

Miyale Tanla Özen

**HAKSIZ REKABETİN
ELEKTRONİK ORTAMDA
GÖRÜNÜM BİÇİMLERİ**

onikilevha
TMMOB İKTİSADİ KURUMLAR BİRLİĞİ

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	V
KISALTMALAR.....	IX
GİRİŞ.....	1
1. HAKSIZ REKABET VE ELEKTRONİK ORTAMA ÖZGÜ CEPHESİ	3
1.1.Hukuki Kavram Olarak Elektronik Ortam	7
1.2.İnternet, World Wide Web (Küresel Ağ) ve Web (Ağ) Kavramları	10
1.3.Elektronik Ortama Özgü Bir Yapıtırım Olarak Haksız Rekabet.....	13
2. İNTERNET ORTAMINDA REKLAMLAR.....	15
2.1.Hukuki Bir Kavram Olarak Reklamın Tanımlanması.....	16
2.2.Spam ve İstenmeyen Ticari Elektronik İletiler.....	18
2.2.1. Spam ve İstenmeyen Ticari Elektronik İletilerin Tanımı ve Aralarındaki Farklar.....	18
2.2.2. İstenmeyen Ticari Elektronik İletiler Konusunda Kabul Edilen Sistemler	25
2.2.3.İstenmeyen Ticari Elektronik İletilere İlişkin Yasal Düzenlemeler	28
2.2.3.1. AB Hukuku Kapsamındaki Yasal Düzenlemeler	28
2.2.3.2. Türk Hukuku Kapsamındaki Yasal Düzenlemeler	32
2.2.3.2.1. Türk Hukukunda Benimsenen Sistem	32
2.2.3.2.2. İletinin Kapsamına (İçeriğine) İlişkin Hukuki Analizler.....	37
2.2.4.İstenmeyen Ticari Elektronik İletilerin Haksız Rekabet Teşkil Ettiği Haller	37
2.2.4.1. Saldırgan Satış Yöntemleri	42
2.2.4.2. İş Şartlarına Uymama.....	48

2.2.4.3. Karşılaştırma	53
2.2.4.4. Kötüleme	55
2.2.4.5. Karıştırma.....	58
2.3. Reklam Bantları (Banner)	59
2.3.1. Reklam Bantları (Banner) Kavramı	59
2.3.2. Reklam Bantlarının (Banner) Haksız Rekabet Teşkil Ettiği Haller	61
2.4. Pop-Up Reklamlar.....	67
2.4.1. Pop-Up Reklam Kavramı	67
2.4.2. Pop-Up Reklamların Haksız Rekabet Teşkil Ettiği Haller.....	69
3. ALAN ADI (DOMAIN NAME)	81
3.1. Alan Adı Kavramı ve Hukuki Niteliği	81
3.2. Alan Adlarına İlişkin Haksız Rekabet Halleri.....	90
3.2.1. Bir Başkası ile Bağlantılı Bir Markanın, İsmi ya da Ayırt Edici İşaretin Alan Adı Olarak Kullanılması	92
3.2.1.1. Alan Adı Korsanlığı (“Domain Grambling”).....	92
3.2.1.2. Tescil Edilmemiş Bir İsmi, Ayırt Edici İşaretin ya da Başkasına Ait Bir Unvanın Alan Adı Olarak Kullanılması.....	97
3.2.1.3. Alan Adında Ad ya da Soyad Kullanılması	100
3.2.1.4. Tescil Edilmiş Bir Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması	102
3.2.2. Bir Başkası ile Bağlantılı Bir Marka, İsim ya da Ayırt Edici İşaret Kullanılmaksızın Haksız Bir Şekilde Rekabette Rakiplerin Önüne Geçilmesi.....	113
3.2.2.1. Cins veya Meslek İsimlerinin Alan Adı Olarak Kullanılması	113
3.2.2.2. Aldatıcı ve Yanıltıcı Alan Adlarının Kullanılması ...	115
4. YÖNLENDİRİCİ KODLAR (META TAGGING) VE ANAHTAR SÖZCÜKLER.....	118
4.1. Yönlendirici Kod (Meta Tagging) Kavramı.....	118
4.1.1. Anahtar Sözcükler (Adwords/Keywords)	121

4.1.1.1. Anahtar Sözcük (Adword/Keyword) Kavramı ve Reklamcılığı	122
4.2. Yönlendirici Kod'un (Meta Tagging) Haksız Rekabet Teşkil Ettiği Haller	127
4.2.1. Anahtar Sözcük (Adword/Keyword) Reklamcılığının Haksız Rekabet Teşkil Ettiği Haller	137
4.2.1.1. Anahtar Sözcük (Adwords/Keywords) Reklamcılığında Haksız Rekabetin Çeşitli Ülkelerdeki Yansımaları.....	145
4.2.1.1.1. ABD'deki Durum	146
4.2.1.1.2. AB'deki Durum.....	151
4.2.1.1.3. Türkiye'deki Durum.....	154
5. BAĞLANTI (LINK) VERME VE ÇERÇEVELEME YOLUYLA HAKSIZ REKABET	163
5.1. Bağlantı (Link) Verme Kavramı.....	164
5.1.1. Bağlantı (Link) Çeşitleri.....	165
5.1.1.1. Çerçeveleme Kavramı	166
5.1.2. Bağlantı (Link) Verme Vasıtasıyla Haksız Rekabet Fiili	168
5.1.2.1. Çerçeveleme Vasıtasıyla Haksız Rekabet Fiili.....	176
SONUÇ	181
KAYNAKÇA.....	189

