi hükmün nasıl

⁴⁰² Bahtiyar vd., 218; Nomer Ertan, 418; Erdil, 265-266; Abbasoğlu, 147. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2016/256 E., 2017/3034 K. ve 24.05.2017 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 16.08.2024, (Yargıtay Hukuk ve Ceza Dairelerinin Türk Ticaret Kanuna İlişkin Kararları, Hazırlayanlar Abuzer Kendigelen vd., (İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2018), 125)

⁴⁰³ Erdil, 270 vd.; Nomer Ertan, 419; Yıldız, 309; Soydemir, 214; Bahtiyar vd., 219; Budak, 145; Karayalçın, 470-471. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2016/7395 E., 2017/1254 K. ve 02.03.2017 tarihli kararı, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 12.08.2024.

⁴⁰⁴ Yıldız, 321; Ülgen vd.; 378; Oruç, 94; İslamoğlu, 108.

⁴⁰⁵ Doktrinde bir görüş kazanç devri talebinin tazminat talebinden bağımsız bir kavram olduğunu ve bu sebeple kazanç devri talebi için zararın doğmuş olması şartı aranmayacağını ileri sürmektedir. Bkz. Azra Arkan Akbıyık, *Gerçek Olmayan Vekaletsiz İş Görme*, (İstanbul: Alfa Yayınları, 1999), 88. Kanaatimizce de isabetli olan görüş ise, hükmün fonksiyonu zarar doğmadığı halde talepte bulunmaya imkân vermek değil, mevcut olan ve fakat miktarı ispatlanamayan zararın miktarının hâkim tarafından takdir edilmesine imkân tanıdığını kabul etmektedir. Bkz. Nisim Franko, "Haksız Rekabette Elde Edilmesi Muhtemel Menfaate Hüküm", *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 13/3 (1986): 200; Örs, 100.

yorumlanacağına ilişkin konularda doktrinde görüş ayrılıkları bulunmaktadır⁴⁰⁶. Ancak hesaplama davalının ticari defterleri incelenerek yapılabilecektir. Hesaplama esnasında ayrıca, davalının elde ettiği net miktar gözetilmelidir⁴⁰⁷. Fiili zarar ile birlikte talep edilebilen yoksun kalınan kâr ise, davalının elde etmesi mümkün olan kazanç ile birlikte talep edilemeyecektir⁴⁰⁸.

3.1.2.1.4.2. Manevi Tazminat Davası

TTK m. 56/1-e bendinin ilk cümlesi uyarınca, haksız rekabet nedeniyle kişilik hakları ihlal edilen kişi TBK m. 58 çerçevesinde manevi tazminat isteyebilecektir. Böylelikle haksız rekabet nedeniyle çekilen acı, elem ve kederin karşılığı olarak manevi tazminat istenebilecektir⁴⁰⁹.

Davanın açılabilmesi için gerekli koşullar, haksız rekabet teşkil eden bir eylemin varlığı, kişilik hakkına saldırı niteliğindeki haksız rekabet eylemi nedeniyle manevi bir zararın oluşması ve nedensellik bağının bulunması olarak sıralanabilir⁴¹⁰. Ayrıca belirtilmelidir ki, haksız rekabet nedeniyle kişilik hakları ihlal edilen gerçek kişilerin yanında, tüzel kişilerin de manevi tazminat isteyebileceği genel olarak kabul edilmektedir⁴¹¹.

Manevi tazminat bakımından belirtilmelidir ki, haksız rekabet teşkil eden tüm haller kişilik hakkına kişilik hakkına saldırarak manevi zarara yol açmamaktadır. Örneğin, TTK m. 55/1-a-1 uyarınca kötüleme, m. 55/1-b-3 uyarınca çalışanları, sırları açıklamaya veya

⁴⁰⁶ Tartışmalara ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Erdil, 275 vd; Budak, 146; Soydemir, 215; Bahtiyar, 219-220; Oruç, 97. Aynı yönde 1999/5830 E., 1999/10402 K. ve 16.12.1999 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 09.08.2024, (Batider, 21/1 (2001): 290-291.

⁴⁰⁷ Ülgen vd., 378; Bahtiyar vd., 220; Arkan, 365; Karahan, 256; İslamoğlu, 105; Kaplan, 178. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2009/4738 E., 2010/10487 K. ve 18.10.2010 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 12.08.2024, (Erdil, 277). Ayrıca Yargıtay 11. HD. 1988/7315 E., 1988/6357 K. ve 03.11.1988 tarihli kararında, davalı şirketin haksız rekabet teşkil eden eylem olmasaydı hiçbir ticari iş yürütemeyeceği anlamına gelecek şekilde kuruluştan itibaren elde ettiği tüm karın tazminat olarak belirlenmesi olağan hayatın akışına aykırı olduğu belirtilmiştir, (Çınar Karabağ, 165). Doktrinde ayrıca, kazanç devrine ilişkin “elde etmesi mümkün menfaat” ifadesi ile TBK m. 50/2 ile paralel şekilde hâkime takdir yetkisi tanındığı belirtilmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Yıldız, 329 vd.

⁴⁰⁸ Arkan, 365; Nomer Ertan, 429; Kaplan, 178; Abbasoğlu, 149; Çınar Karabağ, 164; İslamoğlu, 105.

⁴⁰⁹ Ülgen vd., 378; Çınar Karabağ, 166; Göle, 185; Nomer Ertan, 430. Doktrinde Oruç ayrıca, burada yığılma değil yarışma içerisinde olan taleplerin kazanç devri ile maddi tazminat değil, kazanç devri ile yoksun kalınan kar olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. 103 vd.

⁴¹⁰ Yıldız, 312; Ayşe Dilşad Keskin, *Objektif Manevi Zarar Teorisi Açısından Manevi Tazminat*, (İstanbul: Yetkin Yayınları, 2016), 142; Bahtiyar vd., 221.

⁴¹¹ Karahan, 257; Oruç, 68; Çınar Karabağ, 167; Suluk ve Karasu ve Nal, 448. Aynı yönde Yargıtay 4. HD. 2001/4164 E., 2001/8421 K. ve 24.09.2001 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 12.08.2024, (Yıldız, 317).

ele geçirmeye yöneltme, m. 55/1-c uyarınca başkalarının iş ürünlerinden yetkisiz yararlanma, m. 55/1-d uyarınca üretim sırlarını hukuka aykırı olarak ifşa etme ticari itibara yönelik bir saldırı oluşturarak manevi zarara yol açarken, TTK m. 55/1-e uyarınca iş şartlarına uymamak; TTK m. 55/1-a-9 uyarınca gizleme suretiyle yanıltma halleri manevi zarar oluşturmayacaktır⁴¹².

3.1.2.2. İhtiyati Tedbir

TTK m. 61/1 uyarınca *“Dava açma hakkını haiz bulunan kimsenin talebi üzerine mahkeme, mevcut durumun olduğu gibi korunmasına, 56. maddenin birinci fıkrasının (b) ve (c) bentlerinde öngörüldüğü gibi haksız rekabet sonucu oluşan maddi durumun ortadan kaldırılmasına, haksız rekabetin önlenmesine ve yanlış veya yanıltıcı beyanların düzeltilmesine ve diğer tedbirlere, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanununun ihtiyati tedbir hakkındaki hükümlerine göre karar verebilir.”*

Kararın icrasını güvence altına alan geçici bir hukuki koruma olan ihtiyati tedbir, HMK m. 389/1 uyarınca mevcut durumda meydana gelebilecek bir değişme nedeniyle hakkın elde edilmesinin önemli ölçüde zorlaşacağından ya da tamamen imkânsız hâle geleceğinden veya gecikme sebebiyle bir sakıncanın yahut ciddi bir zararın doğacağından endişe edilmesi hâllerinde ve HMK m. 390/3 uyarınca yaklaşık ispat ölçüsünde ispatlanması durumunda verilir⁴¹³.

Kural olarak ihtiyati tedbir, talepte bulunanı tatmin etme amacını taşıyan ve yargılama neticesinde verilebilecek bir kararın bu çerçevede işin esasına girilmeden ifa amaçlı olarak verilmesine imkân tanıyan bir müessese değildir⁴¹⁴. Ancak haksız rekabetin söz konusu olması halinde, yargılamanın neticelenip karar verilmesini beklemek, haksız rekabetin devam ederek mağdurun zararının ve failin kazancının artmasına sebep olarak karardan beklenen faydayı tamamen ya da kısmen işlevsiz hale getirebilecektir. Bu sebeplerle de haksız rekabet hukukunda önem taşıyan ihtiyati tedbir, TTK’da özel olarak

⁴¹² Çınar Karabağ, 169; Yıldız, 315; Nomer Ertan, 430; Budak, 147.

⁴¹³ Yıldız, 376; Bahtiyar vd., 222; Abdüssamet Yılmaz, “Haksız Rekabette İhtiyati Tedbir Uygulamaları ve Özellik Arz Eden Durumlar (TTK m. 61)”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 27/2 (2021): 1570.

⁴¹⁴ Yılmaz, İhtiyati Tedbir, 1568; Nomer Ertan, 471.

düzenlenmiştir⁴¹⁵. İşte kanunda yer verilen bu özel düzenlemenin, ifa amaçlı ihtiyati tedbir kararı verilememesi kuralının da bir istisnası olduğu kabul edilmektedir⁴¹⁶.

Haksız rekabetin varlığı halinde ihtiyati tedbir ile dava açılıncaya, sona erinceye, deliller tespit edilinceye ya da bilirkişi incelemesi yapılıncaya kadar mevcut durumun olduğu gibi korunmasına; haksız rekabete yol açan eylemin men edilmesine, yanlış veya yanıltıcı beyanların düzeltilmesine, haksız rekabet konusu mallara gümrük idareleri tarafından el konulmasına ya da diğer tedbirlere hükmedilebilecektir. Buradaki diğer tedbirler ifadesi ile sınırlı olmayan bir sayım yapılarak, hâkime somut olayın gerektirdiği şekilde karar verebilme imkânı tanındığı kabul edilmektedir⁴¹⁷. Ayrıca mahkeme, taleplerin tamamı hakkında hüküm kurmak zorunda değildir, somut olayı gözeterek daha hafif bir tedbire de hükmedebilecektir⁴¹⁸.

Konumuz bakımından önem teşkil ettiği üzere haksız rekabetin internet ortamında meydana gelmesi halinde, nihai kararlar olduğu gibi, ihtiyati tedbirle de erişimin engellenmesi yönünde kararlar verilmektedir. Bu yönde verilen kararlar, erişimin engellenmesi yönteminin tarihsel gelişimi, haksız rekabet çerçevesinde verilmesi ve kararın yerine getiriliş biçimi bakımından aşağıda detaylıca incelenecektir.

⁴¹⁵ Yıldız, 376; Yılmaz, İhtiyati Tedbir, 1566; Abbasoğlu, 154.

⁴¹⁶ Yılmaz, İhtiyati Tedbir, 1568-1569; Derya Keskinci, ‘Haksız Rekabet Yargılama Hukukunda İfa Amaçlı İhtiyati Tedbirler’, *Zirve Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2/2 (2013): 148; Çınar Karabağ, 172; Bahtiyar vd., 222; Nomer Ertan, 471.

⁴¹⁷ Bahtiyar vd., 222; Erdil, 293; Çınar Karabağ, 172; Yıldız, 377.

⁴¹⁸ Yıldız, 377; Mikail Bora Kaplan, “Sınai Mülkiyet Kanunu’nda İhtiyati Tedbirler”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2018), 95-96. Aynı yönde İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 12. HD. 2017/623 E., 2017/606 K. ve 04.12.2017 tarihli kararı, “...davacı tarafın davalının konaklama tesisleriyle yaptığı sözleşmedeki hükümler (en iyi fiyat - garanti oda) nedeniyle zarara uğradığını, tesislerden oda temin edilemediği bu sebeple zarara uğradıkları ileri sürülen bir davada; Türkiye’deki otellerin rezervasyonu yasaklanmak suretiyle ihtiyati tedbir kararı verildiği; verilen hizmetin tümünün yasaklanmasına haksız rekabet hükümlerinin de izin vermediği, elde ki davada davalının ancak konaklama tesisleriyle imzaladığı sözleşmelerde davacı üyeleri bakımından haksız rekabet teşkil edecek kısımları hakkında haksız rekabetin engellenmesine hüküm verilebilecek iken tüm ticari faaliyetin engellenmesi şeklinde bir ihtiyati tedbir kararının hukuki olmadığı ortadadır...”, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 15.08.2024.

3.1.3. Erişimin Engellenmesi Kararı Verilmesi

3.1.3.1. Genel Olarak

İnternetin günlük hayatın ve doğal olarak ticaretin bir parçası haline gelmeye başlaması ve fiziki engellerin aşılarda hızlı etkileşim sağlayan yapısı sebebiyle, zamanla hukuka aykırılık teşkil eden içerikler de internet ortamında yer almaya başlamıştır⁴¹⁹.

İnternet kullanımının başladığı 1993 yılından 2001 yılına kadar, genel olarak internet ortamına müdahalede bulunulmaması prensibi benimsenmiş ve yalnızca suç kapsamına giren eylemler yargılamaya konu edilmiştir. 2001 yılından sonra ise gerek hukuk gerekse de ceza mahkemelerince genel hükümler uyarınca, hukuka aykırı içeriğin internet ortamında yayınlanmasına son verilebilmesi adına erişimin engellenmesine yönelik kararlar vermeye başlanmıştır. Ancak kararlardaki artış, eleştirileri ve müstakil olarak internetin düzenlenmesi taleplerini de beraberinde getirmiş ve nihayetinde 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun 23.05.2007 tarihinde yürürlüğe girmiştir⁴²⁰.

5651 sayılı Kanun, gerekçesinde⁴²¹ de belirtildiği gibi, elektronik ortamda işlenen suçların hızla artması, bu suçların işlenmesinin kolay olması, tespitinin ise zor olması ve

⁴¹⁹ Yunus Özkaya, “5651 Sayılı Kanun Kapsamında Suç İşlenmesinin Önlenmesi Amacıyla İnternet Erişiminin Engellenmesi.” *Bilişim Hukuku Dergisi*, 4/1 (2022): 83; Fatih Canata, “5651 Sayılı Kanun Kapsamında İnternet Düzenlemeleri ve Düşünce-İfade Özgürlüğü Üzerine Bir Değerlendirme”, *Türk Kütüphaneciliği*, 30/2 (2016): 186; Murat Volkan Dülger, “İnternet İletişiminin Engellenmesinin Hukukî Açıdan Değerlendirilmesi ve 5651 sayılı Yasayla Getirilen Düzenleme”, *İstanbul Barosu Dergisi*, 81/4 (2007): 1479.

⁴²⁰ Başlar, 46; B. Zakir Avşar ve Gürsel Öngören, *Bilişim Hukuku*, (İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, 2010), 231, https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/801/BILISIM_HUKUKU.pdf, E.T: 06.05.2024; Murat Volkan Dülger, “Türk Borçlar Kanunu, Türk Ticaret Kanunu Ve Hukuk Muhakemeleri Kanunu’ndaki Bilişim Alanına İlişkin Düzenlemelerin Ceza Hukukuna Yansımaları”, *Ankara Barosu Dergisi*, 1 (2014): 115-116; Mehmet Salih Gök, *5651 Sayılı Kanun Ve Bilgi Güvenliği İlişkisi*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2012), 23, Hayrettin Kurt, “Erişim Engellemeden Demokratik Toplum ya da Kamu Düzenine Eleştirel Bir Bakış”, 67 (2021): 15; M. Süheyl Karakaya, “5651 Sayılı Kanun’un 9. Maddesi Ve Erişimin Engellenmesi: Koyun Postunda Kurt Hükümü”, *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 137 (2018): 112 vd.; Turan Atlı, “Kişi Haklarının İhlali Durumunda İnternet Erişiminin Engellenmesi.”, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 3/2 (2020): 17; Yaman Akdeniz ve Kerem Altıparmak, *İnternet: Girilmesi Tehlikeli Ve Yasaktır Türkiye’de İnternet İçerik Düzenlemesi Ve Sansüre İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme*, (İstanbul: İmaj Yayınevi, 2008), 8 vd.

⁴²¹ 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun Genel Gerekçesi, 1, Sinerji İçtihat Arama Motoru, E.T: 13.06.2024.

toplumsal açıdan doğabilecek zararların sonradan telafi edilememesi sebepleriyle getirilmiştir. Kanunun düzenleniş amacı, m. 1 uyarınca “*internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usulleri düzenlemek*”tir⁴²².

5651 sayılı Kanun, m. 8 ile internet ortamında yapılan ve içeriği maddede belirtilen suçları oluşturduğu hususunda yeterli şüphe sebebi bulunan yayınlarla ilgili olarak soruşturma evresinde hâkim, kovuşturma evresinde ise mahkeme tarafından içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararı verilmesini, m. 8/A ile yaşam hakkı ile kişilerin can ve mal güvenliğinin korunması, millî güvenlik ve kamu düzeninin korunması, suç işlenmesinin önlenmesi veya genel sağlığın korunması sebeplerinden bir veya bir kaçına bağlı olarak hâkim veya gecikmesinde sakınca bulunan hâllerde Cumhurbaşkanlığı veya millî güvenlik ve kamu düzeninin korunması, suç işlenmesinin önlenmesi veya genel sağlığın korunması ile ilgili bakanlıkların talebi üzerine Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Başkanı tarafından içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararı verilmesini, m. 9 ile internet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik haklarının ihlal edildiği hallerde sulh ceza hâkimi tarafından içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararı verilmesini, m. 9/A ile internet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle özel hayatının gizliliğinin ihlal edildiği hallerde Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından içeriğe erişimin engellenmesi kararı verilmesini düzenlemektedir.

İnternetin günlük hayatın bir parçası ve küresel bir iletişim aracı haline gelmesi, aynı zamanda haberleşme hürriyeti, ifade hürriyeti, bilgiye erişim hakkı gibi pek çok temel hak ve özgürlüğe de temas eden bir yapısı olmasına yol açmıştır. Bu sebeple de internete ilişkin müdahalelerin, temel haklar üzerinde olumsuz etki yarattığı durumlar ile sıkça karşılaşmıştır⁴²³. Bu bakımdan belirtilmelidir ki, 5651 sayılı Kanun’un içerdiği

⁴²² Mehmet Bedii Kaya, *Teknik ve Hukuki Boyutlarıyla İnternete Erişimin Engellenmesi*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2010), 81; Zeynep Yasaman, “Avrupa Birliği ve Türk Hukuku Bakımından İnternet Yer Sağlayıcılarının Marka İhlalleri Kapsamında Sorumlulukları”, *Marmara Üniversitesi Avrupa Araştırmaları Enstitüsü Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 27/2 (Aralık 2019): 266; Mustafa Ateş, “Sosyal Medya Aktörlerinin Hukuki Sorumluluğu ve Bilhassa Telif Haklarının İhlalinden Doğan Sorumlulukları”, *Fikri Mülkiyet Yıllığı 2013*, Ed. Tekin Memiş, (Ankara: Yetkin Yayıncılık, 2013), 99.

⁴²³ Canata, 187; Akdeniz ve Altıparmak, 51; İsmail Çınar, “Koruma Tedbiri Olarak İnternet Ortamında Yapılan Yayınlarla İçeriğin Çıkarılması ve veya Erişimin Engellenmesi”, *İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 8/1 (2021): 86.

düzenlemeler de ihlalleri gündeme getirmiş ve bazı eleştirilere ve AYM ile AİHM kararlarına konu olmuştur⁴²⁴. Özellikle bu Kanun kapsamında verilen kararların hukuki niteliği⁴²⁵, diğer kanunlar ile özel hüküm genel hüküm ilişkisi içinde olup olmadığı⁴²⁶ gibi konular tartışmalara yol açmış; mahkemece karar verilmesi ya da verilen kararın onaylanması için öngörülen sürelerin oldukça kısa olması⁴²⁷, itiraz üzerine kesinleşmesi ve çelişmeli yargılamaya konu edilmeksizin yahut karşı taraf dinlenmeksizin karar verilmesi, kararların gerekçeli olması ilkesine aykırı şekilde matbu olarak verilmesi⁴²⁸, yargılama olmaksızın nihai nitelik taşıyan kararlar verilmesinin masumiyet karinesini ihlal etmesi⁴²⁹ gibi sebeplerle eleştirilmiştir.

Eleştirilen bir diğer konu ise, verilen erişim engelleme ve içerik kaldırma kararlarının zaman zaman internet ortamına ve dolayısıyla temel hak ve özgürlüklere, özellikle de ifade özgürlüğüne müdahale eder nitelikte olmasıdır. Bu bakımdan, Anayasa m. 13 gereği kararların hukuka uygunluğu için hakkın özüne dokunulmaması, müdahalenin demokratik toplumun gereklerine uygun ve ölçülü, dolayısıyla da hukuken korunması gereken amaçla orantılı olması, erişimin engellenmesi kararının son çare olarak verilmesi gerekmektedir⁴³⁰.

5651 sayılı Kanun'dan önceki dönemde, yukarıda da belirtildiği üzere genel hükümlere göre erişimin engellenmesi kararı verilmekteyken, Kanun'un kabulünden sonra özellikle ilk etapta 5651 sayılı Kanun'un özel hüküm niteliğinde olduğu ve bu sebeple genel hükümlere göre erişimin engellenmesi kararı verilemeyeceğini ileri süren görüşler ortaya

⁴²⁴ Özkaya, 102; Alper Işık, "Anayasa Mahkemesi'nin 5651 Sayılı Kanun'un 9. Maddesi Bağlamında İnternete Erişimin Engellenmesine Dair Değişen Yaklaşımının Değerlendirilmesi", *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 30/3 (2022): 975 vd.

⁴²⁵ Çınar, 68 vd.; Karakaya, 111 vd.; Kaya, 86.

⁴²⁶ Doğan Kılınç, "Türk Hukukunda ve Mukayeseli Hukukta İnternet Sitelerine Erişimin Engellenmesi ve İfade Hürriyeti", *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 14/2 (2010): 411; Akdeniz ve Altıparmak, 90; Yasaman, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Yer Sağlayıcının Sorumluluğu, 266; Ateş, Sosyal Medya Aktörlerinin Sorumluluğu, 107.

⁴²⁷ Özkaya, 124.

⁴²⁸ Akdeniz ve Altıparmak, 70 vd.; Yasaman, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Yer Sağlayıcının Sorumluluğu, 276.

⁴²⁹ Anayasa Mahkemesi 2020/76 E. 2023/172 K. ve 11/10/2023 tarihli, 10/1/2024 tarih ve 32425 Resmî Gazete sayılı kararı, 19, E.T: 26.04.2024, <https://normkararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/Dosyalar/Kararlar/KararPDF/2023-172-nrm.pdf>.

⁴³⁰ Çınar, 93; Tekin Memiş, "Erişimin Engellenmesi, Hukuki Sorunlar ve Çözüm Önerileri", *Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 8/3-4 (2009): 162; Akdeniz ve Altıparmak, 53; Özkaya, 112 vd.; Kurt, 253; Memiş, Erişimin Engellenmesi, 162.

çıkıştır⁴³¹. Ancak bizim de katıldığımız üzere, aynı hukuki amaca hizmet etmeyen ve 5651 sayılı Kanun ile çelişkili olmayan genel hükümlere dayanılarak da erişimin engellenmesi kararı verilebileceği, zira aksi durumun kabulünün 5651 sayılı Kanun'da sayılanların dışında kalan hakların korunmaması gibi istenmeyen bir sonuç doğuracağı kabul edilmektedir. Nitekim özel hükmün genel hükmü ilga etmesine ilişkin ilkenin, çatışan hükümler bakımından uygulanan bir ilke olması da aynı sonuca ulaşılmasını sağlamaktadır⁴³². Yargıtay ilk etapta çelişkili kararlar vermekle birlikte, 5651 sayılı Kanun dışında da erişimin engellenmesi kararı verilebileceğini içtihat etmeye başlamıştır⁴³³.

5651 sayılı Kanun haricinde TMK m. 24 ve 25 uyarınca kişilik haklarının ihlaline yönelik olarak, HMK m. 389 vd. uyarınca ihtiyati tedbir ile erişimin engellenmesi kararı verilebilmesi dışında, erişimin engellenmesi kararı verilebilecek bazı özel düzenlemeler de bulunmaktadır⁴³⁴.

Bu düzenlemelerden biri, 03.03.2004 tarihli ve 5101 sayılı Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun ile FSEK'e eklenen ek madde 4/3 hükmüdür. İnternet kullanımının artmasıyla fikri mülkiyet hukukunda da ihlaller ortaya çıkmış ve getirilen hüküm ile fikri haklar koruma altına alınmak istenmiştir⁴³⁵. FSEK ek madde 4/3 uyarınca *“Dijital iletim de dahil olmak üzere işaret, ses ve/veya görüntü nakline yarayan araçlarla servis ve bilgi içerik sağlayıcılar tarafından eser sahipleri ile bağlantılı hak sahiplerinin bu Kanunda tanınmış haklarının ihlali halinde, hak sahiplerinin başvuruları üzerine*

⁴³¹ Kılınç, 411; Akdeniz ve Altıparmak, 90; Yasaman, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Yer Sağlayıcının Sorumluluğu, 266; Burcu Görkemli, *Yargıtay Kararları Işığında Türk Hukuku'nda İnternet Erişiminin Engellenmesi*, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2015), 156.

⁴³² Karakaya, 124; Kemal Gözler, “Kişilik Haklarını İhlal Eden İnternet Yayınlarının Kaldırılması Usulü ve İfade Hürriyeti: 5651 Sayılı Kanun'un 9'uncu Maddesinin İfade Hürriyeti Açısından Değerlendirilmesi”, *Legal Hukuk Dergisi Rona Aybay'a Armağan Özel Sayısı*, (2014): 13 vd.; Taşkın, 388 vd.

⁴³³ Görkemli, 156; Karakaya, 124. Ayrıca Yargıtay'ın çelişkili kararları için bkz. Yargıtay HGK. 2017/2603 E., 2021/1389 K. ve 11.11.2021 tarihli kararı ile Yargıtay 4. HD. 2013/8313 E., 2013/9886 K. ve 27.05.2013 tarihli kararı, Hukuktürk İctihat Arama Motoru, E.T: 27.04.2024.

⁴³⁴ Karakaya, 112; Dülger, Bilişim Alanına İlişkin Düzenlemelerin Yansımaları, 124. Ayrıca erişimin engellenmesi kararlarına dayanak teşkil eden diğer mevzuat hükümlerine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Ayça Ece Zarifoğlu, “Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararları Işığında Türk Hukukunda İnternet Özgürlüğü”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, 2019), 189.

⁴³⁵ Yusuf Başlar, “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun Ek Madde 4 Hükümünün İhlali Suçları”, *Ankara Barosu Dergisi*, 77/4 (2020): 45 vd.; Savaş Bozbel, “Fikri Hakların İhlali Nedeniyle İhtiyati Tedbir Yoluyla İnternet Sitelerine Erişim Engellenebilir mi?”, *Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2009*, Ed. Tekin Memiş, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2009), 136.

ihlâlê konu eserler içerikten çıkarılır. Bunun için hakları haleldar olan gerçek veya tüzel kişi öncelikle bilgi içerik sağlayıcısına başvurarak üç gün içinde ihlâlîni durdurulmasını ister. İhlâlîni devamı halinde bu defa, Cumhuriyet savcısına yapılan başvuru üzerine, üç gün içinde servis sağlayıcıdan ihlâlê devam eden bilgi içerik sağlayıcısına verilen hizmetin durdurulması istenir. İhlâlîni durdurulması halinde bilgi içerik sağlayıcısına yeniden servis sağlanır. Servis sağlayıcılar, bilgi içerik sağlayıcılarının isimlerini gösterir listeyi her ayın ilk iş günü Bakanlığa bildirir. Servis sağlayıcılar ile bilgi içerik sağlayıcıları, Bakanlıkça istendiği takdirde her türlü bilgi ve belgeyi vermekle yükümlüdür. Bu maddede belirtilen hususların uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Bakanlık tarafından çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenir.” Hükümde, internet süjelerinin sorumluluğu, uyar-kaldır sistemi ve uyarı üzerine ihlal teşkil eden içeriğe erişimin engellenmesi düzenlenerek, fikri hak ihlallerine karşı kendine özgü bir koruma sağlanmaya çalışılmıştır⁴³⁶.

Erişimin engellenmesi kararı verilebilecek hallerden bir diğeri de marka hakkının internet ortamında ihlal edilmesi halidir. Marka hukukunda erişimin engellenmesi kararı verilmesine yönelik açık bir hüküm bulunmamakla birlikte, internet ortamında ihlallerin ortaya çıkmasıyla marka hakkı ihlalleri de gündeme gelmiş ve bu ihlallerin marka hukuku kapsamında önlenebileceği kabul edilmiştir⁴³⁷. 21.01.2009 tarihinde 5833 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükümünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun m. 1 ile 24.06.1995 tarihli ve 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükümünde Kararname m. 9’a, “*meşru bir bağlantısı olmaması koşuluyla markanın aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde, alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük veya benzeri biçimlerde kullanılması*”nın önlenbilmesine ilişkin bir hüküm eklenmiştir. Böylelikle internet ortamındaki ihlallere ilişkin marka hukukundaki ilk düzenleme yapılmış, sonrasında MarkKHK’yı ilga eden 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu md. 7/3-d bendi ile paralel bir

⁴³⁶ Başlar, 45 vd.; Bozbel, İhtiyati Tedbir, 136; Görkemli, 148; Kaya, Erişimin Engellenmesi, 119; Muharrem Özen ve İhsan Baştürk, *Temel Hak ve Özgürlükler Bağlamında Bilişim İnternet ve Ceza Hukuku*, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2011), 211.

⁴³⁷ Şarлак, 71 vd.; Guşan Söyleyensoy, “Tescilli Markanın İnternette Alan Adı Olarak Kullanılarak Tecavüze Uğraması”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2011), 57; N. Füsün Nomer Ertan, “İnternet Alan Adının (Domain Name) Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Unvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar”, *Hayri Domaniç’e 80. Yaş Günü Armağanı Cilt 1*, Ed. Abuzer Kendigelen, (İstanbul: Beta Yayınevi, 2001), 401.

düzenlemeye de yer verilmiştir⁴³⁸. Bu kapsamda, mevzuatta da öngörüldüğü üzere internet ortamında marka hakkının ihlali gündeme gelebilecek ve buna ilişkin davalarda, ileri sürülebilecek diğer taleplerin yanında erişimin engellenmesi de talep edilebilecektir⁴³⁹.

3.1.3.2. Haksız Rekabet Kapsamında Erişimin Engellenmesi Kararı Verilmesi

İnternette meydana gelen diğer hak ihlallerinin yanında, İnternet Ortamında Haksız Rekabet başlıklı bölümde⁴⁴⁰ detaylıca izah ettiğimiz üzere, yaygın ve günlük hayatın parçası haline gelen internet kullanımı, haksız rekabet halleriyle bu ortamda da sıkça karşılaşılmasına yol açmıştır.

İnternetin kendine özgü yapısı sebebiyle de bu alandaki haksız rekabet hallerinin, haksız rekabetin önlenmesi, sona erdirilmesi ya da sonuçlarının ortadan kaldırılması için kullanılan klasik yöntemlerin dışında yeni yöntemlere ihtiyaç duyulmuştur. Yukarıdaki başlık altında anlatıldığı üzere, farklı merciler tarafından verilebilen erişimin engellenmesi yöntemi de işte bu yöntemlerden biridir⁴⁴¹.

İnternet erişiminin engellenmesi, internet ortamında yer alan ve haksız rekabet teşkil eden içeriğe; bu hukuka aykırılık hali sona erene kadar ulaşılmamasını sağlayan teknik bir tedbir olarak tanımlanabilecektir⁴⁴². 5651 sayılı Kanun'da ise bu yöntem, “alan adından erişimin engellenmesi, IP adresinden erişimin engellenmesi, içeriğe (URL) erişimin engellenmesi ve benzeri yöntemler kullanılarak erişimin engellenmesi” olarak tanımlanmıştır.

Erişimin engellenmesi, kanunda haksız rekabetin gündeme gelmesi halinde uygulanabilecek bir yöntem olarak doğrudan öngörülmemiştir. Ancak genel çerçevesi

⁴³⁸ Söyleyensoy, 56.

⁴³⁹ Uğur Çolak, *Türk Marka Hukuku*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2023), 1114; İlhami Güneş, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Işığında Uygulamalı Marka Hukuku, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2021), 459 vd.; Rüzgâr, 280. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2022/861 E., 2023/4629 K. ve 05.09.2023 tarihli, Yargıtay 11. HD. 2022/197 E., 2023/3808 K. ve 15.06.2023 tarihli kararları, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 27.04.2024.

⁴⁴⁰ Ayrıntılı bilgi için bkz. sayfa 43 vd.

⁴⁴¹ Özkaya, 81.

⁴⁴² Özkaya, 84; Melikşah Çırakoğlu, *5651 Sayılı Kanun Çerçevesinde İnternet Erişiminin Engellenmesi ve Erişim Sağlayıcıları Birliği*, (Ankara: Adalet Yayınevi, 2018), 29.

çizildiği üzere haksız rekabetin söz konusu olması halinde TTK m. 56, haksız rekabetin men'inin, haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılmasının, haksız rekabet yanlış veya yanıltıcı beyanlarla yapılmışsa bu beyanların düzeltilmesinin ve tecavüzün önlenmesi için kaçınılmaz ise haksız rekabetin işlenmesinde etkili olan araçların ve malların imhasının istenebileceğini belirtmekle birlikte, ileri sürülebilecek talepleri sınırlı olarak saymamıştır⁴⁴³. Dolayısıyla haksız rekabetin somut olaya özgü değerlendirme yapılmasını gerektiren yapısı gereği internet ortamındaki ihlallerini ve/veya sonuçlarını bertaraf etmeye yönelik talepler ileri sürülebilecek, karar alınabilecek ve bu kapsamda erişimin engellenmesi kararı da verilebilecektir.

Öte yandan, erişimin engellenmesi kararı verilebileceği açıkça düzenlenmemiş olmakla birlikte TTK m. 58'de Basın, Yayın, İletişim ve Bilişim Kuruluşlarının Sorumluluğu kenar başlığı altında bilişim kuruluşlarının sorumlulukları düzenlenmiş, m. 58/4 c.2'de de ayrıca mahkeme tarafından haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesine ya da önlenmesine ilişkin tedbir kararı verebileceği veya içeriğin geçici olarak kaldırılması dâhil somut olaya uyan uygulanabilir başka tedbirler alınabileceği belirtilmiştir. Düzenlemenin bilişim kuruluşlarının sorumluluğuna yer vermesi, içeriği kaldırma ya da somut olaya özgü başkaca tedbirlerin uygulanabileceğini belirtmesi dolayısıyla, erişimin engellenmesi yöntemini de kapsamına aldığı ve ihtiyati tedbir olarak erişimin engellenmesi kararı verilebileceği kabul edilmektedir⁴⁴⁴. İhtiyati tedbirin uyuşmazlık konusu hakkında verildiği gözetildiğinde, ihtiyati tedbir olarak erişimin engellenmesi yönündeki kararının; nihai karar olarak da verilebileceği evleviyetle kabul edilmelidir⁴⁴⁵. Dolayısıyla maddede yer alan “tedbir” ifadesi, yalnızca ihtiyati tedbiri değil, verilecek nihai kararı da kapsayacak şekilde geniş yorumlanmalıdır⁴⁴⁶.

⁴⁴³ Erdil, 254 vd.; Soydemir 223.

⁴⁴⁴ Esra Dişli, “Marka Hakkının İnternet Ortamında İhlali”, (Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2016), 121-123; Betül Aktaş Ertan, “Haksız Rekabette Bilişim Kuruluşlarının Sorumluluğu”, *İnternet Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele*, Ed. Bülent Kent ve Yasin Söyler ve Merve Ayşegül Kullar İbrahim, (İstanbul: On İki Levha, 2022), 134; Vural Seven, “Sosyal Paylaşım Sitelerinin (Youtube-Facebook-Twitter) Haksız Rekabet Karşısındaki Durumu”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Prof. Dr. Hakan Pekcanitez'e Armağan Özel Sayısı*, 16 (2014): 3348; Abbasoğlu, 155-156; Dülger, Bilişim Alanına İlişkin Düzenlemelerin Yansımaları, 134.

⁴⁴⁵ Cengiz Serhat Konuralp, “6100 Sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu'na Göre İhtiyati Tedbirler”, *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 71/2 (2013): 228; Kaplan, 147.

⁴⁴⁶ Kaplan, 147.

TTK m. 58/4'te somut olaya özgü tedbirler alınabileceğine ilişkin ifadeden hareketle, bu konuda hâkime geniş bir takdir yetkisi tanındığı kabul edilmektedir. Ancak bu takdir yetkisinin somut olaya en uygun ve temel hak ve özgürlüklere en az müdahalede bulunan tedbire karar verilmesi için kabul edildiği de belirtilmektedir⁴⁴⁷. Her ne kadar AYM kararlarında ve doktrinde 5651 sayılı Kanun ile ilgili olarak kapsamı ve sınırlarının belli olmaması sebebiyle yargı makamlarına geniş bir takdir yetkisi veren maddelerinin, müdahalenin kanuniliği yönünden birtakım tereddütlere yol açtığı belirtilmişse de⁴⁴⁸; kanaatimizce TTK m. 58/4 bakımından endişe edilmesini gerektirecek bir neden yoktur. Zira haksız rekabet bakımından özellikle men ve eski hale iade davalarında hangi tür kararların verilebileceği kazuistik şekilde düzenlenmemiştir. Ayrıca hukuk mahkemelerinin takdir yetkisi ceza mahkemelerinin takdir yetkisinden daha geniş olduğu gibi⁴⁴⁹, TTK m. 58/4 çerçevesinde verilecek kararlar, 5651 sayılı Kanun çerçevesinde verilecek kararlardan farklı olarak, ihtiyati tedbir ya da nihai karar olması fark etmeksizin, taraf teşkilinin sağlandığı ve belirli bir süre sınırının olmadığı bir yargılama neticesinde verileceğinden, 5651 sayılı Kanun ile ilgili olarak yapılan bu yöndeki eleştiriler TTK m. 58/4 hükmüne uymamaktadır.

TTK m. 58/4 bakımından, doktrinde bir görüş temel hak ve özgürlüklere müdahale niteliğinde karar verme imkânı tanıyan geniş takdir yetkisinin sınırlarının ve sorumluluğun kapsamının tartışmaya yer vermeyecek şekilde çizilmesi gerektiğini ileri sürmektedir⁴⁵⁰. Bir diğer görüş ise, erişimin engellenmesi kararı verilmesinin temel hak ve özgürlüklere aykırı olmadığını, zira temel hak ve özgürlüklerin de sınırsız olmadığını ileri sürmektedir⁴⁵¹. Kanaatimizce, haksız rekabetin somut olay bazında değerlendirme yapmayı gerektiren yapısı, TTK m. 58/4'te bilişim kuruluşlarının sorumluluğu ve somut olaylara özgü tedbirler alınabileceğine dair düzenlemeler ile bilerek sınırlandırma

⁴⁴⁷ İhsan Baştürk, "Türk Ticaret Kanunu'nda Bilişim Yoluyla Haksız Rekabetin Hukuki- Cezai Sonuçları", *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 6 (2011): 308-309; Aktaş Ertan, 133-134; Seven, 3348; Dişli, 122 vd.

⁴⁴⁸ Işık, 980 vd. Ayrıca Anayasa Mahkemesi 2018/14884 Başvuru Numaralı ve 27/10/2021 tarihli, 07/01/2022 tarih ve 31712 Resmî Gazete sayılı kararı, 24, <https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2018/14884>, E.T: 30.04.2024, (Işık, 980).

⁴⁴⁹ Murat Volkan Dülger ve Yasin Beceni, *Türkiye'de İnternet Sitelerinin Erişiminin Engellenmesi Konusunda Farklı Hukuk Disiplinleri Açısından Değerlendirmeler*, (Ankara: TÜSİAD Yayınları, 2011), 21, <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/5135-turkiyede-internet-sitelerinin-erisiminin-engellenmesi-konusunda-farkli-hukuk-disiplinleri-acisinden-degerlendirmeler>, E.T: 08.05.2024.

⁴⁵⁰ Aktaş Ertan, 134; Güloğlu, 108.

⁴⁵¹ Seven, 3349-3350; Çolak, 1116.

yapılmamış olması, teknolojinin sürekli gelişimi gibi nedenlerle mevcut düzenlemelerin erişimin engellenmesi kararı verilmesi açısından yeterli olduğu kabul edilmelidir⁴⁵².

Ancak elbette mahkemenin erişimin engellenmesi kararı verebilmek için takdir yetkisinin bulunması, mahkemece başka gözetilmesi gereken bir husus olmadığı anlamına gelmemektedir. İfade edildiği üzere temel hak ve özgürlüklere müdahale içeren erişimin engellenmesi kararının hukuka uygun olması için müdahalenin Anayasa m. 13 uyarınca hakkın özüne dokunmaması, demokratik toplumun gereklerine uygun ve ölçülü olması gerekmektedir. Bu gereklilik, şüphesiz ki serbest rekabete dayanan piyasa ekonomisinin ve dürüst ticari ortamın korunmasını amaçlayan haksız rekabet kapsamında verilecek erişimin engellenmesi kararları bakımından da söz konusudur⁴⁵³. Kararın ölçülülük ilkesine uygun olabilmesi için, karar ile sağlanması beklenen yarar ve verilmesi ihtimal dahilinde bulunan zarar arasında makul bir oran bulunmalıdır⁴⁵⁴. Bu gereklilikleri temin etmek için, özellikle erişimin engellenmesi kararının son çare olarak verilmeli, daha hafif bir tedbir ile hukuka aykırılık giderilebiliyorsa bu yönde bir karar verilmeyerek, somut olaya en uygun ve temel hak ve özgürlüklere en sınırlı etki edecek tedbire karar verilmesi gerektiği gözetilmelidir⁴⁵⁵.

Doktrinde ayrıca, içeriğin çıkarılması ile hukuka aykırılığın giderilebildiği hallerde erişimin engellenmesi yerine içeriğin çıkarılması kararı verilmesi gerektiği, bu durumun

⁴⁵² Abbasoğlu, 156; Dülger ve Beceni, 24.

⁴⁵³ Baştürk, 309; Aktaş Ertan, 133; Memiş, Erişimin Engellenmesi, 170-172; Serhat Koç, “Hukuksal Bağlamda Sosyal Medya Analizi ve Kıyaslamalı Mevzuat Önerileri”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2013), 91 vd.

⁴⁵⁴ Özkaya, 113; Yüksel Metin, “Temel Hakların Sınırlandırılması ve Ölçülülük: Ölçülülük İlkesi Evrensel Bir Anayasal İlke Midir?”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 7/1 (2017): 4; Dülger ve Beceni, 21.

⁴⁵⁵ Kurt, 253; Memiş, Erişimin Engellenmesi, 163; Yasaman, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Yer Sağlayıcının Sorumluluğu, 274; Bozbel, İhtiyati Tedbir, 158; Koç, 174; Budak, 167; Abbasoğlu, 180; Kaplan, 149. Aynı yönde Yargıtay 11. HD. 2016/4022 E., 2017/5902 K. ve 31.10.2017 tarihli kararı, “...Mahkemece hüküm fıkrasında; “www.....com alan adlı internet sitesindeki haksız rekabetin önlenmesine” şeklinde karar verilmiş ise de, aynı hüküm fıkrasında internet sitesindeki hangi davalı eylemlerinin ne şekilde haksız rekabet teşkil ettiği belirtilmeksizin ve infazda tereddüt oluşturacak şekilde karar verilmiştir. HMK 297/2. maddesi uyarınca hükümde taraflara yüklenen borç ve tanınan hakların sıra numarası altında açık şüphe ve tereddüt uyandırmayacak şekilde gösterilmesi gereklidir. Bu bakımdan, öncelikle davalılara ait internet sitesindeki satışa arz edilen ürünlerden hangilerinin davacı internet sitesindeki satışa sunulan iş mahsulleri ile haksız rekabete yol açacak derecede taklidi olduğunun bilirkişiler vasıtasıyla belirlenmesinden sonra, bu mahsuller bakımından internet yoluyla gerçekleştirilen haksız rekabetin önlenmesine karar verilmesi gerekirken, davalıların elektronik ticaret yaptıkları internet sitesindeki faaliyetlerinin tümünü önleyecek şekilde hüküm tesisi doğru olmamış, bozmayı gerektirmiştir.”, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 16.08.2024, (Yargı Kararları, 90-92).

ölçülülük ilkesinin de gereği olduğu belirtilmektedir⁴⁵⁶. Kanaatimize göre ise içeriğin kaldırılması kararı, özellikle TTK m. 58/4'ün belirttiği şekilde geçici olarak verilmemişse, somut olaya göre erişimin engellenmesi yönteminden daha ağır bir müdahale teşkil edebilecektir. Zira içeriğin çıkarılması halinde içerik tamamen silinmekteyken, erişimin engellenmesi halinde yalnızca ülke bazında karar verilebilmekte ve verilen bu kararı aşarak yine siteye ulaşma imkânı bulunmaktadır⁴⁵⁷. Bu nedenle her koşulda içeriğin çıkarılmasının erişimin engellenmesinden daha hafif bir tedbir olmayabileceği göz önünde bulundurulmalı, somut olaya özgü değerlendirme yapılmalıdır. Örneğin web sayfasının yalnızca bir kısmını işgal eden reklam bantları, yönlendirici kod ya da anahtar kelime olarak seçilen kelimenin haksız rekabet teşkil etmesi halinde bunların çıkarılması bakımından erişimin engellenmesi yöntemi yerine içeriğin çıkarılmasının daha az müdahalede bulunacağı kabul edilebilir. Ancak alan adının haksız rekabet oluşturası halinde bu alan adına erişimin engellenmesi kararı verilmeksizin haksız rekabeti önlemek ve/veya maddi sonuçlarını ortadan kaldırmak mümkün olmayacaktır.

Haksız rekabet kapsamında erişimin engellenmesi kararı verilmesine ilişkin olarak belirtilmesi gereken bir diğer husus, bu kararın haksız rekabetin men'i ve eski hale iade davalarından hangisi kapsamında ileri sürülebileceğidir. İçeriğin kaldırılması, alan adının terkinin gibi taleplerin eski hale iade davası kapsamında kaldığı kabul edildiğinden, genellikle birlikte anılan erişimin engellenmesi yöntemini de bu kapsamında kabul eden görüşler bulunmaktadır⁴⁵⁸. Ancak kanaatimizce, men davasının tecavüzü önlemeye, eski hale iade davasının ise sonuçlarını ortadan kaldırmaya yönelik yapısı ve somut olayda erişimin engellenmesi talep edilen içeriğe göre, somut olaya göre her iki dava kapsamında da erişimin engellenmesi talep edilebilecektir. Ancak hangi dava kapsamında ileri

⁴⁵⁶ Aktaş Ertan, 134; Güloğlu, 108; Söyleyensoy, 123; Kendigelen, 84; Dülger, Bilişim Alanına İlişkin Düzenlemelerin Yansımaları, 134.

⁴⁵⁷ Özkaya, 86; Kemal Gözler, "Erişimi Engellenen Bir Web Sayfasının İçerik Sağlayıcı Tarafından Yayından Çıkarılması Ne İşe Yarar? Erişim Sağlayıcıları Birliğinin 3 Eylül 2019 Tarihli Bir E-Postasının Düşündürdükleri İçerik Sağlayıcıları İçin Bir Uyarı", <https://www.anayasa.gen.tr/esbnin-epostasi.htm>, E.T: 01.05.2024.

⁴⁵⁸ Erdil, 259; Ülgen vd., 376; Sarıdağ, 42; Çolak, 1114. Aynı yönde İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 16. HD. 2018/2564 E., 2021/972 K. ve 29.04.2021 tarihli kararı, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 16.08.2024.

sürülürse sürülsün, erişimin engellenmesi talebinin kabulüne yönelik kararın, icrasında tereddüde yer bırakmayacak şekilde verilmesi gerekmektedir⁴⁵⁹.

Yargıtay 11. HD. tarafından incelenen bir uyuşmazlıkta da “...Mahkemece hüküm fıkrasında; “www.....com alan adlı internet sitesindeki haksız rekabetin önlenmesine” şeklinde karar verilmiş ise de aynı hüküm fıkrasında internet sitesindeki hangi davalı eylemlerinin ne şekilde haksız rekabet teşkil ettiği belirtilmeksizin ve infazda tereddüt oluşturacak şekilde karar verilmiştir. HMK 297/2. maddesi uyarınca hükümde taraflara yüklenen borç ve tanınan hakların sıra numarası altında açık şüphe ve tereddüt uyandırmayacak şekilde gösterilmesi gereklidir. Bu bakımdan, öncelikle davalılara ait internet sitesindeki satışa arz edilen ürünlerden hangilerinin davacı internet sitesindeki satışa sunulan iş mahsulleri ile haksız rekabete yol açacak derecede taklidi olduğunun bilirkişiler vasıtasıyla belirlenmesinden sonra, bu mahsuller bakımından internet yoluyla gerçekleştirilen haksız rekabetin önlenmesine karar verilmesi gerekirken, davalıların elektronik ticaret yaptıkları internet sitesindeki faaliyetlerinin tümünü önleyecek şekilde hüküm tesisi doğru olmamış, bozmayı gerektirmiştir.” şeklindeki hüküm ile kararın tereddüde yer bırakmayacak şekilde verilmesi gerekliliği vurgulanmıştır⁴⁶⁰. Dolayısıyla karar verilirken yalnızca haksız rekabetin men’i ya da eski hale iade taleplerinin kabulü şeklinde hüküm kurulmamalı, erişimin engellenmesi yönünde detaylı karar verilmelidir.

Uygulamada mahkemeler tarafından, hukuka aykırı içeriğin kaldırılmasına, aksi takdirde erişimin engellenmesine yönelik karar verildiği görülmektedir⁴⁶¹. Bu durumun, özellikle hukuka aykırı içeriğin kaldırılmasının erişimin engellenmesinden daha az bir müdahaleyi barındırdığı hallerde, erişimin engellenmesi kararının son çare olarak verilmesinin bir görünümü olduğu söylenebilecektir. Ancak kanaatimizce müdahalenin ölçülü olmasının temin etmeye yönelik, seçenekli olarak verilecek bu tür kararlar uygulamada tereddüde yol açabilecektir. Bunun yerine erişimin engellenmesi kararının son çare olarak verilmesi

⁴⁵⁹ Çolak, 1115; İslamoğlu, 103.

⁴⁶⁰ Yargıtay 11. HD. 2016/4022E., 2017/5902 K. ve 31.10.2017 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 02.05.2024. Karar için ayrıca bkz. Çolak, 1115.

⁴⁶¹ Yargıtay 11. HD. 2012/1612 E., 2013/1638 K. ve 25.01.2013 tarihli kararı, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, E.T: 06.06.2024, (Budak, 175).

bakımından, karar verilmeden önce hukuka aykırı içeriğin kaldırılması için süre verilebilmesi daha isabetli olacaktır⁴⁶².

3.1.3.3. Kararın Yerine Getirilmesi

Kararın yerine getirilmesini izah etmek için, öncelikle erişimin engellenmesinde kullanılacak yönteme değinilmelidir. Erişimin engellenmesi, yukarıda da belirtildiği üzere, 5651 sayılı Kanun m. 2/1-o bendinde “Alan adından erişimin engellenmesi, IP adresinden erişimin engellenmesi, içeriğe (URL) erişimin engellenmesi ve benzeri yöntemler kullanılarak erişimin engellenmesi” olarak tanımlanmıştır.

Erişimin engellenmesi yöntemlerinden olan, alan adından erişimin engellenmesinde alan adı engellenen bir web sitesine kişi ulaşmaya çalıştığında, alan adının IP çözümlemesini yapan alan adı sistem sunucusu, erişimi engellenen web sitesinin çözümleme talebini yanıtsız bırakmakta ya da erişimin engellendiğine ilişkin sayfaya yönlendirmektedir. Bu yöntem ile internet trafiğine ulaşmadan önce kullanıcının erişim sorgusu engellenebildiğinden ağ trafiği de hafifletilebilmektedir. Ancak bu yöntem, alan adının tüm alt içeriği ile erişimini engellediğinden, hukuka aykırı içerik yanında aynı alan adı altındaki hukuka uygun içeriklere de erişimin engellenmesine yol açmakta ve bu yönüyle ölçülülük bakımından eleştirilebilmektedir⁴⁶³.

Erişimin engellenmesi için bir diğer yöntem, IP adresi üzerinden erişimin engellenmesidir. Bu yöntemde, web sitelerinin bulunduğu sunucunun IP adresi engellenmektedir. Ancak bu yöntemde de bir sunucunun birden fazla içeriği ya da web sitesini barındırması halinde tümüne erişim engellenmiş olmakta, bu durum ise müdahalenin ölçüsüz olmasına yol açabilmektedir⁴⁶⁴.

Bir başka erişimin engellenmesi yöntemi ise Nesne tabanlı (URL) erişimin engellenmesidir. Bu yöntemde alan adı sunucusundan alınan IP adresine bağlanılmakta

⁴⁶² İfa amaçlı ihtiyati tedbir kararı vermeden önce davalıya mehil veren Alman ve İsviçre Mahkemelerine ilişkin olarak bkz. Keskinci, 150. Doktrinde Öztekin ise, olması gereken istemin hukuka aykırı içeriğin kaldırılması, kaldırılana kadar tedbiren erişimin engellenmesi şeklinde olması gerektiğini, ancak mevcut hukuk bakımından şarta bağlı hüküm kurulamayacağını belirtmektedir. Bkz Alp Öztekin, *Teori ve Uygulamada Türk İnternet Hukuku*, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2023), 697.

⁴⁶³ Kaya, *İnternet Hukuku*, 80-81; Kaya, *Erişimin Engellenmesi*, 30; Özkaya, 87-88; Çınar, 72.

⁴⁶⁴ Kaya, *İnternet Hukuku*, 79; Mehmet Eryılmaz, “Türkiye ve Dünyada İnternet Erişiminin Engellenmesi ile İlgili Düzenlemeler”, (Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi 2015), 22-23; Gök, 54-55.

ancak yöneltilen talepler incelenerek, bunlardan hukuka aykırı içeriğe yönelik olanlar engellenmektedir. Doğrudan hukuka aykırı içeriğe erişime engel olma imkânı veren bu yöntemin, diğer yöntemlere nazaran daha az müdahale eden yapısı ile daha ölçülü bir sınırlama getirdiği kabul edilmektedir⁴⁶⁵. Ancak bu yöntemde de internet trafiği analiz edilerek internet kullanıcılarının özel hayatının gizliliği ve kişisel verilerinin güvenliği tehlikeye düşmektedir⁴⁶⁶.

Belirtilen bu yöntemler dışında ayrıca filtreleme yoluyla platform ya da kurumsal temelli, proxy denilen ara sunucular yoluyla erişim engellenebilecek; otomatik erişim engelleme imkânı veren teknolojiler kullanılabilir. Ancak her yöntemin avantaj ve dezavantajları olabilmektedir⁴⁶⁷.

Kullanılacak yöntem belirlenirken, en az müdahalede bulunacak ve bununla birlikte somut olaya da uygun düşecek olan yöntem seçilmelidir. Örneğin web sayfasındaki içeriğin haksız rekabet teşkil etmesi halinde mevcut teknolojiye göre en az sınırlama getiren nesne tabanlı erişim engeli kararı verilebilecekken, alan adı kullanımı ile haksız rekabetin söz konusu olması halinde bu alan adına erişimin engellenmesi gerekecektir. Ancak örneğin URL üzerinden erişim engelleme yöntemi internet içeriğini filtrelemeye dayandığından, günümüz teknolojisi itibarıyla HTTPS protokolü⁴⁶⁸ gibi şifrelenmiş internet içeriklerinde bu yöntem uygulanamamaktadır⁴⁶⁹. Bu gibi durumlarda somut olaya göre temel hak ve özgürlüklere yapılacak müdahalenin ölçülü olmaması halinde, erişimin engellenmesi kararı verilmemelidir⁴⁷⁰.

⁴⁶⁵ Çınar, 73; Özkaya, 89-90; Eryılmaz, 25.

⁴⁶⁶ Görkemli, 106; Gök, 58.

⁴⁶⁷ Kaya, İnternet Hukuku, 60 vd.; Eryılmaz, 22 vd.; Görkemli, 91.

⁴⁶⁸ HTTP bir metin aktarım protokolü olup, HTML dilinde internette yer alan verilere ulaşma, transfer etme imkânı sağlayan bir protokoldür. HTTP protokolü 1990 yılından beri kullanılmaktadır. HTTPS ile, bu yine veri aktarımına imkân sağlamakla birlikte HTTP protokolünden farklı olarak SSL güvenlik sertifikası eklenmek suretiyle güvenli veri aktarım imkânı sağlamaktadır. Bu sebeple de http protokolünün kullanıldığı sitelere URL üzerinden erişim engellenebiliyorken HTTPS protokolünün kullanıldığı siteler için bu yöntem kullanılamamaktadır. Bkz. Kaya, İnternet Hukuku, 20; Görkemli, 68; Kaya, İnternet Servis Sağlayıcı, 10.

⁴⁶⁹ Kaya, İnternet Hukuku, 82-83; Kırış, 7.

⁴⁷⁰ 5651 sayılı Kanun kapsamında verilen erişimin engellenmesi kararları bakımından aynı yönde Yavuz Selim Karayaka, “İfade Özgürlüğünün En Yeni İhlali: Wikipedia’ya Erişim Engeli”, *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 9/2 (2018): 122; Çınar, 88-89; Memiş, Erişimin Engellenmesi, 174. Karşı yönde Yasin Söyler, “İnternette Dezenformasyonla Mücadele Tartışmaları Bağlamında Anayasa Mahkemesinin Wikipedia Kararı”, *İnternet Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele*, Ed. Bülent Kent ve Yasin Söyler ve Merve Ayşegül Kullar İbrahim, (İstanbul: On İki Levha, 2022), 59-61. Bu tür durumlarda içeriğe erişimin engellenmesi yerine içeriğin çıkarılması yönteminin kullanılabilirliğine ilişkin bkz. İsmail Demez, “Kişilik

Görüldüğü üzere, erişimin engellenmesi imkanını veren çeşitli yöntemler olduğu gibi, bu yöntemler sınırlı sayıda da değildir. Bu yöntemler, erişimi engelleme tekniklerinin gerektirdiği altyapının maliyetli olması sebebiyle tercih edilip edilmemesi, erişim engellenmenin hangi düzeyde olacağı gibi sebeplerle çeşitlenmekte ve yeni teknolojilerin gelişmesiyle yeni imkanlar da ortaya çıkmaktadır⁴⁷¹.

Öte yandan, erişimin engellenmesi yöntemlerindeki çeşitlilik ve gelişmelerin yanında, erişimin engellenmesini aşmak için de çeşitli yöntemler mevcuttur. Örneğin erişimi engellenen alan adı ya da URL değiştirilerek aynı hukuka aykırı içerik kolaylıkla internet ortamına sunulmaya devam edebilir, alan adı sistem sunucu ayarları ya da proxy ayarları değiştirilebilir, içerik şifrelenerek filtreleme yöntemlerinin aşılması sağlanabilir. Erişim engelleme yöntemleri gibi, bu yöntemleri aşma teknikleri de sınırlı sayıda değildir ve gelişmeye devam etmektedir⁴⁷². Doktrinde ayrıca, erişimin engellenmesi kararının aşılabilmesi sebebiyle, erişimin engellenmesine yönelik kararların yalnızca ihlalin üstünü örteceği, ihlalin önlenmiş ya da sona erdirilmiş olmadığı, bu sebeple hakkı koruyucu ya da teminat altına alıcı bir etkiye sahip olmadığı ve dolayısıyla elverişlilik, amaca uygunluk ve orantılılığın sağlanmadığı ileri sürülmüştür⁴⁷³. Ancak kanaatimizce, özellikle ticari faaliyetlerin yürütülmesi sebebiyle haksız rekabetin söz konusu olması halinde erişimin engellenmesine yönelik kararlar, somut olaya göre önleyici ya da sona erdirici nitelik teşkil etmese dahi caydırıcı ve içeriğe ulaşılmasını zorlayıcı etkiye sahip olmasıyla önem arz etmektedir⁴⁷⁴.

Hukukumuzda, erişimin engellenmesi yöntemi 5651 sayılı Kanun'da tanımlanmış ve kullanılabilecek yöntemler örneksime yoluyla sayılmış ancak, kararda yer alması gereken hususları ve kararın uygulanış yöntemi yalnızca İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik⁴⁷⁵'te düzenlenmiştir.

Haklarının İhlali Nedeniyle İnternet Sitelerine Erişimin Engellenmesi ve/veya İçeriğin Yayından Çıkarılmasında Görev ve Yetki Sorunu", *Bilişim Hukuku Dergisi*, 3/2 (2021): 341.

⁴⁷¹ Kaya, İnternet Hukuku, 60; Çınar, 73.

⁴⁷² Görkemli, 108 vd.; Kaya, Erişimin Engellenmesi, 41 vd.; Gök, 65 vd.

⁴⁷³ Fikri hakların ihlali nedeniyle ihtiyati tedbir yoluyla erişim engellenmesinin rahatlıkla dolanılabilmesi sebebiyle hakkı koruyucu ya da teminat altına alıcı etkiye sahip olmadığına ilişkin Bozbel, İhtiyati Tedbir, 159 vd.

⁴⁷⁴ Marka hukuku bakımından aynı yönde Yasaman, İnternette Marka, 598. Erişimin engellenmesi kararlarının esasen engellemekten ziyade erişimin zorlaştırılmasına hizmet ettiğine ilişkin ayrıca bkz. Kaya, Erişimin Engellenmesi, 46; Akdeniz ve Altıparmak, 78.

⁴⁷⁵ 30.11.2007 tarih ve 26716 sayılı Resmî Gazete.

Yönetmelik'in "Erişimin engellenmesi kararında belirtilmesi gerekli hususlar" başlıklı m. 15'te, erişimin engellenmesi kararında alan adı veya IP adresi olarak erişim engelleme yönteminin de yer alması gerektiği belirtilmiştir. Ancak Yönetmelik'te diğer yöntemlere yer verilmemiş olmasının bu yöntemlerinin kullanımına engel olmayacağı, zira alan adından veya IP adresinden erişimin engellenmesine karar verebilecek makamların, daha az müdahale barındıran yöntemler ile erişimin engellenmesine karar verebileceği kabul edilmektedir⁴⁷⁶.

Her ne kadar ilgili Yönetmelik 5651 sayılı Kanun'a dayanılarak hazırlanmış ve "*Erişimin engellenmesi kararında belirtilmesi gerekli hususlar*" başlıklı m. 15 ve "*Erişimin engellenmesi usulü*" başlıklı m. 16, soruşturma evresinde hâkim, kovuşturma evresinde ise mahkeme tarafından koruma tedbiri olarak erişimin engellenmesi yöntemini düzenlemişse de özellikle bu konudaki yegâne düzenleme olması sebebiyle kanaatimizce hukuk mahkemesince verilecek erişimin engellenmesi kararları bakımından da kıyasen uygulanmalıdır. Öte yandan, kanun ve kanuna dayanılarak çıkarılan yönetmeliğin baskın kamu hukuku karakteri göz önünde bulundurulduğunda, kanun ve yönetmeliğin bu karakterinden arındırılarak özel hukuk kapsamında erişimin engellenmesi kararlarını da içeriğine alacak şekilde yeniden düzenlenmesi ya da buna ilişkin ayrı bir düzenleme yapılması, mevcut uygulamadan çok daha isabetli olacaktır.

İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik m. 16'da ayrıca erişimin engellenmesi kararlarının Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı tarafından yerine getirileceği belirtilmiştir. Ancak bu yetki 06.02.2014 tarihinde 6518 sayılı Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun⁴⁷⁷ ile 5651 sayılı Kanun'a eklenen 6/A maddesi ile kurulan Erişim Sağlayıcıları Birliğine devredilmiştir. 5651 sayılı Kanun m. 6/A uyarınca Birlik, m. 8 ve 8/A kapsamı dışındaki tüm içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesine yönelik kararların uygulanmasını sağlamak amacıyla kurulmuştur. Birliğin kuruluş gerekçesi, adli ve idari makamlar tarafından verilen içeriğin yayından kaldırılması ve erişimin engellenmesi kararlarının uygulanmasında karşılaşılan

⁴⁷⁶ Kılınç, 415.

⁴⁷⁷ 19.02.2014 tarih ve 28918 sayılı Resmî Gazete.

muhatap belirsizliğinin giderilmesi ve sektörde sivil inisiyatifin etkinleştirilmesi olarak belirtilmektedir. Bu doğrultuda Birliğin, verilen kararların uygulanması için adli veya idari kurumlar ile erişim sağlayıcılar arasında aracılık yaptığı ifade edilmektedir. Dolayısıyla kararların yerine getirilmesi için irtibatı sağlayan Birlik, kararın yerine getirilmemesi halinde yaptırım dahi uygulamamakta, bu durumda Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından idari yaptırım uygulanmaktadır⁴⁷⁸.

Erişim Sağlayıcıları Birliğinin, yalnızca 5651 sayılı Kanun kapsamında verilen erişimin engellenmesi kararlarının yerine getirilmesi bakımından yetkili olduğuna ilişkin görüşleri sürülmüştür⁴⁷⁹. Ancak yargı kararlarına bakıldığında hukuk mahkemeleri tarafından verilen kararların yerine getirilmesi için de Birliğe yazı yazıldığı görülmektedir⁴⁸⁰. Kanaatimizce de bu yöndeki uygulama isabetli olup, aksi durumun kabulü uygulamada karmaşaya ve hatta kararların uygulanamamasına yol açabilecektir. Nitekim 5651 sayılı Kanun'da da m. 8 ve m. 8/A kapsamı dışındaki tüm içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesine yönelik kararların uygulanmasını Erişim Sağlayıcıları Birliğinin sağlayacağı belirtilmiş, yine Erişim Sağlayıcıları Birliği Tüzüğü m. 5/1-a bendinin ilk cümlesi ile *“Kanun'un 8 inci maddesi kapsamı dışındaki hükümlerden ve diğer özel kanunlardan kaynaklanan erişimin engellenmesi kararlarının, Birlik üyeleri arasındaki koordinasyonu sağlayarak uygulanmasını sağlamak”* birliğin faaliyet alanları arasında sayılmıştır. Dolayısıyla, mevzuat hükümlerinden de anlaşıldığı üzere Birliğin yetki alanı 5651 sayılı Kanun kapsamında verilen kararlar ile sınırlı olmayıp diğer hükümler uyarınca verilen kararlar da Birlik tarafından yerine getirilecektir.

Belirtilen hususlar ışığında, haksız rekabete ilişkin erişimin engellenmesi kararı verilmesi halinde kararın yerine getirilebilmesi için Erişim Sağlayıcıları Birliğine müzekkere yazılması gerekmektedir⁴⁸¹.

⁴⁷⁸ Çırakoğlu, 139; Hüseyin Öztürk, “Erişim Sağlayıcıları Birliğinin Yapısı ve Görevleri”, *Bilişim Hukuku Dergisi*, 2/1 (2020): 117 vd.; Görkemli, 83-85.

⁴⁷⁹ Görkemli, 84; Çırakoğlu, 160-161.

⁴⁸⁰ İstanbul 3. Fikrî ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesin 2021/289 E., 2022/48 K. ve 28.04.2022 tarihli kararı, İstanbul 1. Fikrî ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesin 2019/164 E., 2020/97K. ve 05.03.2020 tarihli kararı, İstanbul 3. Fikrî ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesinin E. 2023/196 E., 2023/186 K. ve 14.11.2023 tarihli kararı, Lexpera Hukuk Bilgi Sistemi, E.T: 06.05.2024.

⁴⁸¹ Marka hukuku bakımından aynı yöndeki görüş için bkz. Çolak, 1116.

3.2. Davanın Tarafları

3.2.1. Davacı

Haksız rekabetin amacı, TTK m. 54/1 uyarınca bütün katılanların menfaatine, dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanmasıdır. Bu doğrultuda tüm piyasa katılımcıları ile toplumun menfaatlerinin korunmasına yönelik olarak dava açma hakkı geniş bir çerçevede düzenlenmiş, ancak davanın tarafları bakımından sınırlı sayı ilkesi benimsenmiştir. Ayrıca haksız rekabet kapsamında ileri sürülebilecek her talebin, tüm davacılar tarafından ileri sürülemeyeceği kabul edilmiştir⁴⁸².

Haksız rekabete ilişkin dava açabilecek kişilerden ilki, TTK m. 56/1 uyarınca “*haksız rekabet sebebiyle müşterileri, kredisi, meslekî itibarı, ticari faaliyetleri veya diğer ekonomik menfaatleri zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek olan kimse*”dir. Bu kimse genellikle haksız rekabet failinin rakibi olmakla birlikte, rekabet ilişkisinin bulunmadığı hallerde de haksız rekabet teşkil eden fiilin ekonomik menfaatlara zarar vermesi ve dolayısıyla haksız rekabet fiilinin mağduru olması mümkündür. Bu kapsamda zarar gören ya da zarar tehlikesine maruz kalan kimse tespit, men, eski hale iade talebinde bulunabilecek, ayrıca zarar mevcut ise, maddi ve manevi tazminat talebinde de bulunabilecektir⁴⁸³.

TTK m. 56/2 uyarınca haksız rekabete ilişkin dava açabilecek kişilerden bir diğeri, ekonomik çıkarları zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek müşterilerdir. Mülga TTK’dan farklı olarak müşterilerin dava açma hakkı daha geniş bir çerçevede düzenlenmiş ve zarar gören müşteriler yanında, zarar tehlikesine maruz kalan müşterilerin de dava açabileceği kabul edilmiştir⁴⁸⁴. Bununla birlikte, müşterilere tanınan dava açma hakkı genişletilmiş olmasına rağmen uygulamada dava hakkının kullanılmayarak sembolik kalmaya devam ettiği belirtilmektedir⁴⁸⁵.

⁴⁸² Ülgen vd., 378-379; Yıldız, 286; Erdil, 234 vd.; İslamoğlu, 106; Bozer ve Göle, 259.

⁴⁸³ Arkan, 366; Yıldız, 287; Ülgen vd., 379; Nomer Ertan, 432.

⁴⁸⁴ Arkan, 367; Erdil, 237; Yıldız, 289.

⁴⁸⁵ Erdil, 237; Nomer Ertan, 434; Yıldız, 289; Çınar Karabağ, 145.

Müşteri kavramının kapsamına, ticari amaçla hareket eden tacirlerin ve ticari amacı bulunmayan tüketicilerin de girdiği ve dolayısıyla mal veya hizmet satın almaya yönelen herkesin bu kapsamda olacağı kabul edilmektedir⁴⁸⁶.

Zarar gören ya da zarar tehlikesine maruz kalan müşteriler, haksız rekabete ilişkin davaları açabileceklerdir. Ancak haksız rekabetin işlenişinde etkili olan araçların ve malların imhasını isteyemez. Ayrıca müşterilerin zararının söz konusu olması halinde açılacak tazminat davasında, kazanç devrinin talep edilemeyeceği kabul edilmektedir. Zira, ifade edildiği üzere kazanç devrinin vekaletsiz iş görmenin özel bir türü olduğu kabul edilmekte olup, müşteriler haksız rekabet teşkil eden eyleminde vekaletsiz iş görme anlamında iş sahibi olmadığından kazanç devrinin koşulları onlar bakımından oluşmamaktadır⁴⁸⁷.

Haksız rekabetten doğan talepleri iler sürebilecek kişilerden sonuncusu, TTK m. 56/3 uyarınca *“ticaret ve sanayi odaları, esnaf odaları, borsalar ve tüzüklerine göre üyelerinin ekonomik menfaatlerini korumaya yetkili bulunan diğer meslekî ve ekonomik birlikler ile tüzüklerine göre tüketicilerin ekonomik menfaatlerini koruyan sivil toplum kuruluşlarıyla kamusal nitelikteki kurumlar”*dır. Bu grubun dava açma hakkı, haksız rekabetin bireysel menfaatler yanında toplumun ekonomik menfaatlerini de korumayı amaçlamasına dayanmaktadır⁴⁸⁸. Ayrıca Mülga TTK döneminde üyelerinin haksız rekabet davası açma hakkını haiz olması koşulu bulunan meslekî ve ekonomik birliklerin dava açma hakkı TTK ile genişletilmiş, bunun yanında kamusal nitelikli kurumlara da dava açma hakkı tanınmıştır⁴⁸⁹.

Meslekî ve ekonomik birlikler, tüketici örgütleri ya da kamusal nitelikli kurumlar, haksız rekabetin söz konusu olması halinde yalnızca tespit, men ya da eski hale iade davaları açabilecek; doğrudan bir zararlarının söz konusu olmaması sebebiyle tazminat talebinde bulunamayacaklardır⁴⁹⁰.

⁴⁸⁶ Erdil, 238; Yıldız, 289; Örs, 78; Pekdiğer, 223.

⁴⁸⁷ Çınar Karabağ, 145; Yıldız, 290; İslamoğlu, 108; Ece Baş Süzel, *Gerçek Olmayan Vekaletsiz İş Görme ve Menfaat Devri Yaptırımı*, (İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2023), 322.

⁴⁸⁸ Yıldız, 290; İslamoğlu, 108; Tekinalp, Üç Boyutluluk, 34-35; Çınar Karabağ, 146; Arkan, 367.

⁴⁸⁹ Yıldız, 291; Erdil, 238 vd.

⁴⁹⁰ Ülgen vd., 380; Erdil, 241; Yıldız, 292; Bozer ve Göle, 259; Arkan, 369.

3.2.2. *Davalı*

3.2.2.1. *Fail*

Haksız rekabet hukukunda, taraflar arasında dar anlamda bir rekabet ilişkisinin olması aranmaz. Rakip, müşteri, herhangi bir piyasa aktörü ya da dürüst ve bozulmamış rekabet ortamını bozan veya bozma tehlikesi içine düşüren herhangi biri pasif husumet ehliyetine sahip olarak haksız rekabet davalarına muhatap kılınabilir. Haksız rekabet failine karşı tüm davalar yöneltebilmekle birlikte, tazminat davaları bakımından kusur aranır⁴⁹¹.

3.2.2.2. *Çalıştıran*

Haksız rekabet teşkil eden eylemin çalışanlar tarafından gerçekleştirilmesi, TTK'da ayrıca düzenlenmiştir. TTK m. 57/1 uyarınca haksız rekabet fiili, hizmetlerini veya işlerini gördükleri sırada çalışanlar veya işçiler tarafından işlenmiş olursa, haksız rekabetin tespiti, men'i ve eski hale iade davaları çalışan aleyhine açılabilceği gibi çalıştıran aleyhine de açılabilir⁴⁹².

Tazminat davaları bakımından TTK m. 57/2, TBK hükümlerine atıf yapmıştır. Bu doğrultuda çalıştıran, TBK m. 66 vd. hükümleri uyarınca çalışanın fiilinden sorumlu olacak, yalnızca gerekli özeni gösterdiğini ispat ederek sorumluluktan kurtulabilir⁴⁹³. Ancak yalnızca tazminat davaları için TBK'ya atıf yapılması ve tespit, men ve eski hale iade davalarında kusurun aranmaması sebebiyle, çalıştırının gerekli özeni gösterdiğini ileri sürerek tespit, men ve eski hale iade davaları bakımından sorumluluktan kurtulmasının mümkün olmadığı kabul edilmektedir⁴⁹⁴.

⁴⁹¹ Erdil, 242; Yıldız, 292-293; İslamoğlu, 109; Bozer ve Göle, 259.

⁴⁹² Ayhan ve Çağlar ve Özdamar 422; Çınar Karabağ, 148.

⁴⁹³ Yıldız, 339; Çınar Karabağ, 149; M. Kemal Oğuzman, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt 2*, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2016), 150 vd.

⁴⁹⁴ Erdil, 243; Karabağ, 149; Arkan, 369; Karahan, 259; Nomer Ertan, 438-439. Karşı yöndeki görüş için bkz. Yıldız, 340.

3.2.2.3. Basın Yayın İletişim ve Bilişim Kuruluşları

3.2.2.3.1. Genel Olarak

Basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşlarının haksız rekabete ilişkin sorumluluğu TTK m. 58 ile düzenlenmiştir. Mülga TTK döneminde benimsenen yazılı basın ile sınırlı sorumluluk rejiminin aksine, TTK m. 58 haksız rekabetin “*her türlü basın, yayın, iletişim ve bilişim işletmeleriyle, ileride gerçekleştirilecek teknik gelişmeler sonucunda faaliyete geçecek kuruluşlar aracılığıyla*” işlenebileceğine değinerek sorumluluğu daha geniş bir çerçevede belirlemiştir⁴⁹⁵.

TTK ile basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşlarının sorumluluğuna ilişkin Mülga TTK’ya nazaran daha geniş bir uygulama alanı öngörülmüş olmasına rağmen; madde gerekçesinde Mülga TTK’nın basının sorumluluğuna ilişkin 60. maddesinin aynen alındığı belirtilmiştir. Doktrinde TTK m. 58 ile esasında pek çok değişiklik getirilmiş olmasına rağmen gerekçede düzenlemenin aynen alındığının belirtilmesinin hatalı olduğu, ayrıca internetin kendine özgü yapısı göz önüne alınmaksızın bilişim teknolojilerinin kullanıldığı mecraların klasik basın yayın mecralarıyla eşdeğer tutulmasının yerinde bir yaklaşım olmadığı ileri sürülerek basın, yayın ve iletişim kuruluşları ile bilişim kuruluşlarının sorumluluğunun birlikte düzenlenmesi eleştirilmektedir⁴⁹⁶. Kanaatimizce de bilişim kuruluşları ile basın, yayın ve iletişim kuruluşlarının ve sorumluluklarının ayrı ayrı incelenmesi yerinde olacağından bu çalışmada bu şekilde ele alınmıştır.

3.2.2.3.2. Basın, Yayın ve İletişim Kuruluşları

TTK m. 58 ile ifade edildiği üzere basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşlarının sorumluluğu düzenlenmiştir. Bu kuruluşlardan, bu başlık altında incelenen basın, yayın

⁴⁹⁵ Yıldız, 345; Nil Merve Çelikbaş, *Haksız Rekabette Yazılı Basının Sorumluluğu*, (İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2013), 115; Kendigelen, 84.

⁴⁹⁶ Çınar Karabağ, 152; Güloğlu, 66; Akın, 105; Pekdincer, 229; Mehmet Bedii Kaya, “Yeni Türk Ticaret Kanunun 58. Maddesinin Bilgi Toplumu Hizmet Sağlayıcıları Açısından İncelenmesi – 1 Kaynak: <https://turk-internet.com/yeni-turk-ticaret-kanunun-58-maddesinin-bilgi-toplumu-hizmet-saglayicilari-acisindan-incelenmesi-1/>”, <https://turk-internet.com/yeni-turk-ticaret-kanunun-58-maddesinin-bilgi-toplumu-hizmet-saglayicilari-acisindan-incelenmesi-1/>, E.T: 20.05.2024.

ve iletişim kuruluşlarının sorumluluğunun belirlenebilmesi için öncelikle bu kavramlar tanımlanmalıdır.

Basın kuruluşları, gazete, dergi televizyon, radyo gibi çevrimdışı ya da internet haber siteleri gibi çevrimiçi ortamlarda basılmış eserleri üreten, düzenleyen ve kamuya sunan kuruluşlar olarak tanımlanabilir. Yayın kuruluşları ise gazete, dergi gibi işitsel ve görsel kitle iletişim araçları tarafından sunulan her türlü yayın hizmetini veren kuruluşlardır. Yayın kuruluşlarının sağladığı yayın hizmeti, 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun m. 3/1-ff bendinde “*Medya hizmet sağlayıcının editöryal sorumluluğu altında ve temel amacı kamuoyunu bilgilendirmek, eğlendirmek veya eğitmek üzere elektronik iletişim şebekeleri yoluyla program sunmak olan, bireysel iletişim hariç olmak üzere, televizyon yayın hizmeti, isteğe bağlı yayın hizmeti ve ticarî iletişim ile radyo yayın hizmeti*” olarak tanımlanmıştır. İletişim kuruluşları ise, cep telefonu, bilgisayar, internet aracılığıyla iletişim kurulmasını sağlayan kuruluşlardır⁴⁹⁷.

TTK m. 58 ile düzenlen sorumluluk rejimine bakıldığında, öncelikle tespit, men ve eski hale iade davaları ve tazminat davaları yönünden bir ayrıma gidildiği görülmektedir. Maddenin ilk iki fıkrasında tespit, men ve eski hale iade davalarına ilişkin düzenlemeler yer alırken üçüncü fıkrası tazminata ilişkin sorumluluğu düzenlemiştir.

Tespit, men ve eski hale iade davaları bakımından kademeli bir sorumluluk sistemi kabul edilmiştir. Buna göre, kural olarak haksız rekabetin söz konusu olması halinde yayımlananın, görüntülenenin veya iletilenin sahipleri ve ilan veren kişiler sorumlu olacaktır. Bu kişilerin sorumluluğu, birinci kademe sorumluluk olarak da ifade edilmektedir. İstisnai hallerde ise, ikinci kademede yazı işleri müdürü, genel yayın yönetmeni, program yapımcısı, görüntüyü, sesi, iletiyi, yayın, iletişim ve bilişim aracına koyan veya koyduran kişi ve ilan servisi şefi; birinci ve ikinci kademedeki sorumlular gösterilemiyorsa üçüncü kademede işletme veya kuruluş sahibi aleyhine tespit, men ve eski hale iade davaları açılabilir.

İkinci ve üçüncü kademedeki sorumlulara gidilebilmesinin koşulu olan istisnai haller ise, “*yazılı basında yayımlanan şey, program, içerik, görüntü, ses veya ileti, bunların*

⁴⁹⁷ Kaplan, 132-133; Akın, 111-112; İslamoğlu, 110-111.

sahiplerinin veya ilan verenin haberi olmaksızın ya da onayına aykırı olarak yayımlanması”, “yazılı basında yayımlanan şeyin, programın, görüntünün, ses veya iletinin sahibinin veya ilan verenin kim olduğunun bildirilmesinden kaçınılması” ya da “başka sebepler dolayısıyla yazılı basında yayımlanan şeyin, programın, görüntünün, sesin, iletinin sahibinin veya ilan verenin meydana çıkarılması veya bunlara karşı bir Türk mahkemesinde dava açılmasının mümkün olmaması” halleridir. Sorumluluk bakımından kusur ise aranmamakta, ancak söz konusu olması halinde kademeli sorumluluğa gidilmeden doğrudan kusurlu kişiye dava açılabilir⁴⁹⁸. Tazminat bakımından ise, kademeli sorumluluk sistemi benimsenmemiş, TTK m. 58/3 ile TBK hükümlerinin uygulanacağı kabul edilmiştir.

3.2.2.3.3. Bilişim Kuruluşları

3.2.2.3.3.1. Genel Olarak

İfade edildiği üzere TTK m. 58 ile basın kuruluşlarının yanında, ilk kez bilişim kuruluşlarının haksız rekabetten doğan sorumluluğu da düzenlenmiştir. Madde ile, haksız rekabetin basın, yayın ve iletişim kuruluşları yanında bilişim işletmeleriyle ya da ileride gerçekleşecek teknik gelişmeler sonucunda faaliyete geçecek kuruluşlar aracılığıyla işlenebileceği, ancak istisnai hallerde bu kuruluşların sorumluluklarına gidilebileceği düzenlenmiştir. Düzenleme, özellikle çalışmamızda ele alınan internet ortamında meydana gelen haksız rekabet hallerinden davalı sıfatıyla sorumlu tutulabilecek kişilerin belirlenmesi bakımından önem arz etmektedir.

Maddede bilişim işletmeleri ve ileride gerçekleşecek teknik gelişmeler sonucunda faaliyete geçecek kuruluşlara ilişkin düzenlemenin yanında, maddenin kenar başlığında basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşları ifadesi kullanılmıştır. Kenar başlığında geçen bilişim kuruluşları ve metinde geçen bilişim işletmeleri kavramları, haklı olarak birbiriyle paralel olmadığı, maddede tanımlanmadığı, literatürde şimdiye kadar rastlanmadığı ve belirsizliğe yol açtığı gerekçeleriyle eleştirilmekte ve tartışmalara yol açmaktadır⁴⁹⁹.

⁴⁹⁸ Kaplan, 134; Ülgen vd., 381; Yıldız, 348; Akın, 112.

⁴⁹⁹ Baştürk, 290; Kaplan, 128; Aktaş Ertan, 123; Özen ve Baştürk, 224-225.

Doktrinde bir görüş, bilişim ve ticari işletme kavramları birleştirilerek bilişim işletmesi kavramının oluşturulduğunu ve bilişim alanında faaliyette bulunan ticari işletmelerin kastedildiğini, bu sebeple de ticari işletme kapsamında olmayan faaliyetlerin TTK kapsamında değil, TBK kapsamında ele alınması gerektiğini ileri sürmektedir⁵⁰⁰.

Bir başka görüş, maddenin kenar başlığındaki bilişim kuruluşlarının mevcut işletmeler ve teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkabilecek olan kuruluşları kapsadığını belirtmektedir⁵⁰¹.

Bir diğer görüş ise, bilişim kuruluşları ile bilişim işletmeleri kavramları arasında bilinçli bir ayırım yapılmadığını, bilişim işletmeleri kavramı ile ticari işletmelerin kapsama alınmasının söz konusu olmadığını, bu kavramların teknik olarak kullanılmak yerine kapsamın geniş tutulması gerektiğini ileri sürmektedir⁵⁰². Kanaatimizce de bilişim işletmeleri kavramı sebebiyle ticari işletme kapsamı dışında kalan durumların TBK'ya tabi olacağını kabul etmek TTK'nın dürüst ve bozulmamış rekabeti korumayı amaçlayan yapısı ve hükümleri ile çelişki teşkil edecek olup, kavramların geniş yorumlanması gerekmektedir.

Doktrinde ayrıca isabetli olarak, madde kenar başlığının da metne dahil olduğu; madde metninin yeterli özen gösterilmeden hazırlandığı ve dilinin hukuk terminolojisine uygun olmadığı, belirsizliğin ve çelişkinin ortadan kaldırılması adına yalnızca bilişim kuruluşları kavramının kullanılması ve açıklanması gerektiği belirtilmektedir⁵⁰³.

İlerleyen teknik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkacak kuruluşlar bir yana bırakılacak olursa, çalışmamızın erişimin engellenmesi ile ilgili konusu sebebiyle çalışma kapsamında incelenecek olan başlıca bilişim kuruluşları, internet süjeleridir⁵⁰⁴.

⁵⁰⁰ Baştürk, 290. Ayrıca aynı yönde Güloğlu, 65; İslamoğlu, 111.

⁵⁰¹ Bozkurt Yüksel, 87.

⁵⁰² Savaş Bozbel, *6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na göre Haksız Rekabet*, (Erlangen: Epubli GmbH, 2018), 775, (Aktaş Ertan, 124'ten naklen); Aktaş Ertan, 124.

⁵⁰³ Aktaş Ertan, 124; Taşkın, 400.

⁵⁰⁴ İnternet süjeleri, internet yoluyla iletişimin gerçekleşmesi için gerekli olan alt yapıyı ve internette yer alan içerikleri hazırlayanlar, bu içerikleri yayınlayanlar, internette yayınlanan bu içeriği depolayan ve kullanıcıların hizmetine sunanlar ile interneti kullanan kişi ve kuruluşlar olarak tanımlanabilecektir. Ayrıntılı bilgi için Emine Bilge Türk, "İnternet Ortamında Gerçekleşen Marka Hakkı İhlalleri Kapsamında İnternet Servis Sağlayıcılarının Sorumlulukları", (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2022), 5; H.

Hukukumuzda internet süjelerinin sorumluluğu, ilk kez 2007 yılında 5651 sayılı Kanun’la düzenlenmiştir. Kanun’da internet süjesi olarak, içerik, yer ve erişim sağlayıcı ile toplu kullanım sağlayıcıya yer verilmiştir. Daha sonrasında, 2014 yılında 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun⁵⁰⁵ ile de hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcı kavramları düzenlenmiştir. Gerek TTK m. 58 gerekse de 6563 sayılı Kanun düzenlemelerinde ayrıca 8 Haziran 2000 tarihli 2000/31/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi⁵⁰⁶ hükümleri göz önünde bulundurulmuştur. Direktif ise Dijital Hizmetler Kanunu⁵⁰⁷ (*Dijital Services Act*) ile yürürlükten kaldırılmıřtır⁵⁰⁸. Dolayısıyla bilişim kuruluşlarının sorumluluğunun belirlenmesinde, bu düzenlemelerin de gözetilmesi gerekmektedir⁵⁰⁹.

3.2.2.3.3.2. Başlıca Bilişim Kuruluşları

3.2.2.3.3.2.1. İçerik Sağlayıcı

İçerik sağlayıcı, internette erişilebilir herhangi bir web sitesi veya mobil uygulamanın içeriğine bilgi aktarımı yoluyla katkıda bulunan kurum, kuruluş ve bireylerdir. Bu bilgi aktarımı, web sayfası sahibi tarafından çeşitli şekillerde, örneğin veri aktarımı veya internet ortamına bilgi yükleme “*uploading*” gibi yollarla ger ekleřtirilebilir⁵¹⁰.

5651 sayılı Kanun m. 2/1-f’de ise içerik sağlayıcı, “*internet ortamı üzerinden kullanıcılara sunulan her türlü bilgi veya veriyi üreten, değiştiren ve sağlayan gerçek veya tüzel kişi*” olarak tanımlanmıştır.

Lale Ayhan, “AB ve Türk Hukuklarına Göre İnternet Ortamında Fikri Mülkiyet Haklarının İhlali”, (Yüksek Lisans Tezi, Gazi  niversitesi, 2010), 210

⁵⁰⁵ 05.11.2014 tarih ve 29166 sayılı Resmî Gazete.

⁵⁰⁶ Bilgi Toplumu Hizmetlerinin Bazı Hukuki Yönleri ve özellikle İç Pazarda Elektronik Ticaret Konusunda 8 Haziran 2000 tarihli 2000/31/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifinin İngilizce metni için <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031>, E.T: 27.05.2024.

⁵⁰⁷ Dijital Hizmetler Yasasının İngilizce metni için <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>, E.T: 27.05.2024.

⁵⁰⁸ Dijital Hizmetler Yasası hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. İpek  evik, “Avrupa Birliği Dijital Hizmetler Yasası’nın Değerlendirmesi”, *Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi*, 2 (2023): 390 vd.

⁵⁰⁹ Aktaş Ertan, 117;  olak, 722; Yasaman, İnternette Marka, 562 vd.

⁵¹⁰ Kaplan, 139; Tamer Soysal, “İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumlulukları”, *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 61 (2005): 309; Yıldız, 358; Rüzgâr, 125.

5651 sayılı Kanun m. 4/1 uyarınca içerik sağlayıcı, internet ortamında kullanıma sunduğu her türlü içerikten sorumludur, bağlantı sağladığı başkasına ait içerikten ise m. 4/2 uyarınca kural olarak sorumlu değildir. Ancak, sunuş biçiminden, içerik sağlayıcının bağlantı sağladığı içeriği benimsediği ve kullanıcının söz konusu içeriğe ulaşmasını amaçladığı açıkça belli ise yine sorumlu olacaktır.

Görüldüğü üzere içerik sağlayıcı, kendisine ait içerikten kural olarak, başkasına ait içerikten ise istisnai olarak içeriği benimsemesi ve kullanıcının söz konusu içeriğe ulaşmasını amaçladığının açıkça belli olması halinde sorumludur⁵¹¹. İçerik sağlayıcının başkasına ait içeriği benimseyip benimsemediğinin tespitinde, kullanıcının yönlendirilmek istendiği içeriği kendisininmiş gibi göstermek ve umurun erişimine sunmak amacı taşıyıp taşımadığı; kullanıcının içeriğin bulunduğu siteye ait olduğunu düşüneceği şekilde sunup sunmadığı ya da bağlantı sağladığı beyanlarla kendisini özdeşleştirip özdeşleştirmedeği gözetilecektir. Bu şekilde benimsenen içeriğin kullanıcılara ulaşmasının amaçlanması halinde ise içerik sağlayıcının sorumluluğu gündeme gelecektir⁵¹².

Tüm bu açıklamalar ışığında kimlerin içerik sağlayıcı sayılacağına ilişkin örnek vermek gerekirse, web sitelerine yazı, müzik, yorum, görsel vb. içerikler yükleyenler veya Facebook, Instagram, Youtube gibi sosyal medya platformlarında paylaşım yapan kullanıcı ya da sosyal medya etkileyicileri içerik sağlayıcı olarak kabul edilirler⁵¹³.

Web sayfalarında çerçeveleme, link verme yöntemleri kullanılarak, başkasına ait içeriğin bulunulan sayfaya ait gibi gösterilmesi halinde içerik sağlayıcının sorumlu olacağı kabul edilmektedir. İçeriğe başka kullanıcılar tarafından yapılan yorumlar ile ilgili olarak ise, yorum yapan kişilerin içerik sağlayıcı olarak sorumlu olacağı kabul edilmektedir⁵¹⁴. Sosyal medya platformlarındaki beğeni ve mevcut içeriğin yeniden paylaşılması gibi hallerde, somut olaya göre değerlendirilecek olmakla birlikte bu durumun tek başına

⁵¹¹ Kaplan, 139.

⁵¹² Yasaman, İnternette Marka, 648; Çolak, 723; Mine Kaya, “Almanya’da İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumluluğu”, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 64/3 (2015): 753.

⁵¹³ İslamoğlu, 113; Akın, 107.

⁵¹⁴ Çolak, 723; Abbasoğlu, 171; Yasaman, İnternette Marka, 643.

benimseme anlamı taşımayacağı; ancak benimseme anlamı taşıyan ifadelerle yapılan yeniden paylaşım durumunda sorumluluğun söz konusu olacağı kabul edilmektedir⁵¹⁵.

3.2.2.3.3.2.2. Yer Sağlayıcı

Yer sağlayıcı, sunduğu teknik altyapı aracılığıyla üçüncü kişilere ait veri halindeki internet içeriğini ve internet ağı vasıtasıyla yapılan işlemlerin kaydını depolama ve barındırma “*hosting*” hizmeti veren kişi olarak tanımlanabilir⁵¹⁶. 5651 sayılı Kanun m. 2/1-m bendinde ise yer sağlayıcı, “*hizmet ve içerikleri barındıran sistemleri sağlayan veya işleten gerçek veya tüzel kişi*” olarak tanımlanmıştır.

Yer sağlayıcı kavramı, internet üzerinde kullanıcıların ulaşmak istedikleri verileri saklamak, geçici olarak depolamak ya da gibi farklı hizmetleri sağlayan kişileri de kapsamaktadır. Yer sağlayıcılar kendi bilgisayarını araç olarak kullanarak kullanıcıyı içerik sağlayıcı tarafından oluşturulan ve internet ortamında bulunan veri ile buluşturarak internet sitesi yer sağlayıcısı olabileceği gibi, bir elektronik ticaret sitesinin müşterilerine ait ödeme bilgilerini saklamak, satın alınan mala ilişkin bilgiyi depolamak, diğer yer sağlayıcılara hizmet vermek gibi faaliyetler de yürütebilir⁵¹⁷.

Tüm bu açıklamalar ışığında, Trendyol, Amazon gibi platformlar, kayıtlı kullanıcılarının içeriklerine ulaşma imkânı veren Ekşisözlük, Şikayetvar.com, Sahibinden.com gibi internet siteleri içerik sağlayıcıların içeriklerine imkân sağlamaları yönünden yer sağlayıcılara örnek olarak verilebilir⁵¹⁸.

Yer sağlayıcılara örnek verilebilecek sùjelerden biri de 7253 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun⁵¹⁹ ile 5651 sayılı Kanun’a eklenen 2/1-s fıkrasında tanımlanan sosyal ağ sağlayıcıdır. Buna göre sosyal ağ sağlayıcı, “*sosyal etkileşim amacıyla kullanıcıların internet ortamında metin, görüntü,*

⁵¹⁵ Abbasoğlu, 170; Çolak, 723; Özdemir ve Doğanay, 326; Yasaman, İnternette Marka, 647-648; Kaya, İnternet Servis Sağlayıcıları, 755; Güloğlu, 73.

⁵¹⁶ Öztekin, 251-252; Yasaman, İnternette Marka, 570; Çolak, 724; Aktaş Ertan, 127.

⁵¹⁷ Rüzgâr, 122; Yasaman, İnternette Marka, 572 vd.

⁵¹⁸ Akın, 109; Güloğlu, 75; Çolak, 724. Şikayetvar.com web sitesinin yer sağlayıcı olduğuna ilişkin Yargıtay 11. HD. 2018/4667 E., 2019/5975 K. ve 30.09.2019 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 23.05.2024.

⁵¹⁹ 31.07.2020 tarih ve 31202 sayılı Resmî Gazete.

ses, konum gibi içerikleri oluşturmalarına, görüntülemelerine veya paylaşımlarına imkân sağlayan gerçek veya tüzel kişileri” ifade etmektedir. Instagram, Facebook, Youtube, X gibi sosyal medya platformları sosyal ağ sağlayıcıya örnek olarak verilebilir⁵²⁰.

Yer sağlayıcıyı içerik sağlayıcıdan ayıran temel özellik içerik ile ilgili kontrol sahibi olması değil, aktif rol oynamamasıdır. Aktif rolden anlaşılmaması gereken ise, içerik üzerinde fiktisel bir kontrolünün olmasıdır⁵²¹.

Yer sağlayıcının sorumluluğuna ilişkin olarak 5651 sayılı Kanun m. 5’e bakıldığında, yer sağladığı içeriği kontrol etmek veya hukuka aykırı bir faaliyetin söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü olmadığı ancak Kanunun 8. ve 9. maddelerine göre haberdar edilmesi hâlinde yayından çıkarma, yer sağlayıcılık bildiriminde bulunma ve yer sağladığı hizmetlere ilişkin trafik bilgilerini bir yıldan az ve iki yıldan fazla olmamak üzere yönetmelikte belirlenecek süre kadar saklama yükümlülüğünün olduğu görülmektedir.

Yer sağlayıcının içerik üzerinde aktif rol oynamaması ile paralel olarak, sorumluluğu da içerik sağlayıcının aksine sınırlıdır. Zira üçüncü kişilere sağlanan içerikleri kontrol etme ve denetleme imkânı teknik olarak bulunmamakta, çoğu zaman içerikten haber dahi olmamaktadır. Bu doğrultuda sorumluluğunun söz konusu olabilmesi için, yer sağlayıcının hukuka aykırılıktan haberdar edilmesi gerekmektedir⁵²².

Uyar kaldır sistemi olarak da bilinen bu kural uyarınca yer sağlayıcının sorumluluğunun söz konusu olabilmesi için, internet ortamında hukuka aykırı içeriklerin bulunduğu ilişkin genel ve soyut bir bilgisinin olması yeterli değildir. Ayrıca uyarıda, yer sağlayıcının ayrıntılı bir hukuki ve fiili inceleme yapmadan da ihlalin varlığını kolayca tespit edebileceği biçimde içeriğin hukuka aykırılık teşkil eden yönü ispatlanmalıdır. Zira

⁵²⁰ Çolak, 724 vd; Abbasoğlu, 181; Yasaman, İnternette Marka, 573.

⁵²¹ Yasaman, İnternette Marka, 574.

⁵²² Çolak, 724; Yasaman, İnternette Marka, 603; Harun Demirbaş, 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Hizmet Sağlayıcıları ve Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Yükümlülükleri, (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015), 103. Yasaman ayrıca, Türk hukukundan farklı olarak AB hukukunda yer sağlayıcının sorumluluğunun gündeme gelebilmesi için haberdar edilmesinin değil, haberdar olmasının arandığını vurgulamaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Yasaman, İnternette Marka, 604 vd.

yer sağlayıcının, uyarıyı bir mahkeme yetkinliğinde değerlendirme imkânı bulunmamaktadır⁵²³. Bildirim ile birlikte ayrıca, içeriği yayından çıkarmak için makul bir süre verilmesi gerektiği de kabul edilmektedir⁵²⁴.

Yer sağlayıcının sorumluluğuna ilişkin olarak Yargıtay 11. HD. tarafından verilen bir karar⁵²⁵, doktrinde eleştirilere konu olmuştur⁵²⁶. Yargıtay tarafından, kendisine dava açılmadan önce bildirimde bulunulmayan www.gittigidiyor.com adresinde faaliyet gösteren elektronik ticaret sitesinin sorumlu olmadığına ilişkin ilk derece mahkemesi kararı; kendisine ait sitede ticaret alanına çıkmasına ekonomik menfaat karşısında zemin hazırladığı, tacir olduğu ve basiretli davranması gerektiği gerekçeleriyle bozulmuştur. Sonrasında ilk derece mahkemesinin direnme kararıyla Hukuk Genel Kurulu, önüne gelen uyuşmazlıkta dava dilekçesinin ihtar yerine geçeceği ve sorumluluk doğuracağı gerekçesiyle tekrar bozma kararı vermiştir⁵²⁷. Kanaatimizce de yer sağlayıcının yalnızca basiretli tacir olmasının sorumluluğu bakımından gerekçe olarak kabul edilmesi son derece hatalıdır.

Yer sağlayıcı olarak sorumluluğunun incelenmesi gereken bir diğer internet süjesi de arama motorlarıdır. Anahtar Kelime Reklamları Yoluyla Haksız Rekabet başlıklı bölümde detaylıca izah edildiği üzere, arama motorları aracılığıyla yapılan anahtar kelime reklamcılığı ile özellikle rakiplerinin ürün, hizmet, marka ya da işletme adı, ticaret unvanları gibi rakiplerini ifade eden kelimelerin anahtar kelime olarak seçilmesi yoluyla hak ihlalleri gündeme gelebilmektedir. Gerek doktrinde gerek içtihatlarda, bu hak

⁵²³ Yasaman, İnternette Marka, 613 vd.; Yıldız, 353. Aynı yönde İstanbul 2.Fikrî ve Sinaî Haklar Hukuk Mahkemesi, 2019/314 E., 2021/315 K. ve 21.10.2021 tarihli kararı, "...Davalının hukuka aykırılıktan haberdar edildiği iddia olunmuş ise de esasen davacının hak sahipliğini iddia ettiği tasarımlar yönünden tasarım hak sahipliğini ispatlayan tescil belgesi bulunmadığı gibi TPMK ya yapmış olduğu tescil başvurusunun reddolunduğu dikkate alındığında yapmış olduğu bildirimlerin davalının zorunlu olarak dikkate alması gereken ihtar olarak kabul olunamayacağı, kaldı ki raporda da tespit olunduğu üzere yapılan ihtarlarda net bir ürün belirtilmediği, yapılan yargılamada dahi bir kısım tasarımların tescilsiz koruma şartlarını dahi taşımadığı şu hale göre yer sağlayıcı sıfatına sahip davalının sorumluluktan kurtulması için gerekli olan 5651 sayılı yasanın 8 ve 9 maddelerinde belirtilen yükümlülüklerle aykırı davrandığının somut uyuşmazlık açısından kabulünün mümkün olmadığı..", De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, E.T: 05.06.2024.

⁵²⁴ Çolak, 724; Abbasoğlu, 182.

⁵²⁵ Yargıtay 11. HD. 2008/3936 E., 2009/7618 K. ve 22.06.2009 tarihli kararı, (Çolak, 730).

⁵²⁶ Özel Daire bozma kararı özellikle marka hukuku bakımında, kabul kararına gerekçe gösterilen menfaatin markasal kullanımdan ileri gelmemesi ve yer sağlayıcının sorumluluğu bakımından bu derece bir basiretin aranmasının hakkaniyete aykırı olacağı yönlerinden eleştirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için Budak, 164; Rüzgâr, 199.

⁵²⁷ Yargıtay HGK 2013/1138 E., 2014/16 K. ve 15.01.2014 tarihli kararı, (Çolak, 730 vd.).

ihlallerinden arama motorlarının sorumluluğuna ilişkin görüşler ortaya atılmıştır. Tartışmalar özellikle, rakiplere ait marka, ticari unvan, işletme adı vb. tanıtıcı ticari isimlerin arama motoru tarafından anahtar kelime olarak ücret karşılığı satılması üzerinde ilerlemiştir⁵²⁸.

Genellikle geniş eşleşmeyi varsayılan seçenek olarak sunan arama motorlarının ticari olarak yürüttüğü bu faaliyetin hak ihlaline neden olabileceğini basiretli bir tacir olarak bilmesi gerektiğini ileri süren⁵²⁹, arama motorlarının hukuka aykırı kullanımı önlemek için makul bir denetim sistemi olması gerektiğini ileri süren görüşler⁵³⁰ bulunmakla birlikte; arama motorlarının yer sağlayıcı olarak hukuka aykırı anahtar kelime kullanımından sorumluluğunun söz konusu olması için, hukuka aykırılıktan haberdar edilmesi gerektiği kabul edilmektedir⁵³¹.

Avrupa Birliği Adalet Divanı önüne gelen uyuşmazlıkta, Google'ın anahtar kelime reklamları bakımından ticari mesajın kaleme alınmasında ve anahtar kelime oluşturulması veya seçiminde aktif rol oynayıp oynamadığının sorumluluğun belirlenmesinde gözetileceği belirtilmiştir⁵³². Google'ın anahtar kelime reklam sistemindeki rolü, kullanıma sunduğu anahtar kelimeler önerme aracıdır. Potansiyel reklam verenlerin reklamları optimize etmesine yarayan anahtar kelime önerme aracına anahtar kelime girildiğinde, kelimenin ne sıklıkla arandığı gösterilmekte ve anlamsal olarak benzer ifadeler de istatistiki bilgileri ile birlikte listelenmektedir. Ancak Google'ın sağladığı bu hizmet, reklam verenlerin anahtar kelime bulma ve kullanmalarına ve ekledikleri anahtar kelimelerin site trafiğine etkisini değerlendirmelerine imkân sağlayan bir araçtır. Dolayısıyla da anahtar kelime reklamları bakımından Google'ın aktif rolü

⁵²⁸ Çolak, 726; Rüzgâr, 198.

⁵²⁹ Bozbel ve Memiş.

⁵³⁰ Rüzgâr, 198.

⁵³¹ Soysal, Adwords Reklam, 716 vd.; Çolak, 726; Bayamlıoğlu, 23. Budak ayrıca, arama motorlarının oldukça büyük ölçekteki datayı yönettiğini ve anahtar kelimeler bakımından denetlenme görevinin verilmesi hakkaniyete aykırı olacağını vurgulamaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Budak, 100. Bayamlıoğlu ise, marka hukuku yönünden arama motorlarının markayı kendi ticari iletişimi için kullanıyor olmaması sebebiyle markanın itibarından haksız kullanımının söz konusu olmadığını belirtmektedir.

⁵³² Avrupa Birliği Adalet Divanı C-236 ve C-238 numaralı birleşen dosyalarında verilen 23.03.2010 tarihli kararı, (Kandemir, 341).

olmadığı ve yer sağlayıcı olarak hukuka aykırı içerikten haberdar edilmesine rağmen kaldırmaması halinde sorumluluğunun söz konusu olacağı kabul edilmelidir⁵³³.

3.2.2.3.3.2.3. Erişim Sağlayıcı

Erişim sağlayıcı, kullanıcılara ait bilgisayar donanımlarını yerel şebekeden kiraladığı ya da maliki olduğu hatlar aracılığıyla birbirine ve diğer internet servis sağlayıcılarına bağlayan internet servis sağlayıcıdır⁵³⁴. 5651 sayılı Kanun m. 2/1-e bendinde, *“kullanıcılarına internet ortamına erişim olanağı sağlayan her türlü gerçek veya tüzel kişi”* olarak tanımlanmıştır.

5651 sayılı Kanun m. 6/3 uyarınca, *“Erişim sağlayıcı kendisi aracılığıyla erişilen bilgilerin içeriklerinin hukuka aykırı olup olmadıklarını ve sorumluluğu gerektirip gerektirmediğini kontrol etmekle yükümlü değildir.”* Ayrıca erişim sağlayıcı, m. 6/1-a bendi uyarınca *“herhangi bir kullanıcısının yayınladığı hukuka aykırı içerikten bu Kanun hükümlerine uygun olarak haberdar edilmesi halinde erişimi engellemekle”*, b bendi uyarınca *“sağladığı hizmetlere ilişkin trafik bilgilerini saklamakla ve bu bilgilerin doğruluğunu, bütünlüğünü ve gizliliğini sağlamakla”*, c bendi uyarınca *“faaliyetine son vereceği tarihten en az üç ay önce durumu Kuruma, içerik sağlayıcılarına ve müşterilerine bildirmek ve trafik bilgilerine ilişkin kayıtları Erişim Sağlayıcıları Birliğine teslim etmekle”* ve ç bendi uyarınca *“erişimi engelleme kararı verilen yayınlarla ilgili olarak alternatif erişim yollarını engelleyici tedbirleri almakla”* yükümlüdür. Bunun yanında 5651 sayılı Kanun m. 6-A uyarınca, ayrıca erişim sağlayıcıların faaliyetlerini yürütebilmesi için Erişim Sağlayıcıları Birliğine üye olmaları gerekmektedir⁵³⁵.

Görüldüğü üzere, yer sağlayıcı gibi erişim sağlayıcı da erişim sağladığı içeriği denetlemekle yükümlü değildir, yalnızca hukuka aykırı içerikten haberdar edilmesi halinde ve teknik olarak mümkün olduğu ölçüde erişimi engellemekle yükümlüdür. Bu

⁵³³ Yasaman, İnternette Marka, 671 vd.; Rüzgâr, 198.

⁵³⁴ Rüzgâr, 121; Yasaman, İnternette Marka, 565; Soysal, İnternet Servis Sağlayıcı, 309. Ayrıca internet servis sağlayıcı kavramına ilişkin olarak bkz. sayfa 132 vd.

⁵³⁵ Erişim Sağlayıcıları Birliğinin üyelerine ilişkin bkz. <https://www.esb.org.tr/uyelerimiz/>, E.T: 25.05.2024.

sebeple tekrara düşmemek adına, yer sağlayıcının sorumluluğuna ilişkin olarak yapılan açıklamaları tekrar etmekle yetinmekteyiz.

3.2.2.3.3.2.4. Hizmet Sağlayıcı

TTK m. 58/4 uyarınca “*Haksız rekabet fiilinin iletimini başlatmamış, iletimin alıcısını veya fiili oluşturan içeriği seçmemiş veya fiili gerçekleştirecek şekilde değiştirmemişse, bu maddenin birinci fıkrasındaki davalar hizmet sağlayıcısı aleyhine açılmaz; tedbir kararı verilemez. Mahkeme haksız rekabet eyleminin olumsuz sonuçlarının kapsamlı veya vereceği zararın büyük olacağı durumlarda ilgili hizmet sağlayıcısını da dinleyerek, haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesini veya önlenmesine ilişkin tedbir kararını hizmet sağlayıcı aleyhine de verebilir veya içeriğin geçici olarak kaldırılması dâhil somut olaya uyan uygulanabilir başka tedbirler alabilir.*”

Madde metninde yer alan hizmet sağlayıcı, hukukumuzda ilk kez düzenlenen bir kavram olup tanımının da yapılmamış olması sebebiyle isabetli olarak, belirsizliğe yol açtığı ve diğer kanunlarla uyumsuzluk teşkil ettiği gerekçeleriyle eleştirilmiştir⁵³⁶.

Hizmet sağlayıcısı kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için, TTK Tasarısında yer almayıp mecliste sunulan önerenin kabul edilmesiyle yasalaşan TTK m. 58/4 ile ilgili gerekçeye bakıldığında, “*Maddenin birinci fıkrası ile izleyen fıkralardan açıkça anlaşıldığı üzere, haksız rekabet davası fiilin işlendiği kuruluş bağlamında onun bir çeşit aracılık etmiş olması sebebiyle sırasıyla fiilden doğrudan sorumlu olanlar, onlara ulaşamıyorsa, sorumlu olabilecekler ve işletmesi sebebiyle sorumlu sayılabilecekler aleyhine açılmaktadır. Bilgi toplumu hizmetinin bir bilgi iletişim ağı içinde sadece bir bilginin, içeriğin veya taşınan benzeri bir olgunun erişimini gerçekleştirenler, yani sadece genel ve yaygın ağın içinde işlev sahibi olan "hizmet sağlayıcı"lar (hizmet sunanlar-ara hizmeti sunanlar) haksız fiili oluşturan içerikle ilgili değildir, belki içeriğin anlamının veya kime yöneldiğinin ayırında bile değildir, belki bilinçli bir şekilde onu bilmemektedirler. Onun için hizmet sağlayıcılar haksız rekabet fiilinden sorumlu tutulamazlar. Çünkü, böyle bir sorumluluğun meşruiyet temeli yoktur. Eklenen dördüncü fıkra önce, hizmet sağlayıcılar için sorumsuzluk ilkesini koymaktadır (Hizmet*

⁵³⁶ Rüzgâr, 120; Baştürk, 302 vd.; Aktaş Ertan, 124; Güloğlu, 69; Taşkın, 400.

sağlayıcıların başka kanunlarda düzenlenen "ara ve geçici saklama" dâhil diğer sorumluluklarının saklı olduğu şüphesizdir). Dördüncü fıkra daha sonra hizmet sağlayıcıların haksız rekabet oluşturan fiilden sorumlu tutulabilecekleri durumları Bilgi Toplumu Hizmetlerinin Bazı Hukuki Yönleri ve Özellikle İç Pazarda Elektronik Ticaret Konusunda 8 Haziran 2000 tarihli 2000/31/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi (Elektronik Ticaret Konusunda Direktif) ile uyumlu bir şekilde belirlemektedir. Teknik olan bu sebepler için bilirkişi incelemesi gereklidir. Bu konuda diğer hassas bir sorun da bilgi toplumu hizmetini durduran tedbir kararlarıdır. Dördüncü fıkranın bu husustaki ilkesi, sistemi durduran tedbir kararlarının -kural olarak- verilemeyeceğidir. Çünkü böyle bir karar sadece uyuşmazlık konusu fiili değil bilgi toplumu hizmetini durdurmaktadır. Ancak dördüncü fıkra böyle etkileri geniş bir kararın hangi durumlarda verilebileceğini göstermektedir. Konunun, göz ardı edilemez önemi dolayısıyla, dördüncü fıkra, böyle etkileri geniş bir karar vermeden önce mahkemenin ilgili hizmet sağlayıcısını (temsilcisini, mümkünse teknik temsilciyi) dinlemesi gereğini hükme bağlamıştır. Dördüncü fıkra, ayrıca mahkemeye, içeriği geçici olarak kaldırtmak gibi etkileri sınırlı, somut olaya uyan, uygulanabilir tedbirler de alabilir." denildiği görülmektedir⁵³⁷.

Önergede, hizmet sağlayıcıların haksız fiili oluşturan içerikle ve genellikle içeriğin anlamı veya kime yöneldiğiyle olmadıkları ve kural olarak haksız rekabet fiilinden sorumlu tutulamayacakları belirtilmiş ve hizmet sağlayıcıların sorumluluğu ile ilgili Elektronik Ticaret Konusunda Direktife atıf yapılmıştır. Gerek atıf yapılan Elektronik Ticaret Konusunda Direktifte gerekse de Direktifin güncellenmesiyle hazırlanan Dijital Hizmetler Kanunu'nda hizmet sağlayıcı teknik araçlar olarak düzenlenmiş ve kural olarak sorumlu olmadığı, ancak belirli koşulların varlığı halinde olduğu kabul edilmiştir⁵³⁸.

Hizmet sağlayıcı kavramı ayrıca, Avrupa Konseyi Sanal Ortamda İşlenen Suçlar Sözleşmesi⁵³⁹ m. 1/c'de "hizmetlerini kullananlara bir bilgisayar sistemi aracılığıyla iletişim kurma olanağı sağlayan her türlü kamu ve özel sektör tüzel kişisini ve böylesi

⁵³⁷ Türkiye Büyük Millet Meclisi Tutanak Dergisi 23. Dönem 33. Cilt 3. Yasama Yılı 25. Birleşim, 74, <https://www.tbmm.gov.tr/Tutanaklar/Tutanak?Id=f7b0c00c-b836-4d53-8d18-0185ceac72da>, E.T: 26.05.2024.

⁵³⁸ Yasaman, İnternette Marka, 563; Baştürk, 305; Kaplan, 146.

⁵³⁹ 6533 sayılı Kanunla kabul edilerek 02.05.2014 tarih ve 29083 sayılı Resmî Gazete'de yayınlanan sözleşme metni için <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/08/20140809-5-1.pdf>, E.T: 28.05.2024.

iletişim hizmeti veya bu hizmetlerin kullanıcıları adına bilgisayar verilerini işleyen veya depolayan diğer her türlü tüzel kişi” şeklinde tanımlanmıştır.

Doktrinde ise, hizmet sağlayıcı kavramının kapsamı ve tanımı hakkında farklı görüşler ileri sürölmektedir. Doktrindeki bir görüş hizmet sağlayıcı kavramının erişim sağlayıcıyı ifade ettiğini ileri sürmekteyken⁵⁴⁰, bir diğer görüş bu kavramın bir üst kavram olduğunu ve yer sağlayıcı ile erişim sağlayıcıyı ifade ettiğini ileri sürmektedir⁵⁴¹.

Doktrindeki bir kısım yazarlar ise hizmet sağlayıcının bir üst kavram olmakla birlikte, erişim ve yer sağlayıcının yanında içerik sağlayıcıyı da kapsamına aldığını ileri sürmektedir⁵⁴². Ancak kanaatimizce, içerik sağlayıcının kural olarak, yer ve erişim sağlayıcının istisnai olarak sorumlu tutulması gerekliliğinin gerek TTK m. 58/4 hükmünde gerek önerge gerekçesinde gerekse de atıf yaptığı düzenlemelerde öngörölmüş olması sebebiyle; bu kavramın bir üst kavram olduğu kabul edilmeli, bununla birlikte içerik sağlayıcı bu kavramın dışında tutulmalıdır⁵⁴³. Böylelikle, kural olarak sorumlu olan içerik sağlayıcı dışındaki, kullanıcının iğeriğe erişiminde teknik hizmet veren aracılardan bu üst kavramın kapsamına girdiği kabul edilmelidir.

Hizmet sağlayıcı kavramına, 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’da da yer verilmiştir. 6563 sayılı Kanun m. 2/1-ç bendi uyarınca hizmet sağlayıcı “*elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişileri*”, d bendi uyarınca aracı hizmet sağlayıcı “*başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişileri*” ifade etmektedir. 6563 sayılı Kanun m. 9’da ise, aracı hizmet sağlayıcının kural olarak hizmet sağlayıcının sunduğu içerik ve iğeriğe konu mal veya hizmetle ilgili hukuka aykırı hususlardan sorumlu olmadığı, ancak haberdar olması üzerine iğeriği gecikmeksizin yayımdan kaldırarak

⁵⁴⁰ Bozkurt Yüksel, 91-92; Ali Fuat Özbakır, “İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumluluğu”, (Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, 2016), 36-37.

⁵⁴¹ Soydemir, 239; Abbasoęlu, 174; Budak, 160; Abbasoęlu, 174; Rüzgâr, 140; Bařtürk, 26. Bařtürk ayrıca isabetli olarak, bu şekilde bir üst kavram kullanımının teknolojinin bař döndürücü gelişme hızı gözetildiğinde isabetli olduğunu ancak, sorumluluk bakımından kavrama hangi internet sűjelerinin dâhil olacaklarının net ve yoruma ihtiyaç bırakmayacak şekilde belirlenmesi gerektiğini de belirtmektedir. Ayrıntılı bilgi ięin Bařtürk, 26. Öztekin ise, erişim ve yer sağlayıcıların bu kapsama girdiğini kabul etmekle birlikte, kararın icrası aşamasında erişim sağlayıcıların, Eriřim Sağlayıcıları Birlięi aracılığıyla kendilerine gönderilen kararı uygulamakla yükümlü olmaları sebebiyle, esasen açılacak davalarda muhatabın yer sağlayıcı olduğunu belirtmektedir. Bkz. Öztekin, 710.

⁵⁴² Yıldız, 349; Nomer Ertan, 444; Aktaş Ertan, 126; Pekdiğer, 231.

⁵⁴³ Aynı yönde Güloğlu, 73; Akın, 107.

hukuka aykırı hususu ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına bildirmekle yükümlü olduğu belirtilmiştir. Ayrıca 6563 sayılı Kanun'un tanımlara ilişkin m. 2 gerekçesinde, 5651 sayılı Kanun'da yapılan içerik, erişim ve yer sağlayıcı kavramlarının tanımları ve sorumluluk rejiminin 6563 sayılı Kanun bakımından da geçerli olduğu, bu maddede yapılan hizmet sağlayıcı kavramının ise 5651 sayılı Kanun'da yer verilen erişim ve yer sağlayıcı kavramlarını da kapsadığı belirtilmiştir.

Doktrinde 6563 sayılı Kanun m. 2 gerekçesine paralel olarak, 6563 sayılı Kanun'da yer alan hizmet sağlayıcı kavramının, TTK m. 58/4'te yer alan hizmet sağlayıcı kavramının içine dahil olduğu ve fakat TTK m. 58/4'te yer alan hizmet sağlayıcı kavramının daha geniş bir anlamı ifade ettiği belirtilmektedir⁵⁴⁴. Kanaatimizce 6563 sayılı Kanun m. 2/1-ç bendinde yer alan hizmet sağlayıcı kavramı, 5651 sayılı Kanun'da yer alan içerik sağlayıcı kavramına karşılık gelmekte olup, her iki kanunda da sorumluluk rejimi bu doğrultuda düzenlenmiştir⁵⁴⁵. Bu bakımdan TTK m. 58/4'te düzenlenen hizmet sağlayıcının aynı zamanda 6563 sayılı Kanun'da düzenlenen hizmet sağlayıcıyı kapsadığını kabul etmek çelişki yaratmaktadır. Bu sebeple kanaatimizce internet sükjelerinin sorumluluğu somut olaya özgü özellikleri gözetilerek değerlendirilmelidir.

Hizmet sağlayıcı kavramını açıklığa kavuşturabilmek için göz önüne bulundurulması gereken bir diğer kavram da internet servis sağlayıcısıdır. İnternet servis sağlayıcı kavramı, internetin gelişim süreci içerisinde kullanımın yaygınlaşması sağlanan hizmetler için uzmanlaşma süreci başlaması, bu kapsamda internet sükjeleri tarafından sağlanan internet hizmetlerinin belirli parçalara ayrılmasıyla ortaya çıkmıştır⁵⁴⁶. İnternet servis sağlayıcılar “*internet service provider*”, kullanıcıların internete erişimini, elektronik hizmetler ve internetin tanıdığı olanakların kullanıcıların kullanımına sunulmasını sağlayan, böylelikle kullanıcılar ile internet arasında köprü görevi gören araçlar olarak tanımlanmaktadır⁵⁴⁷.

⁵⁴⁴ Akın, 110; Güloğlu, 77; Budak, 160.

⁵⁴⁵ Aynı yönde Büşra Kaygusuz, “Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcıların Hukuki Sorumlulukları”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2022), 136.

⁵⁴⁶ Türk, 5; Turgut Kaya, İnternet Servis Sağlayıcı, 24; Özbakır, 26.

⁵⁴⁷ Türk, 6; Kaya, İnternet Servis Sağlayıcı, 16; Ayhan, 18; Yusuf Başlar, “İnternet Sükjeleri ve Cezai Sorumlulukları”, *Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19/2 (2022): 605 vd.; Sevil Yıldız, “İnternet Servis Sağlayıcılar ve Cezai Sorumlulukları”, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2/3 (2002): 168.

İnternet servis sağlayıcı kavramı, sıkça erişim sağlayıcı kavramına karşılık gelecek şekilde kullanılmaktadır. Ancak internet servis sağlayıcıların kullanıcıların internet ağına ve içeriğine erişim sağlamak dışında, başkalarının hazırlamış olduğu içeriği kendi sunucularında depolayabilme ve internet ortamına aktarabilme “hosting”, sunucu⁵⁴⁸ “server” kiralama, kullanıcıların daha hızlı erişebilmesi için internet içeriğini ön belleğe alma gibi hizmetleri de kapsamaktadır⁵⁴⁹. Dolayısıyla internet servis sağlayıcı kavramının dar anlamda erişim sağlayıcıyı ifade ettiği, ancak geniş anlamı ile bir erişim sağlayıcının sunduğu hizmetler sunan internet süjelerinin de bu kavramın kapsamına girdiği ve kavramın bir üst kavram olduğu kabul edilmelidir⁵⁵⁰. Aksi yönde görüşler bulunmakla birlikte⁵⁵¹, kullanıcıların içeriğe erişmesi için köprü görevi gören internet servis sağlayıcı kavramının kapsamına, içerik sağlayıcının girmemesi gerekmektedir. Zira içerik sağlayıcı tarafından içeriğe ulaşılmaması için bir aracılık yapılmamakta, doğrudan içerik oluşturulmaktadır.

İnternet servis sağlayıcı kavramına ilişkin açıklamalar ışığında hizmet sağlayıcı ile olan ilişkisine bakıldığında, her iki kavramın da kullanıcının içeriğe erişiminde teknik hizmet veren internet s jelerini kapsayan üst kavramlar olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, kanaatimizce iki kavramın aynı anlamı ifade ettiği kabul edilmelidir⁵⁵².

Sorumluluk bakımından ise, kural olarak teknik aracılık faaliyeti yürüten ve içerikten haberdar olmayan hizmet sağlayıcının sorumluluğunun söz konusu olabilmesi için haberdar edilmesi gerekecektir. Ancak bir üst kavram olan hizmet sağlayıcının sorumluluğunun belirlenmesinde, somut olaya özgü değerlendirme yapılmalıdır. Zira internet süjeleri arasında zaman zaman çok keskin bir ayırım olmadığı, aynı hizmet

⁵⁴⁸ Sunucu, internet servis sağlayıcıların kullanıcıya iletmek üzere verilerin depolandığı yer olarak tanımlanabilir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Rüzgâr, 120; Volkan Sırabaşı, *İnternet ve Radyo- Televizyon Aracılığıyla Kişilik Haklarına Tecavi  (İnternet Hukuku)*, (Ankara: Adalet, Yayınevi 2007), 143-144.

⁵⁴⁹ Budak, 160;  zbakır, 27;

⁵⁵⁰  ztekin, 201; Soysal, İnternet Servis Sağlayıcı, 308-309; Avşar ve  ng ren, 6; Türk, 6; Başlar, İnternet S jeleri, 606.

⁵⁵¹ Savaş Bozbel, *Fikri Mülkiyet Hukuku*, (İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2015), 252-253; Kaya, İnternet Servis Sağlayıcı, 24; Yıldız, İnternet Servis Sağlayıcı, 169; Türk, 6; Ayhan 214; İslamoğlu, 112. İnternet servis sağlayıcı kavramına ilişkin terim karmaşası için ayrıca bkz. Kübra Sıla Mamalı, “İnternet Ortamında Hizmet Sağlayıcıların Hukuka Aykırı İçerikten Sorumluluğu”, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi  niversitesi, 2023), 43.

⁵⁵²  ztekin, 202; Budak, 160; Yıldız, İnternet Servis Sağlayıcı, 169;  zbakır, 26; Güloğlu, 70-71; Abbasoğlu, 174; Aktaş Ertan, 125; Bozkurt Yüksel, 91. Doktrinde ayrıca, TTK m. 58/4 h k m  ile internet servis sağlayıcı yerine hizmet sağlayıcı ifadesinin getirilmesinin diğer kanunlarla uyumsuz bir terminolojiye yol açtığı belirtilmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Rüzgâr, 141.

sağlayıcı tarafından farklı fonksiyonlar yerine getirilebilmekte ve farklı tanımlarla karşılaşılabilmektedir. Dolayısıyla sorumluluk, öncelikle internet aktörlerinin faaliyetlerine göre belirlenmelidir⁵⁵³.

3.2.2.3.3. Bilişim Kuruluşlarının Haksız Rekabetten Doğan Sorumluluğu

Genel olarak sorumluluklarına yukarıda değinilen internet sùjelerinin haksız rekabetten doğan sorumlulukları, TTK m. 58 ile düzenlenmiştir. Madde metnine bakıldığında, birinci, ikinci ve dördüncü fıkralarda internet sùjelerini de kapsamına alan bilişim kuruluşlarının sorumluluğunun düzenlendiğı, üçüncü fıkrada ise tazminata ilişkin sorumluluğun düzenlendiğı görölmektedir.

TTK m. 58/3 uyarınca maddi ve manevi tazminat davalarında TBK hükümleri uygulanacaktır. Bu doğrultuda bilişim kuruluşlarının TBK 49 vd. hükümleri uyarınca tazminat sorumluluğunun söz konusu olabilmesi için, hukuka aykırı bir fiil olmalı, bu fiille bir zarar verilmiş olmalı ve son olarak fail kusurlu olmalıdır⁵⁵⁴. Bilişim kuruluşlarının kusuru bakımından ise, ifade edildiğı üzere içerik sağlayıcının internet ortamında kullanıma kendi sunduğı içerik sebebiyle kusuru olacağı kural olarak kabul edilmekte iken, hizmet sağlayıcıların haberdar edilmelerine rağmen içeriğı kaldırmamaları kusur olarak kabul edilmektedir⁵⁵⁵.

Tespit, men ve eski hale iade davaları bakımından ise, TTK m. 58/1 uyarınca “*Haksız rekabet, her türlü basın, yayın, iletişim ve bilişim işletmeleriyle, ileride gerçekleşecek teknik gelişmeler sonucunda faaliyete geçecek kuruluşlar aracılığıyla işlenmişse, 56. maddenin birinci fıkrasının (a), (b) ve (c) bentlerinde yazılı davalar, ancak, basında yayımlanan şeyin, programın; ekranda, bilişim aracında veya benzeri ortamlarda*

⁵⁵³ Türk, 20; Kaya, İnternet Servis Sağlayıcı, 16; Akın, 73-74; Pekdiğer, 232.

⁵⁵⁴ Nomer Ertan, 442; Oğuzman, 12; Alperen Şahin, “İş Şartlarına Aykırılık Suretiyle Haksız Rekabet”, (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2022), 157. Ayrıca Yıldız, TTK m. 58/3 atfının talebe ilişkin neticeyi değıştirmeyeceğini, zira TTK m. 56/1-d ve e bendinde düzenlenen taleplerin TBK hükümlerinin tekrarı olduğunu belirtmektedir. Ayrıntılı bilgi için Yıldız, 358.

⁵⁵⁵ Güloğlu, 76; Çolak, 744; Abbasoğlu, 181. Aynı yönde Bakırköy 1. Fikri ve Sinaî Haklar Hukuk Mahkemesi 2017/222 E., 2018/91 K. ve 15.03.2018 tarihli kararı, “*Davalılardan ...internet sitesinde yer sağlayıcı hizmeti verdiği iddiasıyla dava açılmışsa da hizmet ve içerikleri barındıran hizmetleri sağlayan veya işleten gerçek veya tüzel kişiler yer sağladığı içeriğı kontrol etmek veyahut hukuka aykırı bir faaliyetin söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü değildir. Yer sağlayıcının sorumluluğı ihlalden haberdar edilmesine rağmen ihlale konu içeriğı çıkarmayan yer sağlayıcı kusurlu bir davranış sergilemiş olacağından sorumluluğı söz konusu olacaktır.*”, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, 31.05.2024.

görüntülenenin; ses olarak yayımlananın veya herhangi bir şekilde iletilenin sahipleri ile ilan veren kişiler aleyhine açılabilir; ancak; a) Yazılı basında yayımlanan şey, program, içerik, görüntü, ses veya ileti, bunların sahiplerinin veya ilan verenin haberi olmaksızın ya da onayına aykırı olarak yayımlanmışsa, b) Yazılı basında yayımlanan şeyin, programın, görüntünün, ses veya iletinin sahibinin veya ilan verenin kim olduğunun bildirilmesinden kaçınılırsa, c) Başka sebepler dolayısıyla yazılı basında yayımlanan şeyin, programın, görüntünün, sesin, iletinin sahibinin veya ilan verenin meydana çıkarılması veya bunlara karşı bir Türk mahkemesinde dava açılması mümkün olmazsa, yukarıda anılan davalar, yazı işleri müdürü, genel yayın yönetmeni, program yapımcısı, görüntüyü, sesi, iletiyi, yayın, iletişim ve bilişim aracına koyan veya koyduran kişi ve ilan servisi şefi; bunlar gösterilemiyorsa, işletme veya kuruluş sahibi aleyhine açılabilir.”

TTK m. 58/1 ile bilişim kuruluşlarının sorumluluğu kademeli olarak düzenlenmiştir. 5187 sayılı Basın Kanunu⁵⁵⁶ hükümleri örnek olarak düzenlenen bu sorumluluk rejimi uyarınca, *“yazılı basında yayımlanan şey, program, içerik, görüntü, ses veya ileti, bunların sahiplerinin veya ilan verenin haberi olmaksızın ya da onayına aykırı olarak yayımlanmışsa, yazılı basında yayımlanan şeyin, programın, görüntünün, ses veya iletinin sahibinin veya ilan verenin kim olduğunun bildirilmesinden kaçınılırsa, başka sebepler dolayısıyla yazılı basında yayımlanan şeyin, programın, görüntünün, sesin, iletinin sahibinin veya ilan verenin meydana çıkarılması veya bunlara karşı bir Türk mahkemesinde dava açılması mümkün olmazsa”* ikinci, bunlar da bulunamıyorsa üçüncü kademedeki sorumlulara dava açılacaktır. Böylelikle her koşulda sorumlunun bulunması güvence altına alınmaktadır⁵⁵⁷.

Doktrinde, hizmet sağlayıcıların sorumluluğunun kusura değil kanunda öngörülen bir olguya dayandığı ve bu sebeple hukuki niteliği itibarıyla kanundan doğan bir objektif/kusursuz sorumluluk olduğu, TTK m. 58/2 hükmünün ise bu kusursuz sorumluluk sisteminin istisnası olduğu belirtilmektedir⁵⁵⁸.

Üç kademeli sorumluluk rejiminin doğrudan sorumlu olanları düzenleyen ilk kademesine bakıldığında, davanın yayımlanan şeyin; programın, ekranda, bilişim aracında veya

⁵⁵⁶ 26.06.2004 tarih ve 25504 sayılı Resmî Gazete.

⁵⁵⁷ Güloğlu, 62; Abbasoğlu, 168; Baştürk, 292; Kaplan, 135; Akın, 106.

⁵⁵⁸ Baştürk, 301; Kaplan, 137; Akın, 106; Özen ve Baştürk, 236-237; Çelikbaş, 119.

benzeri ortamlarda görüntülenenin, ses olarak yayımlananın veya herhangi bir şekilde iletilenin sahipleri ile ilan veren kişiler aleyhine açılabileceği görülmektedir. Doğrudan sorumluluğu kabul edilen ileti sahipleri veya ilan verenlerin kim olduğuna ilişkin hükümde bir açıklık bulunmamakla birlikte, internette gerçekleşen ihlallere ilişkin olarak ileti sahibi veya ilan veren internet süjesinin içerik sağlayıcı olduğu kabul edilmektedir⁵⁵⁹.

İkinci kademedede sorumlu olanlara bakıldığında, “yazı işleri müdürü, genel yayın yönetmeni, program yapımcısı, görüntüyü, sesi, iletiyi, yayın, iletişim ve bilişim aracına koyan veya koyduran kişi ve ilan servisi şefi”nin bu kademedede sorumlu olduğu görülmektedir. Bunlardan ikinci kademedede sorumlu olabilecek bilişim kuruluşları ise, görüntüyü, sesi, iletiyi, yayın, iletişim ve bilişim aracına koyan veya koyduran kişilerdir⁵⁶⁰.

İkinci kademedede kimlerin sorumlu olacağı belirlenirken, hukukumuzda ilk kez TTK m. 58 ile düzenlenen bilişim araçları kavramı da gözetilmelidir. Bilişim kavramı bilgi ve iletişim kavramından türetilmiş olup⁵⁶¹, bilgisayar ya da bilişim ağı gibi araçlar da bilişim araçları olarak kabul edilmektedir. Ancak doktrinde, içeriğin bilişim aracına koyulmasının her koşulda haksız rekabeti gündeme getirmeyeceği, örneğin yalnızca bilgisayarda yer alan içeriğin üçüncü kişilere ulaştırılmaksızın bulundurulması halinde haksız rekabetin söz konusu olmayacağı belirtilmektedir. Bu bakımdan bilişim araçları kavramının yerine bilişim ağları kavramının daha isabetli olacağı belirtilmektedir⁵⁶².

⁵⁵⁹ Abbasoğlu, 168; İslamoğlu, 116; Aktaş Ertan, 118; Akın, 107; Pekdinçer, 230. Baştürk, TTK bakımından içerik sağlayıcıyı haksız rekabet oluşturan veriyi ticari işletmesi adına ağ ortamında erişime sunan kişi olarak tanımlamaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Baştürk, 293.

⁵⁶⁰ Budak, 157; Kaplan, 134; Aktaş Ertan, 121.

⁵⁶¹ Doktrinde farklı tanımları bulunmakla birlikte “Bilginin ve iletişim yapısının ve özelliklerinin bilginin aktarılması, organize edilmesi, saklanması tekrar elde edilmesi, değerlendirilmesi ve dağıtımı için gerekli kuram ve yöntemler ve öte yandan da; bilgiyi kaynağından alıp kullanıcıya aktaran ve genel sistem bilimi, sibernetik otomasyon ile insanın çalışma çevrelerindeki yerinde ve zamanında kullanılan teknolojileri temel olarak alan bilgi sistemleri, şebekeleri, işlevleri, süreçleri ve etkinlikleridir.” şeklindeki tanım kanaatimizce isabetlidir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Emin Aydın, “Bilişim Sistemlerinde Güvenlik, Güvenirlilik Mahremiyet ve Bilişim Suçları”, *Marmara İletişim Dergisi*, 1/1 (1992): 109; Dülger, Bilişim Suçları, 71.

⁵⁶² Baştürk, 295; Abbasoğlu, 169-170; Aktaş Ertan, 121-122. Doktrinde Bozkurt Yüksel ise, bilişim araçları ağları/bilgisayar ağları teriminin kullanılmasının daha uygun olacağını savunmaktadır. Çünkü, bilişim tek başına bilgi işlenmesi anlamına gelmekte olup haksız rekabet oluşturmaları için bilgiyi işleyen araçların oluşturduğu ağı haksız rekabet yaratan verinin eklenmesi gerekmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Bozkurt Yüksel, 89.

Ayrıca içeriğin bilişim aracına koyulmasının her koşulda haksız rekabeti gündeme getirmemesi sebebiyle, maddede yer alan “bilişim aracına koymak veya koydurmak” ifadesinin, veriyi erişime sunmak şeklinde anlaşılması gerektiği belirtilmektedir⁵⁶³. Ancak içeriği bilişim aracına koyan veya koyduran ya da erişime sunan kişinin kim olduğu hala belirsizdir. Bir an için hizmet sağlayıcının koyan veya koyduran kişi olduğunu düşünülebilirse de örneğin yer ya da erişim sağlayıcılar genellikle içerikten haberdar dahi değildir. Bu sebeple hizmet sağlayıcıların bu kapsamda kabul edilmesi mümkün değildir. Nitekim, Yer Sağlayıcı başlığı altında açıklandığı gibi, içerik üzerinde aktif rol oynandığı hallerde aktif rolü olan internet süjesi içerik sağlayıcı kabul edilmektedir. Dolayısıyla da içeriği bilişim aracına koyan veya koyduran kişi, içerik sağlayıcı olacaktır. Ancak içerik sağlayıcı haksız rekabetten ikinci kademedede değil, ilk kademedede sorumludur⁵⁶⁴.

Bu sebeplerle, içerik sağlayıcı dışındaki bilişim kuruluşlarının üçüncü kademedede sorumlu olduğu kabul edilmektedir. TTK m. 58’e bakıldığında, üçüncü kademedede sorumlu olanların “işletme veya kuruluş sahibi” olduğu görülmektedir. Bu bakımdan bilişim kuruluşlarının üçüncü kademedede sorumlu olması, bilişim işletmeleri kavramı ile bilişim işletmeleri arasında bilinçli bir ayırım yapılmadığı yönündeki bizim de katıldığımız görüş ile de paraleldir⁵⁶⁵.

İçerik sağlayıcı dışındaki bilişim işletmelerinin kusursuz sorumluluğunun kabul edilmesinin bir sonucu olarak, bu kişilerin sorumluluğunun gündeme gelmesi için haksız rekabetin gerçekleştirildiği bilişim ağının sahibi olan işletme ya da kuruluş olmaları yeterlidir, herhangi bir eylem göstermeleri aranmaz⁵⁶⁶.

Bilişim kuruluşlarının sorumluluğun koşullarına bakıldığında, TTK m. 58/1 uyarınca yayımlanan şey, program, içerik, görüntü, ses veya ileti, bunların sahiplerinin veya ilan

⁵⁶³ Baştürk, 17-18; Abbasoğlu, 170; Bozkurt Yüksel, 89.

⁵⁶⁴ Aktaş Ertan, 122; Abbasoğlu, 169; Baştürk, 16 vd. Pekdincer, 231. Ayrıca Baştürk, “iletiyi bilişim aracına koymak veya koydurmak” teriminden ne anlaşılması gerektiğinin belirsizliğinin ikinci kademedeki sorumluların kimler olduğunun saptanmasının güçlük arz ettiğini, TTK’nın sorumluluk esaslarının Basın Kanunu ile paralel olarak ele alınarak her İnternet sitesine bir “sorumlu müdür” benzeri kişi atanmasını kabul etmenin internetin özgürlükçü doğasını inkâr anlamına geldiğini belirtmektedir. Bkz. Baştürk, 19.

⁵⁶⁵ Abbasoğlu, 172; Akın, 106; Baştürk, 19. Ayrıca bilişim işletmeleri kavramına ilişkin tartışmalar için bkz. sayfa 120 vd.

⁵⁶⁶ Aktaş Ertan, 128; Abbasoğlu, 172; Güloğlu, 85; Aktaş Ertan, 129.

veren haberin olmaksızın ya da onayına aykırı olarak yayımlanmış, yayımlanan şeyin, programın, görüntünün, ses veya iletinin sahibinin veya ilan verenin kim olduğunun bildirilmesinden kaçınılmış ya da başka sebepler dolayısıyla yayımlanan şeyin, programın, görüntünün, sesin, iletinin sahibinin veya ilan verenin meydana çıkarılması veya bunlara karşı bir Türk mahkemesinde dava açılması mümkün olmamış olmalı ve ikinci kademede sorumlu olanlar gösterilememiş olmalıdır.

Haksız rekabetin meydana gelmesinde bilişim kuruluşunun kusurunun bulunması halinde ise, kademeli sorumluluk gözetilmeksizin doğrudan bilişim kuruluşuna dava açılabilir. Bu durumda bilişim kuruluşu, içerik sağlayıcı ile birlikte müteselsil sorumlu olacaktır. Bilişim kuruluşunun usulüne uygun olarak hukuka aykırı içerikten haberdar edilmesine rağmen içeriği kaldırmaması, kusur olarak kabul edilmektedir⁵⁶⁷.

Yargıtay 11. HD., önüne gelen uyuşmazlıkta, “...Mahkemece, yukarıda da belirtildiği üzere, içerik sağlayıcı asli fail aleyhine uyarı ya da dava yoluna gidilmeksizin servis sağlayıcı olan davalılar aleyhine dava açma koşulunun gerçekleşmediği gerekçesiyle dava reddedilmiştir. Oysa, mahkemenin de kabulünde olduğu üzere dava dışı içerik sağlayıcı asli fail olup, herhangi bir ihtarname gönderilmesi, (uyarı/kaldır) zorunluluğu olmaksızın hakkında doğrudan dava açılabilmesi mümkündür. Öte yandan, müteselsil sorumluluk esaslarına göre zarar gören kişi zarar verenlerin hepsine karşı birlikte dava açabileceği gibi, müteselsil sorumlulardan sadece bir kısmını dava etmek hususunda seçimlik hakkına sahiptir. Bu bakımdan uygun koşulların gerçekleşmesi halinde (ihtarname tebliği) asli faile dava açılmadan davalılar aleyhine işbu davanın açılması mümkündür. Davacı tarafça, davalılara uyuşmazlık konusu içeriğin kaldırılması için ihtarname gönderildiği, bu hususta ihtiyati tedbir kararı verilerek infaz edildiği, davalıların aleyhlerine açılan işbu davanın reddini savundukları da gözetilmek suretiyle, dava açma koşulunun oluştuğu gözetilerek uyuşmazlığın esasının incelenip hasıl olacak sonuca göre bir karar verilmesi gerekirken, mahkemece davalılara husumet yöneltilmesi koşullarının gerçekleşmediği gerekçesiyle davanın reddi doğru görülmediğinden kararın bozulması gerekmiştir.” diyerek haberdar edilmesine rağmen içeriği kaldırmayan bilişim kuruluşunun doğrudan sorumluluğuna gidilebileceğini ve ayrıca davanın içerik sağlayıcı

⁵⁶⁷ Akın, 106; Budak, 164; Güloğlu, 76; Yasaman, İnternette Marka, 653.

ya da diğer kusurlu bilişim kuruluşlarından yalnızca birine yöneltilebileceğini belirtmiştir⁵⁶⁸.

Bilişim kuruluşlarının sorumluluklarına ilişkin belirtilen koşulların yanı sıra, TTK m. 58/4 hizmet sağlayıcıların sorumluluğuna ilişkin olarak ilk cümlesi ile bir ek koşul getirdiği kabul edilmektedir. Buna göre, haksız rekabet fiilinin iletimini başlatmamış, iletimin alıcısını veya fiili oluşturan içeriği seçmemiş veya fiili gerçekleştirecek şekilde değiştirmemişse, hizmet sağlayıcısı aleyhine tespit, men ve eski hale iade davaları açılmayacak, tedbir kararı verilemeyecektir⁵⁶⁹.

Bu koşulun, içerikle ilgili olmayan, çoğu zaman içeriğin anlamını veya kime yöneldiğini dahi bilmeyen hizmet sağlayıcıların kural olarak sorumlu tutulmamasının da bir gereği olduğu, ayrıca Elektronik Ticaret Konusunda Direktif ile de paralel olduğu belirtilmektedir⁵⁷⁰.

Haksız rekabet fiilinin iletimini başlatmamış, iletimin alıcısını veya fiili oluşturan içeriği seçmemiş veya fiili gerçekleştirecek şekilde değiştirmemiş olmaktan ne anlaşılması gerektiğine bakıldığında, doktrinde bir görüş iletimi başlatmak ifadesinin içeriği oluşturmak şeklinde anlaşılması gerektiğini ileri sürmüştü⁵⁷¹, bir başka görüş ise iletimi başlatmak, iletimin alıcısını veya fiili oluşturan içeriği seçmiş veya fiili gerçekleştirecek şekilde değiştirmiş olmanın kusur teşkil edeceğini belirtmiştir⁵⁷².

İstanbul Anadolu 4. Asliye Ticaret Mahkemesi tarafından verilen bir kararda fiilin iletimine başlanmasına ilişkin olarak, *"...davalının ise hizmet sağlayıcısı olduğunun sabit*

⁵⁶⁸ Yargıtay 11. HD. 2016/1613 E., 2017/6599 K. ve 27.11.2017 tarihli kararı, Hukuktürk İçtihat Arama Motoru, E.T: 01.06.2024.

⁵⁶⁹ Özen ve Baştürk, 241-242. Aynı yönde İstanbul 9. Asliye Ticaret Mahkemesi 2023/660 E., 2024/91 K. ve 06.02.2024 tarihli kararı, *"Davalının, 5651 sayılı Kanun'un 2. maddesi ile 6563 sayılı Kanun'un 2/d maddesi uyarınca, başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan aracı yer/hizmet sağlayıcı olduğu, ... TTK'nın 58/4. maddesinde yer alan; "haksız rekabet fiilinin iletimini başlatmamış, iletimin alıcısını veya fiili oluşturan içeriği seçmemiş veya fiili gerçekleştirecek şekilde değiştirmemişse, bu maddenin birinci fıkrasındaki davalar hizmet sağlayıcısı aleyhine açılmaz; tedbir kararı verilemez." şeklindeki ve TTK. Madde 58/1-a-b-c maddesinde yer alan istisnai durumlardan birinin mevcut olmaması kapsamındaki, yasal düzenlemeler uyarınca, davalının, haksız rekabet eylemlerinden ötürü sorumluluğu bulunmadığı, bu nedenle davalının haksız rekabetten dolayı sorumlu olmadığı açılan davada husumet ehliyetinin bulunmadığı"*, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, 04.06.2024.

⁵⁷⁰ Baştürk, 28; Aktaş Ertan, 130.

⁵⁷¹ Öztekin, 710.

⁵⁷² Güloğlu, 87.

olduğu, yine kampanyanın başlama tarihinin 11/06/2021, bitiş tarihinin ise 26/06/2021 günü olduğu, kampanya içeriğinin dava konusu teşkil ettiği, ancak ----- sunduğu dilekçe ile kampanya içeriğinin değiştirilmesini ve (davaya konu haksız fiil teşkil ettiği iddia edilen) ikramiyelerin kampanyadan çıkartılmasını talep ettiği, idarece de bu talebin "kampanya duyurularının herhangi bir yerde yapılmamış olması da dikkate alınarak" uygun bulunduğu, bu sebeple davaya konu haksız fiil teşkil ettiği iddia edilen ikramiyelerin davalı tarafından yayınlanmadığının, yani TTK 58/4 kapsamında iletimine başlanmadığının kabulünün gerektiği..." kabul edilmiştir⁵⁷³. Ancak kanaatimizce haksız rekabet teşkil edebilecek bir kampanyanın duyurusunun yapılmaması halinde, sorumsuzluğun sebebi iletimin başlamamış olması değil haksız rekabetin meydana gelmemiş olması olacaktır.

Paralel olduğu belirtilen Elektronik Ticaret Konusunda Direktif hükümlerine bakıldığında ise, hizmet sağlayıcının iletimi başlatmadığı, iletimin alıcısını ve iletimde yer alan bilgileri seçmediği ve değiştirmedeği durumlarda iletimde yalnızca pasif bir rol oynadığı belirtilmektedir. Aksi durumda ise, hizmet sağlayıcının teknik rolünün dışına çıkacağı ve yine sorumluluğunun söz konusu olacağı kabul edilmektedir⁵⁷⁴. Dolayısıyla TTK m. 58/4 c.1 hükmünün Elektronik Ticaret Konusunda Direktif ile paralel olduğunun kabul edilebilmesi ve bilişim kuruluşlarının kademeli sorumluluğu ile her koşulda muhatabın bulunması amacının gerçekleşebilmesi için hükmün tek başına değerlendirilmemesi gerekmektedir.

TTK m. 58/4 fıkrasının ikinci cümlesi ile ise, mahkemenin "*haksız rekabet eyleminin olumsuz sonuçlarının kapsamlı veya vereceği zararın büyük olacağı durumlarda ilgili hizmet sağlayıcısını da dinleyerek, haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesini veya önlenmesine ilişkin tedbir kararını hizmet sağlayıcı aleyhine de verebilir veya içeriğin geçici olarak kaldırılması dâhil somut olaya uyan uygulanabilir başka tedbirler*" alabileceği kabul edilmiştir.

⁵⁷³ İstanbul Anadolu 4. Asliye Ticaret Mahkemesinin 2021/806 E., 2022/888 K. ve 01.12.2022 tarihli kararı, De Jure Ai İçtihat Arama Motoru, 04.06.2024.

⁵⁷⁴ Yasaman, İnternette Marka, 588; Mamalı, 40 vd.; Dijital Hizmetler Yasası bakımından aynı yönde Çevik, 394 vd.

TTK m. 58/4 fıkrasının birinci ve ikinci cümlelerinin ilişkisine bakıldığında, doktrinde ikinci cümlelerin hizmet sağlayıcıların sorumluluğu bakımından bir ek koşul getirdiğini ileri süren görüşler olduğu gibi⁵⁷⁵, ikinci cümlelerin sorumsuzluğa ilişkin birinci cümlelerin istisnası olduğunu ileri süren görüşler de bulunmaktadır⁵⁷⁶.

Konuya ilişkin olarak Elektronik Ticaret Konusunda Direktif hükümlerine bakıldığında, hizmet sağlayıcının sorumsuzluğun üye devletlerin hukuk sistemlerine göre, bir mahkeme veya idari makamın tecavüzün önlenmesi veya sonlandırılmasını talep etmesini önlemeyeceğinin kabul edildiği görülmektedir⁵⁷⁷. Bu doğrultuda kanaatimizce haksız rekabet eyleminin olumsuz sonuçlarının kapsamlı veya vereceği zararın büyük olacağı durumlarda mahkemece TTK m. 58/4 c.1 hükmünün istisnası olarak ilgili hizmet sağlayıcısını da dinleyerek ihlali önlenmeye veya sonlandırılmaya yönelik kararlar verilebileceğini kabul etmek, hükmün Elektronik Ticaret Konusunda Direktif ile paralel olmasını sağlayacak, ayrıca hüküm ile amaçlandığı belirtilen her koşulda sorumlunun bulunması amacına hizmet edecektir. Ancak belirtilmelidir ki, TTK m. 58/4 c. 2 hükmünün ilk cümlelerin istisnası olduğunun açıkça düzenlenmesi gerekmektedir. Zira yorum yoluyla istisna üretilemez⁵⁷⁸.

Öte yandan, TTK m. 58/4 c. 2 hükmünün devamında, mahkemece ilgili hizmet sağlayıcısını da dinleyerek haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesini veya önlenmesine ilişkin tedbir kararı veya içeriğin geçici olarak kaldırılması dâhil somut olaya uyan uygulanabilir başka tedbirlere hükmedilebileceği düzenlenmiştir.

Karar verilmeden önce hizmet sağlayıcının dinlenilmesine ilişkin düzenlemenin, silahların eşitliği ilkesine uygun olduğu ve bu bakımdan düzenlemenin isabetli olduğu belirtilmektedir⁵⁷⁹.

Düzenlemedeki “tedbir” ifadesinin yalnızca ihtiyati tedbirleri değil, mahkemece verilecek kararları da kapsayacak şekilde geniş yorumlanması gerektiğini ifade

⁵⁷⁵ Bozkurt Yüksel, 94

⁵⁷⁶ Budak, 167; Nomer Ertan, 444; Demirbaş, 94; Pekdiğer, 232; Şahin, 158; Özen ve Baştürk, 244.

⁵⁷⁷ Soysal, İnternet Servis Sağlayıcı, 312; Mamalı, 66.

⁵⁷⁸ Kemal Gözler, *Hukuka Giriş*, (Bursa: Ekin Yayınevi, 2021), 337-338.

⁵⁷⁹ Kaplan, 148.

etmiştik⁵⁸⁰. Bu kapsamda mahkemece ihtiyati tedbir ya da nihai karar ile hizmet sağlayıcı aleyhine de somut olaya özgü tedbirler alınabilecektir.

Bununla birlikte TTK m. 58/4 c. 2’de mahkemenin hizmet sağlayıcısını da dinleyerek karar verilebilmesine ilişkin düzenleme, kanaatimizce ihtiyati tedbir bakımından önem arz etmektedir. Zira nihai karar çekişmeli yargılama neticesinde taraflar dinlenerek verilirken, HMK m. 390/2 uyarınca talep edenin haklarının derhâl korunmasında zorunluluk bulunan hâllerde, karşı taraf dinlemeden ihtiyati tedbir kararı verilebilecektir. Doktrinde, HMK hükümlerinin TTK m. 58/4 ile ilişkisinin genel hüküm özel ilişkisinin olup olmadığına ilişkin farklı görüşler bulunmakla⁵⁸¹ birlikte kanaatimizce, TTK m. 58/4 c. 2’de mahkemenin hizmet sağlayıcısının dinlenerek karar verilmesi HMK m. 390/2’nin de istisnası kabul edilmelidir.

TTK m. 58/4 c. 2’de mahkemenin hizmet sağlayıcısını da dinleyerek karar vermesi dışında ayrıca, haksız rekabet eyleminin olumsuz sonuçlarının kapsamlı veya vereceği zararın büyük olacağı durumlarda, haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesine veya önlenmesine ilişkin tedbir kararını hizmet sağlayıcı aleyhine de verebileceği veya içeriğin geçici olarak kaldırılması dâhil somut olaya uyan uygulanabilir başka tedbirler alabileceği düzenlenmiştir. Düzenleme ile, haksız rekabetin söz konusu olması halinde ne şekilde karar verilebileceği belirtilmiş, ölçüsüz kararların önüne geçilmesinin ve hâkime geniş bir takdir yetkisi tanınarak somut olaya en uygun ve temel hak ve özgürlüklere en az müdahalede bulunan tedbire karar verilmesinin yolu açılmıştır⁵⁸².

Ancak haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesine veya önlenmesine yönelik karar verilmesine ilişkin TTK m. 58/4 c. 2 hükmünün ilk cümleinin istisnası olması sebebiyle düzenlendiği yer isabetli olmakla birlikte, ne şekilde karar verilebileceğinin ve hâkime tanınan geniş takdir yetkisinin, basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşlarının sorumluluk

⁵⁸⁰ Ayrıntılı bilgi için bkz. sayfa 105 vd.

⁵⁸¹ Kaplan hem HMK hükümlerine göre hem TTK m. 58/4 uyarınca ihtiyati tedbir kararı verilebileceğini, Bozbel ise TTK m. 58/4 hükmünün HMK hükümleri karşısında özel hüküm olduğunu ileri sürmektedir. Kaplan, 148 krş. Savaş Bozbel, *6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu’na göre Haksız Rekabet*, (Erlangen: Epubli Gmbh, 2018), 788, (Kaplan, 148’den naklen).

⁵⁸² Budak, 167; Bozkurt Yüksel, 94; Vural Seven, 3348. Hâkime tanınan takdir hakkı ve detaylı bilgi için bkz. sayfa 106 vd.

esalarının düzenlendiği TTK m. 58 hükmünden ayrı şekilde düzenlenmesi, kanun sistematığı açısından daha isabetli olacaktır.



SONUÇ

Teknolojinin gelişmesi ve ticaretin elektronik ortama taşınmasıyla birlikte büyük bir pazar ekonomisi doğmuş ve yeni satış stratejileri söz konusu olmaya başlamıştır. Elektronik ticaret işletmelere, gelişen pazar içinde genişleyen pazar, azalan maliyetler ve artan verimlilik gibi büyük avantajlar sağlamaktadır. Ancak bu avantajlarının yanında, internetin gelişimi ve çok yönlü kullanımı piyasadaki rakiplerin birbirlerinin önüne geçmek ve pazar paylarını arttırabilmek için farklı yollara başvurmasına imkân tanımış ve haksız rekabet kapsamına dahil edilmesi gereken örnekleri de giderek çoğaltmıştır.

İnternet ortamında meydana gelen başlıca haksız rekabet halleri, link verilerek ya da çerçeveleme yöntemi, reklam bandı, pop up reklam, anahtar kelime, yönlendirici kod, internet alan adı, web siteleri, sosyal medya kullanılarak gerçekleştirilen hallerdir. Bu haller sınırlı sayıda olmayıp türleri her geçen gün arttığı gibi, kendi içinde de çeşitlenmektedir.

İnternetin kullanılmaya başlandığı ilk dönemlerde, internet ortamına müdahalede bulunulmamıştır. Ancak zaman içinde internet ortamında söz konusu olan hukuka aykırılıkların da yaptırıma bağlanması gerektiği kabul edilerek uyuşmazlıklara konu edilmeye başlanmıştır. Hukuka aykırılıkların yaptırıma bağlanması bakımından, özellikle hukuka aykırı içeriklerin internet ortamında kalmasının önlenmesi de gerektiğinden; zamanla bunu temin etmeye yönelik olarak erişimin engellenmesine ilişkin kararlar da verilmeye başlanmıştır.

Önceleri müstakil bir düzenleme olmaksızın erişimin engellenmesi kararı veriliyorken, 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun kabul edildikten sonra; artık özel bir düzenleme mevcut olduğu ve bu sebeple genel hükümlere göre erişimin engellenmesi kararı verilemeyeceğine ilişkin görüşler ve yargı kararları ortaya çıkmıştır. Ancak zamanla, aksi yönde görüşler bulunmakla birlikte genel olarak hem 5651 sayılı Kanun kapsamında, hem de genel hükümler uyarınca erişimin engellenmesi kararı verilebileceği kabul edilmeye başlanmıştır.

İnternetin günlük hayatın bir parçası ve küresel bir iletişim aracı haline gelmesi, uyumsuzlukları beraberinde getirmesinin yanında, erişimin engellenmesi kararlarının haberleşme hürriyeti, ifade hürriyeti, bilgiye erişim hakkı gibi pek çok temel hak ve özgürlüğe müdahalede bulunmasına da yol açmıştır.

Bu sebeple de internete ilişkin müdahalelerin temel haklar üzerinde olumsuz etki yarattığı durumlar ile sıkça karşılaşılmış, özellikle 5651 sayılı Kanun'un içerdiği düzenlemeler de ihlalleri gündeme getirmiş ve bazı eleştirilere ve AYM ile AİHM kararlarına konu olmuştur.

TTK'da ise, erişimin engellenmesi yöntemi haksız rekabetin gündeme gelmesi halinde uygulanabilecek bir yöntem olarak doğrudan öngörülmemiştir. Ancak TTK m. 56, haksız rekabetin men'ine ya da haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılmasına yönelik talepler sınırlı sayıda saymamış olup erişimin engellenmesi de bu talepler kapsamına girecektir. Öte yandan erişimin engellenmesi yönteminin, TTK m. 58/4'te yer alan mahkemenin haksız rekabet eyleminin olumsuz sonuçlarının kapsamlı veya vereceği zararın büyük olacağı durumlarda ilgili hizmet sağlayıcısını da dinleyerek, hizmet sağlayıcı aleyhine haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesine veya önlenmesine ilişkin alabileceği tedbir kararı veya içeriğin geçici olarak kaldırılması dâhil somut olaya uyan uygulanabilir tedbirler kapsamına girdiği de kabul edilmelidir. Ayrıca maddede yer alan “tedbir” ifadesinin yalnızca ihtiyati tedbiri değil, verilecek nihai kararı da kapsadığı kabul edilmelidir.

TTK m. 58/4 hükmünde somut olaya özgü tedbirler alınabileceğinin belirtilmesi dolayısıyla, bu konuda hâkime geniş bir takdir yetkisi tanındığı da kabul edilmektedir. Bu nedenle temel hak ve özgürlüklere müdahale niteliğinde karar verme imkânı tanıyan bu geniş takdir yetkisinin sınırlarının ve sorumluluğun kapsamı tartışmaya yer vermeyecek şekilde çizilmesi gerektiğine ilişkin eleştiriler getirilmiştir. Ancak haksız rekabetin somut olaya özgü değerlendirme yapılmasını gerektiren yapısı, TTK m. 58/4 hükmünde bilişim kuruluşlarının sorumluluğu ile somut olaya özgü tedbirler alınabileceği düzenlemeleri ile bilerek sınırlandırma yapılmamış olması, teknolojinin devam eden gelişimi gibi nedenler dolayısıyla mevcut düzenlemelerin erişimin engellenmesi kararı verilmesi bakımından yeterli olduğu kabul edilmelidir.

Bununla birlikte erişimin engellenmesi kararının temel hak ve özgürlüklere müdahale eden yapısı sebebiyle, söz konusu müdahalenin hukuka uygun olması için müdahale Anayasa m. 13 uyarınca hakkın özüne dokunmamalı, demokratik toplumun gereklerine uygun ve ölçülü olmalı; ölçülülüğün söz konusu olması için ayrıca karar ile sağlanması beklenen yarar ve verilmesi ihtimal dahilinde bulunan zarar arasında makul bir oran bulunmalıdır. Bu gereklilikleri temin etmek için, özellikle erişimin engellenmesi kararı son çare olarak verilmeli, daha hafif bir tedbir ile hukuka aykırılık giderilebiliyorsa bu yönde bir karar verilmeyerek, somut olaya en uygun ve temel hak ve özgürlüklere en sınırlı etki edecek tedbire karar verilmesi gerektiği gözetilmelidir. Bu doğrultuda içeriğin çıkarılmasının somut olaya göre daha az müdahale teşkil ettiği durumlarda, erişimin engellenmesi yerine içeriğin çıkarılmasına da karar verilebilir. Ancak içeriğin çıkarılmasının her koşulda erişimin engellenmesinden daha az müdahale teşkil ettiği kabul edilmemeli, somut olaya göre değerlendirme yapılmalıdır.

Erişimin engellenmesi talebi gerek haksız rekabetin men'i davasında gerekse de eski hale iade davasında ileri sürülebilecektir. Ancak karar verilirken, kararın icrası sırasında tereddüt oluşturmayacak şekilde hüküm kurulmalıdır. Uygulamada mahkemeler tarafından, hukuka aykırı içeriğin kaldırılmasına, aksi takdirde erişimin engellenmesine yönelik karar verildiği görülmektedir. Bu durumun, özellikle hukuka aykırı içeriğin kaldırılmasının erişimin engellenmesinden daha az bir müdahaleyi barındırdığı hallerde, erişimin engellenmesi kararının son çare olarak verilmesinin bir görünümü olduğu söylenebilecektir. Erişimin engellenmesi kararının son çare olarak verilmesi bakımından, karar verilmeden önce hukuka aykırı içeriğin kaldırılması için süre verilmesi de mümkündür.

Temel hak ve özgürlüklere yapılan müdahalenin hukuka uygun olabilmesi için, erişimin engellenmesinde kullanılabilecek alan adından erişimin engellenmesi, IP adresinden erişimin engellenmesi, nesne tabanlı erişimin engellenmesi gibi yöntemlerden de somut olaya en uygun olup en az müdahale teşkil edecek olan seçilmelidir.

Haksız rekabetin söz konusu olması sebebiyle açılan davalarda, haksız rekabet sebebiyle müşterileri, kredisi, meslekî itibarı, ticari faaliyetleri veya diğer ekonomik menfaatleri zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek olan kimse davacı olabilecektir.

Davalı ise, kural olarak haksız rekabet fiilini işleyen faildir. Ancak failin yanında, adam çalıştırının ya da basın, yayın, iletişim ya da bilişim kuruluşlarının sorumluluğu da söz konusu olabilecektir.

Hakkında erişimin engellenmesi kararı verilebilecek haksız rekabet halleri internet ortamında meydana geldiğinden, haksız rekabet failinin yanında; bilişim kuruluşlarının sorumluluğunun belirlenmesi de önem arz etmektedir. Bu bakımdan TTK m. 58'e bakıldığında basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşlarının sorumluluğunun birlikte düzenlendiği görülmektedir. Ancak internetin kendine özgü yapısı göz önüne alınmadan bilişim kuruluşlarının sorumluluğunun klasik basın yayın mecralarıyla birlikte düzenlenmesi isabetli olmayıp, bilişim kuruluşlarının sorumluluğunun ayrıca düzenlenmesi gerekmektedir.

Bilişim kuruluşlarının sorumluluğuna ilişkin TTK m. 58'e bakıldığında maddenin kenar başlığında basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşları; maddede ise bilişim işletmeleriyle ya da ileride gerçekleşecek teknik gelişmeler sonucunda faaliyete geçecek kuruluşlar ifadesinin kullanıldığı görülmektedir. Bu kavramlar arasında bilinçli bir ayırım yapılmamış olmakla birlikte, kavramlar arasındaki belirsizliğin ve çelişkinin ortadan kaldırılması adına maddede yalnızca bilişim kuruluşları kavramının kullanılması ve açıklanması gerekmektedir.

Bilişim kuruluşlarının sorumluluk rejimine bakıldığında, tespit, men ve eski hale iade davaları bakımından kusurun söz konusu olmadığı hallerde kademeli sorumluluğun öngörüldüğü, ilk kademe asli sorumlu olan haksız rekabet eyleminin faili içerik sağlayıcısı iken, ikinci kademenin bilişim kuruluşları bakımından bir karşılığı olmadığı ve içerik sağlayıcı dışındaki tüm bilişim kuruluşlarının üçüncü kademedede sorumlu olduğu anlaşılmaktadır. Son kademedede sorumlu olduğu kabul edilen, içerik sağlayıcıları dışındaki bilişim kuruluşları, hizmet sağlayıcı kavramı ile ifade edilmiş olup, bu kavram internet servis sağlayıcı kavramı ile aynı anlamı karşılamaktadır⁵⁸³. Hizmet sağlayıcının, haksız rekabet teşkil eden içerikten asli sorumlu olan içerik sağlayıcıdan ayrıldığı nokta, içerik ile ilgili aktif rol oynamaması, içerik üzerinde fikirsel bir kontrolünün olmamasıdır.

⁵⁸³ Aynı yönde Özen ve Baştürk, 240.

Bilişim kuruluşlarının sorumluluklarına ilişkin belirtilen koşulların yanı sıra, TTK m. 58/4 c. 1 uyarınca haksız rekabet fiilinin iletimini başlatmamış, iletimin alıcısını veya fiili oluşturan içeriği seçmemiş veya fiili gerçekleştirecek şekilde değiştirmemişse, hizmet sağlayıcısı aleyhine tespit, men ve eski hale iade davaları açılmayacak, tedbir kararı verilemeyecektir. Ancak hükümde belirtilen hizmet sağlayıcının sorumluluğu bakımından getirilen ek koşulun, belirtildiği gibi Elektronik Ticaret Konusunda Direktif ile paralel olduğunun kabul edilebilmesi ve bilişim kuruluşlarının kademeli sorumluluğu ile her koşulda muhatabın bulunması amacının gerçekleşebilmesi için TTK m. 58/4 c.1 hükmünün hizmet sağlayıcının aracı bir hizmet sağladığını vurguladığı, ikinci cümlenin ise birinci cümlenin istisnası olduğu kabul edilmelidir. Zira aksi durumun kabulü, hizmet sağlayıcının ancak iletimi başlattığı, iletimin alıcısını ve iletimde yer alan bilgileri seçtiği ve değiştirdiği durumlarda teknik rolünün dışına çıkarak esasen içerik sağlayıcı sıfatını haiz olması koşuluyla sorumlu olacağı anlamına gelecektir. Ancak yorum yoluyla istisna üretilmemesi sebebiyle, TTK m. 58/4 c. 2 hükmünün ilk cümlenin istisnası olduğunun açıkça düzenlenmesi gerekmektedir.

TTK m. 58/4 c. 2 düzenlemesinin içeriğine bakıldığında, mahkemenin haksız rekabet eyleminin olumsuz sonuçlarının kapsamlı veya vereceği zararın büyük olacağına kanaat getirdiği hallerde ilgili hizmet sağlayıcısını da dinleyerek, haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesini veya önlenmesine ilişkin tedbir kararını hizmet sağlayıcı aleyhine de verebileceği veya içeriğin geçici olarak kaldırılması dâhil somut olaya uyan uygulanabilir başka tedbirler alabileceği görülmektedir.

TTK m. 58/4 c. 2’de mahkemenin hizmet sağlayıcısını da dinleyerek karar vermesi dışında ayrıca, haksız rekabet eyleminin olumsuz sonuçlarının kapsamlı veya vereceği zararın büyük olacağı durumlarda, haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesine veya önlenmesine ilişkin tedbir kararını hizmet sağlayıcı aleyhine de verebileceği veya içeriğin geçici olarak kaldırılması dâhil somut olaya uyan uygulanabilir başka tedbirler alabileceği düzenlenmiştir.

Haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesi veya önlenmesine yönelik kararların düzenlendiği TTK m. 58/4 c. 2 hükmünün, ilk cümlenin istisnası olması sebebiyle düzenlendiği yer isabetlidir.

Ancak bu kararların ne şekilde verileceğinin ve hâkime tanınan geniş takdir yetkisinin, basın, yayın, iletişim ve bilişim kuruluşlarının sorumluluk esaslarının düzenlendiği TTK m. 58 hükmünden ayrı şekilde düzenlenmesi, kanun sistematığı açısından daha isabetli olacaktır.



KAYNAKÇA

“Türk Ticaret Kanunu Tasarısı Hakkında Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ticaret Hukuku Anabilim Dalı’na Hazırlanan Görüş”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 23/2 (2005): 213-248.

Abbasoğlu, Hayriye Dilara. *Sosyal Medya Reklamcılığında Haksız Rekabet*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021.

Akdeniz, Yaman ve Altıparmak, Kerem. *İnternet: Girilmesi Tehlikeli ve Yasaktır Türkiye’de İnternet İçerik Düzenlemesi ve Sansüre İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme*. İstanbul: İmaj Yayınevi, 2008.

Akın, İrfan. “Adwords Reklam Sisteminde Marka Kullanımı”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 78 (2008): 205-226. (Adwords Sistemi)

Akın, Mert Kürşat. “Dijital Mecrada Haksız Rekabet Hukuku Uygulamaları”. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, 2023.

Akpınar, Erdem. “Haksız Rekabet Düzenlemelerinin Tarihi Gelişimi ve Genişleyen Uygulama ve Koruma Alanı”. *KTO Karatay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 4/1 (2019): 51-84.

Aktaş Ertan, Betül. “Haksız Rekabette Bilişim Kuruluşlarının Sorumluluğu”. *İnternet Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele*. Ed. Bülent Kent ve Yasin Söyler ve Merve Ayşegül Kullar İbrahim. İstanbul: On İki Levha, 2022: 115-142.

Andreas M. Kaplan ve Michael Haenlein, “Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media”, *Business Horizons*, Vol. 53 Issue 5 (2010): 59-68, https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media, E.T: 01.04.2024.

Arkan Akbıyık, Azra. *Gerçek Olmayan Vekaletsiz İş Görme*. İstanbul: Alfa Yayınları, 1999.

Arkan, Sabih. “Haksız Rekabet-Gelişmeler-Sorunlar”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 22/4 (2004): 5-20.

Arkan, Sabih. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2020.

Arslan, İsmet Kahraman ve Öz, Neslihan. “Elektronik Ticaret Sözleşmelerine Uygulanacak Hukuk”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Hukuk Özel Sayısı*. 19/38 (2020): 13-31.

Arslan, Merve. *Elektronik Ticaret ve Mesafeli Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021.

Aslan, Adem. “Marka, Haksız Rekabet ve Tüketici Hukukunda Süperlatif Reklamlar”, *Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı: 2014*. Der. Tekin Memiş. Ankara: Yetkin Yayınları, 2016: 45-93.

Aslan, İ. Yılmaz. *Ticaret Hukuku Dersleri*. İstanbul: Ekin Yayınevi, 2018.

Aslan, İ. Yılmaz. *Tüketici Hukuku Dersleri*. İstanbul: Ekin Yayınevi, 2016.

Atamer, Yeşim. “Genel İşlem Koşulu Mu Bireysel Pazarlıkla Kurulan Sözleşme Mi?”. *Yeni Türk Borçlar Kanunu ve Yeni Türk Ticaret Kanunu Sempozyumu: Makaleler, Tebliğler*, der. Çiğdem Kırca. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2013: 103-139.

Atamer, Yeşim. “Yeni Türk Borçlar Kanunu Hükümleri Uyarınca Genel İşlem Koşullarının Denetlenmesi- TKHK m. 6 ve TTK m. 55, F. 1, (f) İle Karşılaştırmalı Olarak”. *Türk Hukukunda Genel İşlem Şartları Sempozyumu: Bildiriler, Tartışmalar*. Ed. Başak Şit. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Enstitüsü Yayınları, 2011: 9-73. (Genel İşlem Koşullarının Denetlenmesi)

Ateş, Mustafa. “Sosyal Medya Aktörlerinin Hukuki Sorumluluğu ve Bilhassa Telif Haklarının İhlalinden Doğan Sorumlulukları”. *Fikri Mülkiyet Yıllığı 2013*. Ed. Tekin Memiş. Ankara: Yetkin Yayıncılık, 2013: 59-114. (Sosyal Medya Aktörlerinin Sorumluluğu)

Ateş, Mustafa. *Fikir ve Sanat Eserleri Üzerindeki Hakların Kapsamı ve Sınırlandırılması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2003.

Atlı, Turan. “Kişi Haklarının İhlali Durumunda İnternet Erişiminin Engellenmesi”. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 3/2 (2020): 4-32.

Avşar, B. Zakir ve Öngören, Gürsel. *Bilişim Hukuku*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, 2010, https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/801/BILISIM_HUKUKU.pdf, E.T: 06.05.2024.

Aydın, Emin. “Bilişim Sistemlerinde Güvenlik, Güvenirlilik Mahremiyet ve Bilişim Suçları”. *Marmara İletişim Dergisi*. 1/1 (1992): 109- 138.

Aydın, İbrahim. “Geleneksel ve Yeni Mecralar”. *Tüm Yönleriyle Bütünleşik Pazarlama İletişimi*. Ed. Aytuğ Mermer Üzümlü. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2020: 107-124.

Ayhan, H. Lale. “AB ve Türk Hukuklarına Göre İnternet Ortamında Fikri Mülkiyet Haklarının İhlali”. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, 2010.

Ayhan, Rıza ve Çağlar, Hayrettin ve Özdamar, Mehmet. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Yetkin Yayınları, 2022.

Ayiter, Nuşin. *Hukukta Fikir ve Sanat Ürünleri*. Ankara: Sevinç Yayınları, 1981.

Bahtiyar, Mehmet, Ayli, Ali, Şua, Mehmet F., Karamanlıoğlu, Argun. *Ticari İşletme Hukuku*. İstanbul: Beta Yayınları, 2022.

Bahtiyar, Mehmet. *Ticari İşletme Hukuku: Ders Notları, Soru Örnekleri*. İstanbul: Beta Yayınları, 2023.

Bakır, Ayhan. *Türk Haksız Rekabet Hukukunda Dürüstlük Kuralına Aykırı Genel İşlem Şartları ve Yaptırımı*. Ankara, Yetkin Yayınları, 2017.

Bal, Nurullah. "İnternet Alan Adları ve İnternet Alan Adı Uyuşmazlıklarının Tahkim Yoluyla Çözülmesi". *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 17/1- 2 (2013): 315-351.

Baş Süzel, Ece. *Gerçek Olmayan Vekaletsiz İş Görme ve Menfaat Devri Yaptırımı*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2023.

Başlar, Yusuf. "Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun Ek Madde 4 Hükmünün İhlali Suçları". *Ankara Barosu Dergisi*. 77/4 (Ocak 2020): 37-74.

Başlar, Yusuf. "İnternet Søjeleri ve Cezai Sorumlulukları". *Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 19/2 (2022): 603-633. (İnternet Søjeleri)

Başpınar, Veysel ve Kocabey, Doğan. *İnternette Fikri Hakların Korunması*. Ankara, Yetkin Yayınevi, 2007.

Baştürk, İhsan. "Türk Ticaret Kanunu'nda Bilişim Yoluyla Haksız Rekabetin Hukuki-Cezai Sonuçları". *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*. 6 (2011): 279-317.

Bayamlıoğlu, Emre. "Arama Ağı Reklamcılığında Markanın Anahtar/Hedef Kelime Olarak Kullanımı". *Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi*. 25 (2011): 17-50.

Bektaş, İbrahim. "Haksız Rekabet Hukukunda Dürüst ve Bozulmamış Rekabeti Sağlama Amacı (TTK m. 54) ve 'İşleyen Rekabet' Ölçütü", *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 34/3 (2018): 277-310.

Berzek, Ayşe Nur. *Ticaret Hukukunun Genel İlkeleri*. İstanbul: Beta Yayınları, 2016.

Bıdık, Barış. "İnternet Yoluyla Haksız Rekabet". *Terazi Hukuk Dergisi*. 10/110 (2015): 47-57.

Bilge, Mehmet Emin. "Tüketicinin Korunması Açısından İnternette Ticari Reklam Yayını". *Prof. Dr. Turgut Kalpsüz'e Armağan*. Ankara: Turhan Kitabevi, 2003: 13-54.

Bilgili, Fatih ve Demirkapı, Ertan. *Ticaret Hukuku Bilgisi*. Bursa: Dora Yayınevi: 2022.

Bingöl, F. İtir. "İnternet Ortamındaki Gizli Ticarî İletişime İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme". *Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 9/1 (2019): 107-156.

Biyan, Özgür. “Elektronik Ticaret Kanunu’nun Getirdikleri: Bazı Hususlarda Görüş Paylaşımı”. *Legal Mali Hukuk Dergisi*. 10/120 (2014): 31 – 44.

Bozbel, Savaş. “Adwords Reklamlar Karşılaştırmalı Reklam Teşkil Eder Mi? Avrupa Adalet Divanının Verdiği Kararlar Işığında Bir Değerlendirme”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 18 (2010): 97-113. (Adalet Divanı Kararları Işığında)

Bozbel, Savaş. “Fikri Hakların İhlali Nedeniyle İhtiyati Tedbir Yoluyla İnternet Sitelerine Erişim Engellenebilir mi?”. *Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2009*. Ed. Tekin Memiş. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2009: 135-164. (İhtiyati Tedbir)

Bozbel, Savaş. “İnternet Alan Adı (Domain Name) Müracaat ve Tescil Uygulamaları, Dünyadaki Uygulamalar Eşliğinde Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi”. *Mevzuat Dergisi*, 92(2005), <https://www.mevzuatdergisi.com/2005/08a/01.htm>, E.T: 07.01.2023. (Değerlendirme) (Sayfa numaraları belirtilmemiştir.)

Bozbel, Savaş. “Yeni Türk Ticaret Kanunu’nda Karşılaştırmalı Reklam”. *Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun Ticari İşletme Hukuku Alanında Getirdiği Yenilikler, Sempozyum 25-26 Kasım 2011*. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Hukuk Fakültesi, 2012: 111-118. (Karşılaştırmalı Reklam-Sempozyum)

Bozbel, Savaş. *Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2012.

Bozbel, Savaş. *Fikri Mülkiyet Hukuku*. İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2015.

Bozbel, Savaş. *Mukayeseli Hukukta ve Türk Hukukunda Karşılaştırmalı Reklam Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2006. (Karşılaştırmalı Reklam)

Bozer, Ali ve Göle, Celal. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2021.

Bozkurt Yüksel, Armağan Ebru. “Elektronik Ortamda Haksız Rekabet”. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*. 18 (2014): 79-112.

Bozkurt Yüksel, Armağan Ebru. “Ticari Sırların Dijital Ortamda Korunması”. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*. 33 (2018): 143-192.

Bozkurt, Tamer. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Yetkin Yayınları, 2021.

Budak, Burcu. “İnternet Reklamlarında Haksız Rekabet ve Önlenmesi-Sona Erdirilmesi”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2021.

Can, Mustafa ve Memiş, Tekin. “Elektronik Ortamda Haksız Rekabet Halleri”. *Mevzuat Dergisi*. 81 (2004): <https://www.mevzuatdergisi.com/2004/09a/04.htm>, E.T: 30.10.2023. (Sayfa numaraları belirtilmemiştir.)

Can, Mustafa. “Türk Ticaret Kanunu Tasarısına Göre Haksız Rekabet”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 69 (2007): 151-175.

Canata, Fatih. “5651 Sayılı Kanun Kapsamında İnternet Düzenlemeleri ve Düşünce-İfade Özgürlüğü Üzerine Bir Değerlendirme”. *Türk Kütüphaneciliği*. 30/2 (2016): 185-205.

Clark, Shelby. “What a Tangled Web We Weave, When First We Practice to Deceive: Frames, Hyperlinks, Metatags, and Unfair Competition on the World Wide Web”. *Hastings Law Journal*. Vol. 50 (1999): 1333-1358, https://repository.uclawsf.edu/hastings_law_journal/vol50/iss5/3/, E.T: 30.10.2023.

Çalışkan, Alican. “Şikâyet Platformlarının Faaliyetlerinin Haksız Rekabet Çerçevesinde Değerlendirilmesi”. *KHAS Hukuk Bülteni 2021-2022 Akademik Yılı Derlemesi*. Ed. Başak Baysal ve Nilay Arat ve Ahmet Abut ve Doğukan Bingöl ve Alican Çalışkan. İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2022: 121-137.

Çanga, Tarık Mete. “Fikir ve Sanat Eserleri Üzerindeki Hakların Korunması”. Uzmanlık Tezi, Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, 2007.

Çapa, M. Sadık. "Haksız Rekabet Hukukunda Başkalarının İş Ürünlerinden Yetkisiz Yararlanma (TTK m. 55/1-c)". *Ankara Barosu Dergisi*. (2014): 359-373.

Çeker, Mustafa. *Ticaret Hukuku Genel Esaslar*. Adana: Karahan Kitabevi, 2015.

Çelik, Nazlı Hilal. “Haksız Rekabet”. *Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 9/2 (2012): 659-690.

Çelikbaş, Nil Merve. *Haksız Rekabette Yazılı Basının Sorumluluğu*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2013.

Çetiner, Selma ve Bozkurt Yüksel, Armağan Ebru. *Ticari İşletme ve Şirketler Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021.

Çevik, İpek. “Avrupa Birliği Dijital Hizmetler Yasası’nın Değerlendirmesi”. *Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi*. 2 (2023): 387-419.

Çınar Karabağ, Nihal. *Türk Ticaret Kanunu’na Göre Haksız Rekabet ve Yaptırımları*. Ankara: Seçkin Yayınları, 2019.

Çırakoğlu, Melikşah. *5651 Sayılı Kanun Çerçevesinde İnternet Erişiminin Engellenmesi ve Erişim Sağlayıcıları Birliği*. Ankara: Adalet Yayınevi, 2018.

Çolak, Uğur. *Türk Marka Hukuku*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2023.

Dal, Seniha. “Türk Hukukunda İnternet Alan Adları (Domain Names) ve Bu Alandaki Son Gelişmeler”. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 28/1 (2015): 479-497.

Demez, İsmail. “Kişilik Haklarının İhlali Nedeniyle İnternet Sitelerine Erişimin Engellenmesi ve/veya İçeriğin Yayından Çıkarılmasında Görev ve Yetki Sorunu”. *Bilişim Hukuku Dergisi*. 3/2 (2021): 338-429.

Demirbaş, Harun. *6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Hizmet Sağlayıcıları ve Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Yükümlülükleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015.

Demirçivi Mineliler, Zeynep. “Ticaret Ünvanı ve Haksız Rekabete İlişkin Bir Yargıtay Kararının TTK ve TTK Tasarısı Hükümleri Çerçevesinde MarKHK Hükümleri de Dikkate Alınarak İncelenmesi”. *Prof. Dr. Hüseyin Ülgen'e Armağan 1. Cilt*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2007: 13-28.

Devoe, Daniel. “Applying Liability Rules To Metatag Cases And Other Instances Of Trademark Infringement On The Internet: How To Get To “No Harm, No Foul”. *Boston University Law Review*, Vol. 90, No 3 (2010): 1221-1260, <https://www.bu.edu/law/journals-archive/bulr/documents/devoe.pdf>, E.T: 24.11.2023.

Dilmen, Necmi Emel. “Sosyal Medya Sosyal Paylaşım Ağlarının Reklam ve Pazarlama Disiplinleri İçerisinde Kullanımı”. *Sosyal Medya Akademi*. Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen. İstanbul: Beta Yayınları, 2012: 129-154.

Dişli, Esra. “Marka Hakkının İnternet Ortamında İhlali”. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2016.

Doğan, Cihan. *Rekabet Hukuku ve İktisadi Bağlamında Dijital Platformlar*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021.

Dolar, Neyzen Fehmi. “TTK m.55/1-a-6’da Özel Bir Haksız Rekabet Hâli Olarak Düzenlenen Tedarik Fiyatının Altındaki Sunumlara İlişkin Bir İnceleme”. *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 7/1 (2021): 115-132.

Dönmez, İrfan. *Markalar ve Haksız Rekabet Davaları*. İstanbul: Beta Yayınları, 1992.

Dülger, Murat Volkan ve Beceni, Yasin. *Türkiye’de İnternet Sitelerinin Erişiminin Engellenmesi Konusunda Farklı Hukuk Disiplinleri Açısından Değerlendirmeler*. Ankara: TÜSİAD Yayınları, 2011, <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/5135-turkiyede-internet-sitelerinin-erisiminin-engellenmesi-konusunda-farkli-hukuk-disiplinleri-acisindan-degerlendirmeler>, E.T: 08.05.2024.

Dülger, Murat Volkan. “İnternet İletişiminin Engellenmesinin Hukukî Açidan Değerlendirilmesi ve 5651 sayılı Yasayla Getirilen Düzenleme”. *İstanbul Barosu Dergisi*. 81/4 (2007): 1477 – 1545.

Dülger, Murat Volkan. “Türk Borçlar Kanunu, Türk Ticaret Kanunu ve Hukuk Muhakemeleri Kanunu’ndaki Bilişim Alanına İlişkin Düzenlemelerin Ceza Hukukuna Yansımaları”. *Ankara Barosu Dergisi*. 1 (2014): 111-144, (Bilişim Alanına İlişkin Düzenlemelerin Yansımaları).

Dölger, Murat Volkan. *Bilişim Suçları ve İnternet İletişim Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2014. (Bilişim Suçları)

Ekici, Şerafettin. “Öğretideki Temel Görüşler ve Türk Pozitif Hukuku Kapsamında İnternet Alan Adlarının (Domain Names) ve Alan Adları Üzerindeki Hakkın Hukuki Niteliği”. *Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 13/1(2023): 409 - 430.

Elden, Müge ve Ulukök, Özkan ve Yeygel, Sinem. *Şimdi Reklamlar....* İstanbul: İletişim Yayınları, 2021.

Erdil, Engin. *Haksız Rekabet Hukuku*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2022.

Erdinç, Fahrettin. *Yeni Başlayanlar İçin HTML 5 & CSS3 & Javascript ile Web Programlama*. İstanbul: Abaküs Kitap, 2022.

Erel, Şafak. *Türk Fikir ve Sanat Hukuku*. Ankara: İmaj Yayıncılık, 1998.

Erem, S. Turgut. *Ticaret Hukuku Prensipleri Cilt 1*. İstanbul: İstanbul İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı, 1975-1980.

Eroğlu, Sevilay. “İnternette Aktif Linkler Yoluyla Fikri Haklarla Mücadele”. *Bilgi Toplumunda Hukuk Ünal Tekinalp'e Armağan Cilt 2*. Ed. Hüseyin Ülgen ve Arslan Kaya ve Gül Okutan Nilsson. İstanbul: Beta Yayınları, 2003.

Franko, Nisim. “İltibas Sebebiyle Haksız Rekabet”. *Prof. Dr. Mahmut Tevfik Bırsel'e Armağan*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 2001: 115-140.

Gök, Mehmet Salih. *5651 Sayılı Kanun ve Bilgi Güvenliği İlişkisi*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2012.

Göle, Celal. *Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması*. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 1983.

Görkemli, Burcu. *Yargıtay Kararları Işığında Türk Hukuku'nda İnternet Erişiminin Engellenmesi*. Ankara: Adalet Yayınevi, 2015.

Gözler, Kemal. “Kişilik Haklarını İhlal Eden İnternet Yayınlarının Kaldırılması Usulü ve İfade Hürriyeti: 5651 Sayılı Kanun'un 9'uncu Maddesinin İfade Hürriyeti Açısından Değerlendirilmesi”. *Legal Hukuk Dergisi Rona Aybay'a Armağan Özel Sayısı*. (2014): 1059-1120.

Gözler, Kemal. *Hukuka Giriş*. Bursa: Ekin Yayınevi, 2021.

Gül, Abdulkadir. “İnternet Alan Adları Uyuşmazlıkları Alternatif Çözüm Mekanizmasında Dünya Uygulamalarının İncelenmesi ve Türkiye İçin Öneriler”. *Bilişim Uzmanlığı Tezi, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu*, 2015.

Güloğlu, Ayşe Gülderen. “Haksız Rekabette Bilişim Kuruluşlarının Hukuki Sorumluluğu”. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2015.

Gültekiner, Esra. “Bilişim Hukuku ve Alan Adları”. *İstanbul Barosu Dergisi*. 87/2 (2013): 446-457.

Günay, Sercan. “Yeni Elektronik Ticaret Kanunu”. *Legal Mali Hukuk Dergisi*. 11/124 (2015): 115-128.

Gündoğdu, Gökmen. “Yargıtay’ın Son Kararlarından Hareketle, Tedarik veya Tarife Fiyatının Altında Satışların TTK m. 55/1-a (6) ve m. 55/1-e Hükümleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi”. *Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 19/218 (2024): 77-118.

Güneş, İlhami. *6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Işığında Uygulamalı Marka Hukuku*. Ankara: Adalet Yayınevi, 2021.

Güneş, İlhami. *Uygulamada Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayınları, 2022. (Fikir ve Sanat Eserleri)

Güneş, İlhami. *Uygulamada Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Haksız Rekabet Davaları 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ve 6102 Sayılı Ticaret Kanunu Hükümleri Işığında*. Ankara: Seçkin Yayınları, 2021.

Güven, Şirin. “6102 Sayılı TTK’nun Haksız Rekabete Dair Düzenlemelerinin Amacı ve Koruduğu Menfaatler Çerçevesinde Dürüst ve Bozulmamış Rekabet Kavramı”. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*. 18/2 (2012): 175-188.

Güven, Şirin. *Haksız Rekabet Hukukunun Amacı ve Koruduğu Menfaatler*, Ankara: Adalet Yayınevi, 2012.

İnal, Emrehan ve Baysal, Başak. *Reklam Hukuku ve Uygulaması*. İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2008.

İslamoğlu, Fatma. “Elektronik Ortamda Haksız Rekabet”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2022.

İslamoğlu, Fatma. “Elektronik Ortamın Yabancılaşma Unsuru İçeren Haksız Rekabette Uygulanacak Hukuka Etkisi”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Hukuk Sayısı*. 21/44 (2022): 830-848. (Uygulanacak Hukuk)

Kale, Serdar. *Haksız Rekabet Hukukunda Eski Hale Getirme Davası*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2004.

Kandemir, Zeynep. “Vuitton-Google Kararı”. *Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2010*. Ed. Tekin Memiş. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2011: 305-342.

Kaplan, Ahmet Galip. *Elektronik Ortamda İşlenen Haksız Rekabet Halleri*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2020.

Kaplan, Mikail Bora. “Sınai Mülkiyet Kanunu’nda İhtiyati Tedbirler”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2018.

Kara, M. Sencer. "Genel İşlem Şartlarına İlişkin Haksız Rekabet Hükümleri". *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 17/2 (2013): 723-742.

Karagülle, Ogün. “Dijital Platformlarda Pazar Gücünün Belirlenmesi”. Ankara: Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:171.

Karagülmez, Ali. “İnternet Alan Adları ve Bazı Hukukî Sorunlara İlişkin Yargı Kararları”. *Terazi Hukuk Dergisi*. 9/97 (2014): 48-55.

Karahan, Sami. “Süper Lüks Ekstra Lüks İşaretlerinin Gıda Markalarında Kullanılması Mümkün Müdür”. *Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi*. 1/3 (2001): 29-42.

Karahan, Sami. *Ticari İşletme Hukuku*. Konya: Mimoza Yayınları, 2015.

Karakaya, M. Süheyl. “5651 Sayılı Kanun’un 9. Maddesi ve Erişimin Engellenmesi: Koyun Postunda Kurt Hükümü”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 137 (2018): 97-132.

Karakaya, M. Süheyl. “5651 Sayılı Kanun’un 9. Maddesi ve Erişimin Engellenmesi: Koyun Postunda Kurt Hükümü”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 137 (2018): 97- 132.

Karaman Odabaşı, Fatma. “Uygulamada Fikri Mülkiyet Haklarının Haksız Rekabete Konu Olması”. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, 2014.

Karaman, Zeliha. İnternet Alan Adı Uyuşmazlıkları ve Çözüm Yolları: Karşılaştırmalı Bir Analiz. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, 2016.

Karamanlioğlu, Argun. “Tüketici Hukukunda Saldırgan Satış Yöntemleri”, *Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna Disiplinler Arası Yaklaşım*. Ankara: Seçkin Yayınevi, 2016: 65-73.

Karavaşin, Y. Alperen. “Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi Açısından TTK 55. Maddesinin İşlevleri”. *Türk Ticaret Kanunu’nun 5. Yıl Sempozyumu Hakem Denetiminden Geçmiş Tebliğler Kitabı 8-10 Kasım 2017 Ankara*. Ankara: Türkiye Adalet Akademisi Yayınları, 2018: 173-190.

Karayaka, Yavuz Selim. “İfade Özgürlüğünün En Yeni İhlali: Wikipedia’ya Erişim Engeli”. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 9/2 (2018): 103-24.

Karayağcı, Yaşar. *Ticaret Hukuku Giriş Ticari İşletme*. Ankara: Güzel İstanbul Matbaası, 1968.

Kartal, Elif Gamze. “Web Sayfalarının Hukuki Açısından Korunması”. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2007.

Kaya, Ferman. *E-Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021.

Kaya, Mehmet Bedii. *İnternet Hukuku*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021. (İnternet Hukuku)

Kaya, Mehmet Bedii. *Teknik ve Hukuki Boyutlarıyla İnternete Erişimin Engellenmesi*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2010. (Erişimin Engellenmesi)

Kaya, Mine. “Almanya’da İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumluluğu”. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 64/3 (2015): 739-774. (İnternet Servis Sağlayıcıları)

Kaya, Mine. “Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 119 (2015): 277-306.

Kaya, Turgut. “İnternet Servis Sağlayıcısının Hukuki ve Cezai Sorumluluğu”. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, 2019. (İnternet Servis Sağlayıcı)

Kaya, Turgut. “İnternet Servis Sağlayıcısının Hukuki ve Cezai Sorumluluğu”. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, 2019.

Kayar, İsmail ve İlbasmış Hızlısoy, Özlem. “Yeni Türk Ticaret Kanunu Hükümlerinin Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi”. *Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu-IX (6 Mayıs 2011 Kayseri)*. Ankara: Rekabet Kurumu Yayınları, 2011: 55-97.

Kayar, İsmail. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022.

Kaygusuz, Büşra. “Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcıların Hukuki Sorumlulukları”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2022.

Kayıhan, Şaban. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayınları, 2021.

Kayış, Bengül. “Haksız Rekabetten Doğan Kanunlar İhtilafı”. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2010.

Kelekçi, Seda. “Kötüleme Yoluyla Haksız Rekabet”. Yüksek Lisans Tezi, Altınbaş Üniversitesi, 2019.

Kendigelen, Abuzer. *Türk Ticaret Kanunu Değişiklikler, Yenilikler ve İlk Tespitler*. İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2016.

Keskin, Ayşe Dilşad. *Objektif Manevi Zarar Teorisi Açısından Manevi Tazminat*. İstanbul: Yetkin Yayınları, 2016.

Keskin, Hatice Gamze. “İnternet Ortamında Kurulan Sözleşmeler”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi, 2019.

Keskin, Derya. “Haksız Rekabet Yargılama Hukukunda İfa Amaçlı İhtiyati Tedbirler”. *Zirve Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 2/2 (2013): 145-154.

Kietzmann, Jan H. ve Hermkens, Kristopher ve McCarthy, Ian P. ve Silvestre, Bruno S. “Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks Of Social Media”. *Business Horizons*. Vol. 54, Issue 3 (2011): 241, https://www.researchgate.net/publication/227413605_Social_Media_Get_Serious_Understanding_the_Functional_Building_Blocks_of_Social_Media, E.T: 13.04.2024.

Kırca, İsmail. “Bilimsel Araştırma Sonuçlarının Yayımlanması-Haksız Rekabet ve İfade Özgürlüğü: İsviçre Federal Mahkemesi'nin 25.02.1994 Tarihli Kararı (BGE 120 II 76 Vd.) İle Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin 25.08.1998 Tarihli Kararı (GRUR Int. 1999/2, 156 Vd.) Üzerine Düşünceler”, *Erdoğan Moroğlu'na 65. Yaş Günü Armağanı*. İstanbul: Beta Yayınları, 2001: 439-465.

Kırcı, Berkay. *Markanın İnternet Yoluyla Haksız Kullanımı*. Ankara: Turhan Kitabevi, 2009.

Kırış, Ferhat Tuna. “Ceza Hukuku Açısından İnternet Yayıncılığı”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2019.

Koç, Serhat. “Hukuksal Bağlamda Sosyal Medya Analizi ve Kıyaslamalı Mevzuat Önerileri”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2013.

Konuralp, Cengiz Serhat. “6100 Sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu’na Göre İhtiyati Tedbirler”. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*. 71/2 (2013): 225 – 274.

Korkmaz, Alperen. “Sosyal Medya Etkileyicilerinin Yaptığı Tanıtımların Örtülü Reklam Yasağı Bakımından Değerlendirilmesi”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 160 (2022): 181-210.

Korkut, Ömer. “Bir Markanın Web Sitelerinde Yönlendirici Kod (Meta Tag) Olarak Kullanılması Sorunu”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 24/2, (2007): 501-519.

Kuleli Pak, Burcu ve Mocan, Bora ve Baz, Neşe ve Yoldaş, Sema Yıldız ve Erdoğan İzol, Ayça. “Yenilikçi İş Zekâsı Uygulamalarıyla Dijital Pazarlama Verisi Kullanılarak, Otonom Akıllı Sistemler Geliştirilmesi: Google Ads Uygulaması”. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*. 13/2 (2020): 199-224.

Kulular İbrahim, Merve Ayşegül. “Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması: Türkiye, ABD ve Avusturalya Örnekleri”. *Bilişim Hukuku Dergisi*. 1/1 (2019): 85-112.

Kuru, Baki. *Medeni Usul Hukuku Ders Kitabı*. İstanbul: Legal Yayınevi, 2015.

Kuşoğlu, Dilay. *Başkalarının İş Ürünlerinden Yetkisiz Yararlanma Yoluyla Haksız Rekabet*. Bursa: Ekin Yayınevi, 2017.

Mamalı, Kübra Sıla. “İnternet Ortamında Hizmet Sağlayıcıların Hukuka Aykırı İçerikten Sorumluluğu”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2023.

McClafferty, Aonghus. “Effective Protection For The E-Consumer In Light Of The Consumer Rights Directive?”. *Hibernian Law Journal*. Vol. 11 (2012): 90.

Memiş, Tekin. “Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar”, *Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu 2001*. Ankara: Türkiye Bilişim Derneği, 2001: 201-227.

Memiş, Tekin. “Erişimin Engellenmesi, Hukuki Sorunlar ve Çözüm Önerileri”. *Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 8/3-4 (2009): 161-76. (Erişimin Engellenmesi)

Memiş, Tekin. “Fikri Hukuk Bakımından Link ve Frame Kavramı”. *Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni*. 22/2 (2002): 393-412.

Memiş, Tekin. “İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Türk Hukuku”. *İnternet ve Hukuk İnternet ve Ceza Hukuku Paneli*, Der. Yeşim M. Atamer. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2004. (İnternet ve Hukuk)

Memiş, Tekin. “İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar”. *Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi*. 4/1-2 (2000): 463-478.

Memiş, Tekin. “TTK 55/1-fHükmünün Yorumunda Gözden Kaçanlar”. *Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 60. Yıl Armağanı*. Der. Murat Günel, Ufuk Tekin ve İbrahim Bektaş. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2015: 225-242.

Mestçi, Aytaç. *İnternette Reklamcılık Dünyada ve Türkiye’de İnternet ve İnternet Reklamcılığı*. İstanbul: Pusula Yayıncılık, 2017.

Metin, Yüksel. “Temel Hakların Sınırlandırılması ve Ölçülülük: Ölçülülük İlkesi Evrensel Bir Anayasal İlke Midir?”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 7/1 (2017): 1 - 74.

Moroğlu, Erdoğan. *Türk Ticaret Kanunu Değerlendirme ve Öneriler*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2016.

Nomer Ertan, N. Füsün. “İnternet Alan Adının (Domain Name) Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Unvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar”. *Hayri Domaniç’e 80. Yaş Günü Armağanı Cilt 1*. Ed. Abuzer Kendigelen. İstanbul: Beta Yayınevi, 2001: 395-419.

Nomer Ertan, N. Füsün. *Haksız Rekabet Hukuku: 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’na Göre*. İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2012.

Nurullah Bal, “İnternet Alan Adları ve İnternet Alan Adı Uyuşmazlıklarının Tahkim Yoluyla Çözümlemesi”. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 17/2 (2013): 315-52.

Odman Boztosun, Ayşe. “Haksız Rekabet Hukukunda Emeğin Korunması İlkesinin Yargıtay Kararları Işığında Değerlendirilmesi”, *Ticaret Hukuku ve Yargıtay Kararları Sempozyumu XXI*. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2006: 197-247.

Oğuz, Sefer. “İnternet Alan Adı Hakkının Hukuki Niteliğinin Değerlendirilmesi”. *Sakarya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 9/1 (2021): 13-30. (Değerlendirme)

Oğuz, Sefer. *İnternet Alan Adı Haklarının Korunması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık. 2018.

Oğuzman, M. Kemal. *Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt 2*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2016.

Okan, Neval. “İnternette Haksız Rekabet”, *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2/1 (2011): 123-139.

Okan, Neval. *Ağ Reklamları ve Haksız Rekabet*. Ankara: Seçkin Yayınları, 2011. (Ağ Reklamları)

Oruç, Murat. *Haksız Rekabette Maddi Tazminat Davası*, İstanbul: On İki Levha, 2009.

Önay Doğan, Betül. *Online Reklamcılık*. İstanbul: Köprü Kitapları, 2015.

Öngören, Gürsel. *İnternet Hukuku*. İstanbul: Öngören Hukuk Yayınları, 2006.

Örs, Fahri Halil. *Türk Hususi Hukukunda Haksız Rekabet Hukuki Mahiyeti ve Rekabet Hakkının Himayesi*. Ankara: Ziraat Bankası Matbaası, 1958.

Özbakır, Ali Fuat. “İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumluluğu”. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, 2016.

Özdemir, Semih Sırrı ve Doğanay, M. Zahid. “Bir Mecra Olarak Sosyal Medyanın Reklam Hukuku Açısından Değerlendirilmesi”. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*. 13 (2019): 295-337.

Özdemir, Semih Sırrı. *Haksız Rekabet Kavramı Açısından Dürüstlük Kuralına Aykırı Reklamlar*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2013.

Özdemir, Yunus Emre ve Öcal, Derya. “Dijital Reklamların Akıllı Teknoloji Ürünleri Ekseninde Analizi”. *Dijital Communication Journal*. 5/6 (2022): 112-128.

Özdilek, Ali Osman. *İnternet ve Hukuk*. İstanbul: Papatya Yayıncılık, 2002.

Özen, Miyale Tanla. “Haksız Rekabetin Elektronik Ortamda Görünüm Biçimleri”. Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi, 2023.

Özen, Muharrem ve Baştürk, İhsan *Temel Hak ve Özgürlükler Bağlamında Bilişim İnternet ve Ceza Hukuku*. Ankara: Adalet Yayınevi, 2011.

Özkaya, Yunus. “5651 Sayılı Kanun Kapsamında Suç İşlenmesinin Önlenmesi Amacıyla İnternet Erişiminin Engellenmesi”. *Bilişim Hukuku Dergisi*. 4/1 (2022): 81- 140.

Öztekin, Selçuk. “Haksız Rekabete İlişkin Yeni İsviçre Düzenlemesinin Öngördüğü Bazı Haksız Rekabet Halleri”, *Prof. Dr. Jale G. Akipek'e Armağan*. Konya: Selçuk Üniversitesi Rektörlüğü, 1991: 417-430.

Öztekin, Alp. *Teori ve Uygulamada Türk İnternet Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2023.

Öztürk, Hüseyin. “Erişim Sağlayıcıları Birliği’nin Yapısı ve Görevleri”. *Bilişim Hukuku Dergisi*. 2/1 (2020): 115-40.

Öztürk, R. Gülay. *Dijital Reklamcılık ve Gençlik*. İstanbul: Beta Yayıncılık, 2013.

Öztürk, Ünal. “Sanal Ortamda Haksız Rekabet Hâlleri”. *Konya Barosu Dergisi*. 1 /1 (2021): 71-109.

Pekdiğer, R. Tamer ve Yıldız, Ozan Ali. *İsviçre Hukuku ile Mukayeseli Türk Haksız Rekabet Mevzuatı*. Ankara: Adalet Yayınevi, 2019.

Pekdiğer, Remzi. *Dürüstlük Kuralına Aykırı Reklamlar ve Satış Yöntemleri*. Ankara: Adalet Yayınevi, 2020.

Pekhamarat Saraç, Büşra. “Haksız Rekabet Halleri ve Sonuçları”. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, 2018.

Pınar, Hamdi. “Haksız Rekabet ve Marka Hukuku Açısından Dijital Ekonominin Yeni Bir İş Modeli: Şikâyet Siteleri”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 36/ 2 (2020): 121-161.

Pınar, Hamdi. “Reklam ve Satış Yöntemlerine İlişkin Haksız Rekabet Hâlleri”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*. 18/2 (2012): 129-156. (Reklam ve Satış Yöntemleri)

Poroy, Reha ve Yasaman, Hamdi. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022.

Rüzgâr, Eser. *Marka Hakkının İnternet Reklamcılığı Yoluyla İhlali ve Sorumluluk Rejimi*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2013.

Sağlam, İpek. *Elektronik Sözleşmeler*. İstanbul: Legal Yayıncılık, 2007.

Sarıdağ, Orhan Gazi. *Haksız Rekabet Hukukunda Eski Hale İade*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021.

Sarıkaya, Sinan. *Haksız Rekabet Hukukunda Sözleşmeyi İhlale veya Sona Erdirmeye Yönelme*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021.

Sarıöz, Ayşe İpek. “İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Kullanımından Doğan Haksız Rekabet Halleri ve Uygulanacak Hukuk”. *Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 10/1 (2011): 619-652. (Alan Adı)

Sarıöz, Ayşe İpek. *Haksız Rekabetten Doğan Uyuşmazlıklarda Uygulanacak Hukuk ve Yetkili Mahkeme*. İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2012.

Seven, Vural. “Sosyal Paylaşım Sitelerinin (Youtube-Facebook-Twitter) Haksız Rekabet Karşısındaki Durumu”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Prof. Dr. Hakan Pekcanitez'e Armağan Özel Sayısı*. 16 (2014): 3343-3350.

Sırabaşı, Volkan. *İnternet ve Radyo- Televizyon Aracılığıyla Kişilik Haklarına Tecavüz (İnternet Hukuku)*. Ankara: Adalet, Yayınevi 2007.

Sinanoğlu, Asena. "Saldırgan Ticari Uygulamaların Tüketici Hukukunda İncelenmesi ve Konunun Haksız Rekabet Boyutu". *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 13/1 (2022): 1-15.

Soydemir, Güzide. *İnternette Haksız Rekabetin Önlenmesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015.

Soysal, Tamer. “İnternet Alan Adları Sistemi ve Tahkim Kuruluşlarının UDRP Kurallarına Göre Verdikleri Kararlara Eleştirel Bir Yaklaşım 1”. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 1/21 (2006): 481-507.

Soysal, Tamer. “İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumlulukları”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*. 61 (2005): 304-339. (İnternet Servis Sağlayıcı)

Soysal, Tamer. “Marka Hukuku Perspektifinden İnternet Ortamında Anahtar Kelime (Meta-Tagging) ve Adwords Reklamcılık Uygulamaları”. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*. 12 (2018): 693-722. (Adwords Reklam)

Soysal, Tamer. *İnternet Alan Adları Hukuku*. Ankara: Adalet Yayınevi, 2014. (Alan Adları)

Söyler, Yasin. “İnternette Dezenformasyonla Mücadele Tartışmaları Bağlamında Anayasa Mahkemesinin Wikipedia Kararı”. *İnternet Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele*. Ed. Bülent Kent ve Yasin Söyler ve Merve Ayşegül Kullar İbrahim. İstanbul: On İki Levha, 2022: 39-86.

Söyleyensoy, Guşan. “Tescilli Markanın İnternette Alan Adı Olarak Kullanılarak Tecavüze Uğraması” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2011.

Suluk, Cahit ve Karasu, Rauf ve Nal, Temel. *Fikri Mülkiyet Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2019.

Şahin, Alperen. “İş Şartlarına Aykırılık Suretiyle Haksız Rekabet”. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2022.

Şahinci, Dilek. *İnternette Aldatıcı Reklam ve Reklam verenlerin Sorumluluğu*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2011.

Şarлак, Zeynep. “İnternet Alan Adının (Domain Name) Hukuki Niteliği ve Marka Hakkı Üzerindeki Etkisi”. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2006.

Şehirali Çelik, Feyzan Hayal. “6102 Sayılı TTK m. 55.1.c Kapsamında Başkalarının İş Ürünlerinden Yetkisiz Yararlanma”. *Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 60. Yıl Armağanı*. Der. Murat Günel, Ufuk Tekin ve İbrahim Bektaş. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2015: 273-340. (İş Ürünleri)

Şehirali Çelik, Feyzan Hayal. *Tasarımların Haksız Rekabet Hükümlerine Göre Korunması Fikri Mülkiyet-Haksız Rekabet Hukuku İlişkisi Odaklı Bir İnceleme*. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2014.

Şener, Oruç Hami. *Ticaret Hukukunun Genel İlkelerine (Ticari İşletme Hukukuna) İlişkin Emsal Yargıtay Kararlarının Değerlendirilmesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022.

Şenocak, Kemal. “İşletme Personelinin Ayartılması Meselesinin Haksız Rekabet Hükümleri Çerçevesinde (TTK m. 56 Vd.) Değerlendirilmesi”. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 50/2 (2001): 193-246.

Şenocak, Kemal. “Haksız Rekabet Açısından Boykot”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*, 25/1 (2009): 67-95. (Boykot)

Şenocak, Kemal. “Tescilli Markanın Aynısının veya Benzerinin Alan Adı (Domain Name) Olarak Kullanılması Suretiyle Marka Hakkının İhlali”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 25/3 (2009): 89-141.

Tamer, Ahmet. *Yanlış ve Yanıltıcı Beyan ve Hareketlerle Haksız Rekabet*. Ankara: Adalet Yayınevi, 2011.

Taşkın, Şaban Cankat. *İnternete Erişim Yasakları*. Ankara: Seçkin Yayınları, 2016.

Tekelioğlu, Numan. *Tüketicinin Korunması Açısından Hukuka Aykırı Reklam*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2016.

Tekin, Ufuk ve Bektaş, İbrahim. “Yargıtay Kararları”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 34/4 (2018): 371-401.

Tekin, Ufuk. “Müşteriyi Ek Edimlerle Sunumun Gerçek Değeri Hakkında Yanıltmak Suretiyle Haksız Rekabet (TTK m. 55.1.a.7)”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 35/1(2019): 171-185.

Tekin, Ufuk. *Tüketicilerin Haksız Rekabet Hükümlerine Göre Korunması*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2022.

Tekinalp, Ünal. *Fikri Mülkiyet Hukuku*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2012.

Teoman, Ömer. *Yaşayan Ticaret Hukuku Cilt 1 Hukuki Mütalaalar Kitap 2*. İstanbul: Kazancı Matbaacılık, 1993.

Teymen, Esra. “Türk Hukukunda Aldatıcı Reklam Yoluyla Haksız Rekabet”. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, 2020.

Türk, Emine Bilge. “İnternet Ortamında Gerçekleşen Marka Hakkı İhlalleri Kapsamında İnternet Servis Sağlayıcılarının Sorumlulukları”. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2022.

Tüzel Uraltaş, Nazlım ve Bahadır, L. Serah, “Elektronik Perakendecilik ve Bir Reklam Mecrası Olarak Sosyal Ağ Siteleri”. *Sosyal Medya Akademi*. Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen. İstanbul: Beta Yayınları, 2012: 21-56.

Ulaş, Ahmet. “Banner Reklamlarının Online Satın Alma Üzerine Etkisi”. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, 2017.

Ulaş, Işıl. “Uygulamacı Gözü ile Türk Ticaret Kanunu Tasarısı'na Bakış”. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 23.2, (2005): 189-210.

Uşan, Fatih. *İş Hukukunda İş Sırrının Korunması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2003.

Uzun Kazmacı, Özge. “İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*. 22/3 (2016): 2791- 2818.

Uzun Şenol, Pınar. *Haksız Rekabet ve Rekabetin Korunması Arasındaki İlişki*. İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2022.

Uzunallı, Sevilay. "Genel İşlem Şartlarının Haksız Rekabet Hükümleriyle Denetlenmesi". *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*. 71/2 (2013): 383-420.

Üçışık, Güzin. “İnternet Aracılığıyla Yapılan Karşılaştırmalı Reklamlar ve Tüketicinin Korunması”. 2. *Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri*. Düzenleyenler Hakan Tokbaş ve Fehim Üçışık. Ankara: Bilge Yayınevi, 2013: 582-607.

Ülgen, Hüseyin, Helvacı, Mehmet, Kaya, Arslan, Nomer Ertan, N. Füsün. *Ticari İşletme Hukuku*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2022.

Vermeer, Marike. "Unfair Competition Online and European Electronic Commerce Directive". *Annual Survey of International & Comparative Law*. 7/1 (2001): 87-99, <https://digitalcommons.law.ggu.edu/annlsurvey/vol7/iss1/7/>, E.T: 20.10.2023.

Yağcıoğlu, A. Haydar. "Yeni İsviçre Haksız Rekabet Kanunu'nda Genel İşlem Koşullarının Açık İçerik Denetimi (UWG Art. 8))". *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*. 8 (2013): 3057-3098.

Yağcıoğlu, Muharrem. "Haksız Rekabet Hukukunda Emek İlkesi ve Uygulaması", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 19/3 (2017): 2345 – 2372.

Yargıtay Hukuk ve Ceza Dairelerinin Türk Ticaret Kanuna İlişkin Kararları, Hazırlayanlar Kendigelen, Abuzer ve Uzel, Necdet ve Savur Demirkaya, Asena ve Evlek, Müge ve Yıldız, Nurgül. İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2018.

Yasaman, Hamdi. "6102 Sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun Haksız Rekabet ile İlgili Getirdiği Yenilikler". *Kadir Has Üniversitesi Hukuk Fakültesi- Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun Ticari İşletme Hukuku Alanında Getirdiği Yenilikler Sempozyumu*. Ed. Ömer Teoman ve Birsen Ok. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Yayınları, 2012: 33-44. (Yenilikler)

Yasaman, Hamdi. "Haksız Rekabet Hukukunun Amacı ve Kapsamı". *İsviçre Borçlar Kanunu'nun İktibasının 80. Yılında İsviçre Borçlar Hukuku'nun Türk Ticaret Hukuku'na Etkileri*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2009: 1-15.

Yasaman, Zeynep. "Adwords Reklamlarda Bir Başkasına Ait Markanın Aynısının veya Benzerinin "Anahtar Sözcük" Olarak Kullanımı Tecavüz Teşkil Eder Mi? AB Adalet Divanı Kararları Işığında Tecavüz Kriterleri". *Prof. Dr. Hamdi Yasaman'a Armağan*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2017: 791-830. (Tecavüz Kriterleri)

Yasaman, Zeynep. "Avrupa Birliği ve Türk Hukuku Bakımından İnternet Yer Sağlayıcılarının Marka İhlalleri Kapsamında Sorumlulukları". *Marmara Üniversitesi Avrupa Araştırmaları Enstitüsü Avrupa Araştırmaları Dergisi*. 27/2 (Aralık 2019): 263-291. (Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Yer Sağlayıcının Sorumluluğu)

Yasaman, Zeynep. *Türk ve Avrupa Birliği Hukukunda İnternette Marka Hakkının İhlali*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2020. (İnternette Marka)

Yıldız, Aytaç. "Endüstri 4.0 ile Bütünleştirilmiş Dijital Tedarik Zinciri", *Business and Management Studies: An International Journal*. 6/4 (2018): 1215-1230.

Yıldız, Ozan Ali. *Haksız Rekabet Hukuku*. İstanbul: On İki Levha Yayınları, 2023.

Yıldız, Sevil. "İnternet Servis Sağlayıcılar ve Cezai Sorumlulukları". *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 2/3 (2002): 166 – 184. (İnternet Servis Sağlayıcı)

Yılmaz, Abdüssamet. “Haksız Rekabette İhtiyati Tedbir Uygulamaları ve Özellik Arz Eden Durumlar (TTK m. 61)”. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*. 27/2 (2021): 1565 – 1575. (İhtiyati Tedbir)

Yılmaz, Abdüssamet. *Haksız Rekabet Hukukunda Genel İşlem Şartı Kullanımı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015. (Genel İşlem Şartı Kullanımı)

Yılmaz, Asuman. “6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’na Göre Karşılaştırmalı Reklâmlarda Gereksiz Yere Kötüleme Yasağı”. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*. 75/2 (2017): 813-826.

Yılmaz, Hayrunnisa. “Marka ile Alan Adı Arasındaki İltibas”. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, 2018.

Yılmaz, Mehmet. “Türk Ticaret Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu Tasarısında Haksız Rekabete ilişkin Genel Hükümlerin Karşılaştırılması ile Kötüleme ve Reklamlara ilişkin Özel Haksız Rekabet Halleri”. *İstanbul Barosu Dergisi*. 80/4 (2006): 1479-1536.

Yongalık, Aynur. “6102 sayılı TTK’da Ticari İşletme-Sigorta Hukuku”. *6102 Sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu Sempozyumu Ankara 2011*. Hazırlayan Ankara Barosu Yasa İzleme Enstitüsü. Ankara: Ankara Barosu, 2011: 67-79.

Yusufoğlu, Fülürya. “Eleştiri Hakkı Işığında Rakip Olmayanların Beyanlarının Haksız Rekabet Çerçevesinde Değerlendirilmesi”. *Prof. Dr. Hamdi Yasaman’a Armağan*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2017: 831-832. (Eleştiri Hakkı)

Yusufoğlu, Fülürya. “Haksız Rekabetin Oluşmasının Şartlarından Biri Olarak Haksız Rekabet Oluşturan Fiilin Türkiye’de Sonuç Doğurması”. *İsviçre Borçlar Kanunu’nun İktibasının 80. Yılında İsviçre Borçlar Hukuku’nun Türk Ticaret Hukuku’na Mülga TTKileri*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2009: 83-100.

Yürük, Ayşe Tülin. “6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’nun Haksız Rekabete İlişkin Hükümleri Konusunda Bazı Görüşler”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2013: 45-51.

Zarifoğlu, Ayça Ece. “Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararları Işığında Türk Hukukunda İnternet Özgürlüğü”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, 2019.

Online Kaynaklar:

6533 sayılı Kanunla kabul edilerek 02.05.2014 tarih ve 29083 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanan Avrupa Konseyi Sanal Ortamda İşlenen Suçlar Sözleşmesi için <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/08/20140809-5-1.pdf>, E.T: 28.05.2024

Ali Osman Özdilek, “Web Sitelerinde Çerçeveleme (Framing) Teknolojisi ve Getirdiği Yasal Problemlere Kısa Bir Bakış” erişim için bkz <https://teknolojihukuku.blogspot.com/2007/01/web-sitelerinde-ereveleme-framing.html>, E.T: 03.11.2023.

Anayasa Mahkemesi 2020/76 E. 2023/172 K. ve 11/10/2023 tarihli, 10/1/2024 tarih ve 32425 Resmî Gazete sayılı kararı, <https://normkararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/Dosyalar/Kararlar/KararPDF/2023-172-nrm.pdf>, E.T: 26.04.2024.

Bilgi Toplumu Hizmetlerinin Bazı Hukuki Yönleri ve Özellikle İç Pazarda Elektronik Ticaret Konusunda 8 Haziran 2000 tarihli 2000/31/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifinin İngilizce metni için <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031>, E.T: 27.05.2024.

Dijital Hizmetler Yasasının İngilizce metni için <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>, E.T: 27.05.2024.

Erişim Sağlayıcıları Birliği üyelerine erişim için <https://www.esb.org.tr/uyelerimiz/>, E.T:25.05.2024.

Erişim Sağlayıcıları Birliği. Sıkça Sorulan Sorular. “E-posta adresine erişim engellenebilir mi?”, <https://www.esb.org.tr/s-s-s/>, E.T: 20.10.2023.

Google anahtar kelime planlayıcıya ilişkin internet erişimi için, <https://support.google.com/google-ads/answer/7337243?hl=tr&sjid=591442260425095201-EU>, E.T: 10.12.2023.

Google anahtar kelime reklamlarını denetlememe politikası için, https://support.google.com/adspolicy/answer/6118?visit_id=638366953828005588-388075667&rd=1, E.T: 08.12.2023.

Google’da reklam sıralaması kriterlerine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. <https://support.google.com/google-ads/answer/1722122>, E.T: 10.12.2023.

Google’ın reklam kalitesine ilişkin politikaları internet erişimi için, https://support.google.com/google-ads/answer/6167130?visit_id=638377980203521999-4267109860&rd=1, E.T: 10.12.2023.

Gözler, Kemal. “Erişimi Engellenen Bir Web Sayfasının İçerik Sağlayıcı Tarafından Yayından Çıkarılması Ne İşe Yarar? Erişim Sağlayıcıları Birliğinin 3 Eylül 2019 Tarihli

Bir E-Postasının Düşündürdükleri İçerik Sağlayıcıları İçin Bir Uyarı”, <https://www.anayasa.gen.tr/esbnin-epostasi.htm>, E.T:01.05.2024.

Mehmet Bedii Kaya, “Yeni Türk Ticaret Kanunun 58. Maddesinin Bilgi Toplumu Hizmet Sağlayıcıları Açısından İncelenmesi – 1”, <https://turk-internet.com/yeni-turk-ticaret-kanunun-58-maddesinin-bilgi-toplumu-hizmet-saglayicilari-acisindan-incelenmesi-1>”, <https://turk-internet.com/yeni-turk-ticaret-kanunun-58-maddesinin-bilgi-toplumu-hizmet-saglayicilari-acisindan-incelenmesi-1/>, E.T: 20.05.2024.

Playboy Enterprises, Inc., Plaintiff, V. Calvin Designer Label, Calvin Fuller, And Calvin Merit, Defendants. No. C-97-3204 Cal. United States District Court, N.D. California. 8 Eylül 1997, <https://cyber.harvard.edu/metaschool/fisher/linking/meta/METAC1.html>, E.T: 24.11.2023.

Rekabet Kurumu, “Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları”, <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/dijital-piyasalar-calisma-metni.pdf>, E.T: 15.10.2023.

Reklam Kurulu'nun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında 2021/2 numaralı ilke kararı olarak kabul edilen Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz, <https://tuketici.ticaret.gov.tr/duyurular/sosyal-medya-etkileyicileri-tarafindan-yapilan-ticari-reklam-ve-haksiz-ticari-uyg>, E.T: 04.08.2024.

Şekil 1’de yer alan resmin bulunduğu web sayfasına ulaşmak için <https://www.dopinger.com/tr/blog/site-hizi-nasil-olculur-ve-iyilestirilir>, E.T: 24.03.2024.

Şekil 2’de yer alan resmin bulunduğu web sayfasına ulaşmak için <https://www.egbilisim.com.tr/banner-nedir/>, E.T: 24.03.2024.

Şekil 3’te yer alan resmin bulunduğu web sayfasına ulaşmak için <https://www.pazarlamasyon.com/sikici-pop-up-reklamlar-eglenceli-bir-video-klibe-donusurse>, E.T:24.03.2024.

Tıklama başına maliyet Google tanımı erişim için, Ortalama tıklama başına maliyet (Ort. TBM): Tanım - Google Ads Yardım, E.T: 08.12.2023.

Ticaret Bakanlığı Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Araştırma Raporu, 2023, https://tuketici.ticaret.gov.tr/data/659ffec913b876fb4cb77f9e/Ticaret%20Bakanl%C4%B1g%C4%B1%CC%86%C4%B1_Reklam%20ve%20Haks%C4%B1z%20Ticari%20Uygulamalar%20Aras%C4%B1rmas%C4%B1.pdf, E.T: 05.04.2023.

Türkiye Büyük Millet Meclisi Tutanak Dergisi 23. Dönem 33. Cilt 3. Yasama Yılı 25. Birleşim, 74, <https://www.tbmm.gov.tr/Tutanaklar/Tutanak?Id=f7b0c00c-b836-4d53-8d18-0185ceac72da>, E.T: 26.05.2024.