

**Ar. Gör. NUMAN TEKELİOĞLU**  
Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi  
Medeni Hukuk Anabilim Dalı

# **TÜKETİCİNİN KORUNMASI AÇISINDAN HUKUKA AYKIRI REKLAMLAR**

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	VII
TEŞEKKÜR.....	IX
İÇİNDEKİLER.....	XI
KISALTMALAR.....	XIX
GİRİŞ.....	1

### Birinci Bölüm REKLAM KAVRAMI

1.1. REKLAMIN TANIMI, UNSURLARI VE TÜRLERİ.....	5
1.1.1. Reklamın Tanımı.....	5
1.1.1.1. Genel Olarak.....	5
1.1.1.2. Öğretide Yapılan Tanımlar .....	6
1.1.1.3. Mevzuatta Yapılan Tanımlar .....	8
1.1.2. Reklamın Unsurları.....	12
1.1.2.1. Mesaj(Tanıtım) Unsuru .....	12
1.1.2.2. Ticari Amaç Unsuru.....	14
1.1.2.3. Vasıta(Mecra) Unsuru .....	14
1.1.2.4. Mesaj Kaynağı Unsuru .....	15
1.1.2.5. Bedel(Ücret) Unsuru .....	16
1.1.3. Reklam Türleri.....	17

1.1.3.1. Genel Olarak.....	17
1.1.3.2. Ticari Reklamlar .....	18
1.1.3.3. Ticari Reklamların Türleri.....	18
1.1.3.3.1. Konuları Açısından Ticari Reklamlar .....	19
1.1.3.3.1.1. Mal(Ürün) Reklamları.....	19
1.1.3.3.1.2. İşletme(Kurumsal) Reklamları .....	19
1.1.3.3.2. Hedef Kitle Açısından Ticari Reklamlar .....	20
1.1.3.3.2.1. Tüketicilere Yönelik Reklamlar.....	20
1.1.3.3.2.2. Aracılara Yönelik Reklamlar .....	20
1.1.3.4. Ticari Olmayan Reklamlar .....	20
1.2. REKLAMIN HUKUKİ NİTELİĞİ.....	21
1.2.1. Genel Olarak .....	21
1.2.2. Borçlar Hukuku Açısından Reklam .....	21
1.2.2.1. Reklamın “Öneri(İcap)” Olarak Değerlendirilmesi .....	21
1.2.2.2. Reklamın “Öneriye Davet” Olarak Değerlendirilmesi... ..	23
1.2.2.3. Reklamın “İlan Yoluyla Ödül Sözü Verme” veya “Piyango” Olarak Değerlendirilmesi .....	24
1.2.2.4. Reklam ve “Culpa in Contrahendo” İlişkisi .....	26
1.2.2.5. Reklamın “Haksız Fiil” Teşkil Etmesi.....	28
1.2.3. Ticaret Hukuku Açısından Reklam .....	29
1.2.3.1. Genel Olarak.....	29
1.2.3.2. Reklam İle Haksız Rekabete Sebep Olunması.....	30
1.2.4. Fikri Mülkiyet Hukuku Açısından Reklam.....	32
1.2.4.1. Genel Olarak .....	32
1.2.4.2. Reklamın “Eser” Niteliği .....	33
1.2.5. Reklamın Benzer Kavramlarla İlişkisi.....	35
1.2.5.1. Reklam ve İlan .....	35
1.2.5.2. Reklam ve Sponsorluk.....	36
1.3. REKLAMDA KİŞİLER .....	37
1.3.1. Genel Olarak.....	37
1.3.2. Reklam Veren.....	37

1.3.3. Reklam Ajansı(Reklamcı) .....	38
1.3.4. Mecra Kuruluşu.....	39
1.3.5. Hedef Kitle(Tüketici) .....	39
1.4. REKLAMDA SÖZLEŞME İLİŞKİLERİ.....	40
1.4.1. Genel Olarak.....	40
1.4.2. Reklamın Hazırlanması İçin Yapılan Sözleşme.....	41
1.4.3. Reklamın Yayınlanması İçin Yapılan Sözleşme.....	45
1.5. REKLAMLARA İLİŞKİN HUKUKİ MEVZUAT .....	47
1.5.1. Genel Olarak.....	47
1.5.2. Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın İlkeleri Hakkında Kanun.....	48
1.5.3. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun .....	49
1.5.4. Türk Ticaret Kanunu .....	51
1.6. REKLAMLARDA UYULMASI GEREKEN GENEL İLKELER.....	52
1.6.1. Genel Olarak.....	52
1.6.2. Kanunlara Uygunluk İlkesi .....	52
1.6.3. Genel Ahlaka Uygunluk İlkesi.....	53
1.6.4. Kamu Düzenine Uygunluk İlkesi .....	56
1.6.5. Kişilik Haklarına Uygunluk İlkesi .....	56
1.6.6. Doğruluk ve Dürüstlük İlkesi .....	58
1.6.7. Dürüst Rekabete Uygunluk İlkesi.....	61
1.6.7.1. Kötüleme .....	62
1.6.7.2. İtibardan Haksız Yararlanma .....	63
1.6.7.3. Taklit .....	64
1.6.8. Reklamların Ayırt Edilmesi İlkesi .....	65

## İkinci Bölüm

### HUKUKA AYKIRI REKLAMLAR

2.1. HUKUKA AYKIRILIK KAVRAMI .....	67
-------------------------------------	----

2.1.1. Genel Olarak.....	67
2.1.2. Reklamlar Açısından Hukuka Aykırılık.....	69
2.2. HUKUKA AYKIRI REKLAM TÜRLERİ.....	70
2.2.1. Genel Olarak .....	70
2.2.2. YASAKLANMIŞ REKLAMLAR.....	70
2.2.2.1. ALDATICI REKLAMLAR .....	70
2.2.2.1.1. Tanımı.....	70
2.2.2.1.2. Unsurları .....	72
1.2.2.1.2.1. Reklamın Yanlış veya Yanıltıcı Olması.....	72
1.2.2.1.2.2. Reklamın Tüketiciyi Aldatması veya Aldatma İhtimalinin Bulunması.....	77
1.2.2.1.2.3. Reklamdaki Aldatıcılığın Önemli Seviyede Olması .....	79
2.2.2.2. TÜKETİCİNİN CAN VE MAL GÜVENLİĞİNİ TEHLİKEYE DÜŞÜRÜCÜ REKLAMLAR.....	80
2.2.2.3. ZAYIF KİŞİLERİ İSTİSMAR EDİCİ REKLAMLAR	82
2.2.2.4. ÖRTÜLÜ REKLAMLAR.....	83
2.2.2.4.1. Örtülü Reklamların Değerlendirilmesi.....	84
2.2.2.4.2. Reklam Yapma Amacının Olması .....	84
2.2.2.4.3. Bilgi ve Görüntülerin Yer Aldığı Yazı, Haber, Yayın ve Programların Bütün Özellikleri Açısından Abartılı ve Orantısız Olması .....	85
2.2.2.4.4. Haber Verme Hakkının Sınırlarının Aşılmış Olması .....	87
2.2.3. SINIRLANDIRILMIŞ REKLAMLAR.....	88
2.2.3.1. KARŞILAŞTIRMALI REKLAMLAR .....	88
2.2.3.1.1. Tanımı.....	88
2.2.3.1.2. Unsurları .....	90
1.2.3.1.2.1. Karşılaştırma.....	90
1.2.3.1.2.2. Rakibin Mal veya Hizmetlerine Ait Unsurları Kullanma .....	91
2.2.3.1.3. Karşılaştırmalı Reklamların Hukuka Uygunluk Koşulları.....	91

2.2.3.2. FİYAT BİLGİSİ İÇEREN REKLAMLAR.....	94
2.2.3.2.1. Genel Olarak .....	94
2.2.3.2.2. Hukuka Uygunluk Koşulları .....	95
2.2.3.3. İNDİRİMLİ SATIŞ REKLAMLARI .....	97
2.2.3.3.1. Genel Olarak .....	97
2.2.3.3.2. Hukuka Uygunluk Koşulları .....	97
2.2.3.4. ÇEKİLİŞ, YARIŞMA, PROMOSYON İÇERİKLİ REKLAMLAR.....	98
2.2.3.4.1. Genel Olarak .....	98
2.2.3.4.2. Hukuka Uygunluk Koşulları .....	100
2.2.3.5. TANIKLI REKLAMLAR .....	101
2.2.3.5.1. Genel Olarak .....	101
2.2.3.5.2. Hukuka Uygunluk Koşulları .....	103
2.2.3.6. ÇEVREYE İLİŞKİN BEYANLAR İÇEREN REKLAMLAR.....	104
2.2.3.6.1. Genel Olarak .....	104
2.2.3.6.2. Hukuka Uygunluk Koşulları .....	104
2.2.3.7. ÇOCUKLARA YÖNELİK REKLAMLAR.....	106
2.2.3.7.1. Genel Olarak.....	106
2.2.3.7.2. Hukuka Uygunluk Koşulları.....	106
2.2.3.8. FİNANSAL HİZMETLERE İLİŞKİN REKLAMLAR.....	109
2.2.3.8.1. Genel Olarak .....	109
2.2.3.8.2. Hukuka Uygunluk Koşulları .....	110

### Üçüncü Bölüm

## TÜKETİCİNİN HUKUKA AYKIRI REKLAMLARA KARŞI KORUNMASI

3.1. GENEL OLARAK .....	113
3.2. ÖZ DENETİM.....	115

3.3. BORÇLAR KANUNU ÇERÇEVESİNDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI.....	118
3.3.1. BORÇLAR KANUNU'NUN ALDATMA(HİLE) HÜKÜMLERİ .....	118
3.3.1.1. Genel Olarak .....	118
3.3.1.2. Hukuka Aykırı Reklamlarda Aldatma Hükümlerinin Uygulanması .....	120
3.3.1.3. Aldatılan Tüketicinin Sahip Olduğu Haklar .....	122
3.3.1.3.1. Sözleşmeyi İptal Etme Hakkı .....	122
3.3.1.3.2. Zararın Tazminini Talep Etme Hakkı .....	123
3.3.1.3.3. Daimi Def'i Hakkı .....	124
3.4. TTK ÇERÇEVESİNDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI.....	125
3.4.1. Genel Olarak.....	125
3.4.2. Hukuki Yaptırım .....	126
3.4.2.1. Tespit Davası .....	126
3.4.2.2. Men Davası.....	126
3.4.2.3. Eski Halin İadesi (Ref'i) Davası.....	127
3.4.2.4. Maddi Tazminat Davası .....	129
3.4.2.5. Manevi Tazminat Davası .....	131
3.4.2.6. Tüketicilerin Haksız Rekabet Davalarında Taraf Olması .....	132
3.4.2.7. Zamanaşımı.....	133
3.4.3. Cezai Yaptırım .....	133
3.5. TKHK ÇERÇEVESİNDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI.....	136
3.5.1. AYIPLI MAL VE HİZMETE İLİŞKİN HÜKÜMLER.....	136
3.5.1.1. Ayıplı Mal ve Hizmet Hükümlerinin Uygulanmasına İlişkin Şartlar .....	137
3.5.1.1.1. Maddi Şartlar .....	137
3.5.1.1.1.1. Ayıplı Malın Var Olması.....	137
3.5.1.1.1.2. Ayıplı Hizmetin Var Olması .....	141
3.5.1.1.1.3. Ayıbın Önemli Olmasının Şart Olmaması..	142
3.5.1.1.1.4. Ayıbın Gizli Olması.....	143

---

3.5.1.1.1.5. Reklamın Satıcı veya Sağlayıcı Tarafından Yapılmasının Şart Olmaması.....	143
3.5.1.1.2. Şekli Şartlar .....	144
3.5.1.1.2.1. Gözden Geçirme Yükümlülüğü.....	145
3.5.1.1.2.2. Bildirim(İhbar) Yükümlülüğü.....	145
3.5.1.2. Tüketicinin Seçimlik Hakları.....	146
3.5.1.2.1. Sözleşmeden Dönme Hakkı .....	147
3.5.1.2.2. Satış Bedelinden İndirim İsteme Hakkı.....	148
3.5.1.2.3. Satılanın Ücretsiz Onarılmasını İsteme Hakkı ..	148
3.5.1.2.4. Satılanın Ayıpsız Bir Misli İle Değiştirilmesini İsteme Hakkı.....	149
3.5.2. REKLAM KURULU'NA BAŞVURU YOLU .....	150
3.5.2.1. Reklam Kurulu'nun Yapısı ve İşleyişi.....	151
3.5.2.2. Başvuru Usulü.....	152
3.5.2.3. Karar Alma Süreci.....	153
3.5.2.4. Reklam Kurulu Tarafından Uygulanan Yaptırımlar ....	154
3.5.2.4.1. Tedbiren Durdurma Cezası .....	155
3.5.2.4.2. Durdurma Cezası.....	156
3.5.2.4.3. Aynı Yöntemle Düzeltme Cezası .....	156
3.5.2.4.4. İdari Para Cezası.....	157
3.5.2.5. Reklam Kurulu Kararlarına Karşı Yargı Yolu .....	158
3.5.2.6. Reklam Kurulu Kararlarına Yönelik Eleştiriler .....	160
3.6. REKLAMLARIN HUKUKA AYKIRILIĞINDAN SORUMLU OLANLAR.....	162
3.7. REKLAMLARDA İSPAT KÜLFETİ.....	164
SONUÇ .....	167
KAYNAKÇA .....	171