

Av. Arzu EROL

TÜRK HUKUKUNDA ÖRTÜLÜ REKLAM

onikilevha
KURUMSAL YAYINLAR

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	VII
İÇİNDEKİLER.....	IX
KISALTMALAR.....	XV
GİRİŞ.....	1

Birinci Bölüm REKLAM

1.1. Reklamın Tanımı.....	5
1.1.1. Genel Olarak.....	5
1.1.2. Reklamın Hukuki Niteliği	6
1.1.2.1. Sözleşmeler Hukukuna Göre	6
1.1.2.2. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununa Göre	9
1.1.2.3. Fikir ve Sanat Eserleri Kanuna Göre	11
1.2. Reklam ve İlgili Müesseseler	16
1.2.1. Vaat	16
1.2.2. İlan Yoluyla Ödül Sözü Verme(Vaat)	18
1.2.3. İlan	19
1.2.4. Haksız Ticari Uygulamalar	20

1.3. Doktrinde Reklam.....	23
1.4. Mevzuatta Reklam	25
1.5. Reklamın İşlevi	26
1.6. Reklamın Unsurları	28
1.6.1. Reklam Yapma İradesi (Amaç)	28
1.6.2. Hedef Kitleye Yönelik “Duyurunun” Varlığı	29
1.6.3. Reklam Veren Kimliğinin Belirli Olması.....	30
1.6.4. Mecra	31
1.6.5. Hedef Kitle	35
1.7. Reklamın Tarafları	36
1.7.1. Reklamda Sorumlu Olanlar	36
1.7.2. Reklam Verenler	37
1.7.3. Reklam Ajansı	39
1.7.4. Mecra Kuruluşu	41
1.8. Reklamdan Etkilenenler	43
1.8.1. Tüketiciler	43
1.8.2. Müşteriler	45

İkinci Bölüm

ÖRTÜLÜ REKLAM

2.1. Örtülü Reklamın Tanımı	47
2.1.1. Genel Olarak	47
2.1.2. Hukuki Niteliği	48
2.1.3. Doktrinde Örtülü (Gizli) Reklam.....	49
2.1.4. Mevzuatta Örtülü Reklam	50
2.2. Örtülü Reklamın Unsurları	54
2.2.1. Reklam Uyarısı Bulunmaması	54
2.2.2. Reklam Alanı Dışında Tanıtım	55
2.2.3. Reklam Yapmak Amacı ile Belirli bir Mal ya da Hizmete İlişkin Unsurlara Yer Verilmesi	57

2.2.3.1. Reklam İradesi	57
2.2.3.2. Orantısızlık	59
2.2.3.3. Belirli Mal ya da Hizmeti Gösteren Unsurları Kullanmak	60
2.3. Örtülü Reklamın Görülme Nedenleri	61
2.3.1. Tüketici ile İlgili Sebepler	61
2.3.2. Reklam Etkisine İlişkin Sebepler	62
2.3.3. Ekonomik Sebepler.....	63
2.3.4. Hukuki Sebepler	65
2.3.5. Yayın Politikaları	68
2.4. Örtülü Reklamın Fayda ve Sakıncaları	69
2.4.1. Örtülü Reklamın Faydaları	69
2.4.2. Örtülü Reklamın Sakıncaları.....	70
2.4.2.1. Tüketicilere İlişkin	70
2.4.2.2. Ekonomik Olarak Kamu Menfaatine İlişkin	71
2.4.2.3. Haksız Rekabete İlişkin	72
2.5. Örtülü Reklamın Görünüm Şekilleri.....	73
2.5.1. Haber Yoluyla	73
2.5.1.1. Haber Kavramı	73
2.5.1.2. Haberin Unsurları	75
2.5.1.3. Haberin Yayın İlkeleri	76
2.5.1.4. Haberlere Yönelik Reklam Engelleri	80
2.5.2. Bilgi İçeren Program -Yayınlar	84
2.5.2.1. Sağlık Programları	85
2.5.2.2. Tanıtım İçeren Program ve Yayınlar	94
2.5.2.3. Kişisel Görüş Açıklama Mecraları	97
2.5.3. Doğrudan Ürün Kullanımı	103
2.6. Örtülü Reklam ve İlgili Kavramlar	104
2.6.1. Gizli Ticari İletişim	104
2.6.2. Bilinçaltı (Subliminal) Reklam	106
2.6.2.1. Subliminal Kavramı	106

2.6.2.2. Bilinçaltı Reklam Teknikleri	107
2.6.2.3. Bilinçaltı Reklam Yasal Düzenlemesi	108
2.6.2.4. Uygulama Örnekleri	110
2.6.3. Ürün Yerleştirme	112
2.6.3.1. Ürün Yerleştirme Kavramı	112
2.6.3.2. Ürün Yerleştirme Kavramının Oluşumu	114
2.6.3.3. Ürün Yerleştirme Yöntemleri	116
2.6.3.4. Sanal Reklam Uygulaması	117
2.6.3.5. Ürün Yerleştirme Yasal Sınırları	118
2.6.3.6. Uygulama Örnekleri	123
2.6.4. Program Destekleme (Sponsorluk)	128
2.6.4.1. Program Destekleme Kavramı	128
2.6.4.2. Program Destekleme ile Ürün Yerleştirme Farklılıkları	129
2.6.4.3. Program Destek Yasal Sınırları	130
2.6.4.4. Uygulama Örnekleri	131
2.6.5. Bant Reklam.....	133

Üçüncü Bölüm

REKLAMDA İDARİ DENETİM

3.1. Öz Denetim	139
3.1.1. Özdenetim Kurulu	139
3.1.2. Öz Denetimin Faydaları	140
3.1.3. Öz Denetim İşlevi	140
3.1.4. Kararlarının Bağlayıcılığı	141
3.2. İdari Denetim Mekanizmaları	143
3.2.1. İdari Yaptırımlar	144
3.2.2. Yasal Düzlemde “Ne bis in idem ilkesi”	145
3.3. Reklam Kurulu	147
3.3.1. Kurulun Yapısı	147

3.3.2. Kurul Üyeleri	148
3.3.3. Kurul Yetki ve Görevleri	151
3.3.4. Kurul Kararları	152
3.3.4.1. Ceza Türleri ve Uygulama Sorunları	153
3.3.4.2. Eşitliğin İhlali	154
3.3.4.3. Cezalarda Ölçsüzlük	156
3.3.5. Kanun Yolları	159
3.4. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)	160
3.4.1. Üst Kurul Oluşumu	160
3.4.2. Üst Kurul Siyasal Yapısı	162
3.4.3. Kurul Kararları	166
3.4.3.1. Üst Kurul Gizli Reklam İhlaline İlişkin Müeyyideler	167
3.4.3.2. Kararların Ölçsüzlük ve Eşitlik Sorunu	168
3.4.4. Yargısal Denetim	169
SONUÇ	171
KAYNAKÇA	179