

Yayın Geliş Tarihi: 09.02.2018

Yayın Onay Tarihi: 01.03.2018

Esra HAMAMCIOĞLU*

Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu¹

Legal Dimension of Electronic Commerce

Özet

Elektronik iletişim sistemi her alanda olduğu gibi, ticari yaşamda da etkisini yoğun bir şekilde göstermektedir. Bu sayede işletmeler, hiç bir aracı kurum ya da kuruluşa ihtiyaç duymaksızın birbirleriyle ve/veya alıcılarla iletişime geçebilmektedirler. Ancak, elektronik ticaretin kendisinden beklenen yararı gerçekleştirebilmesi bu alanda ticari faaliyette bulunanlar için güvenli ve şeffaf bir ortamın yaratılmasına bağlıdır. E-ticaret olarak kısaltabileceğimiz bu alanda bazı kötü niyetli kişilerin elektronik ticaretin sunduğu imkânları kötüye kullanmalarının önüne geçebilmek ve özellikle tüketicilere yönelik istenmeyen ticari elektronik iletilerin gönderilmesinde keyfi uygulamalara son verebilmek için özel düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur.

Çalışmamızda elektronik ticaret kavramı, elektronik ticaretin kapsamı, tarafları, özellikleri, ekonomik ve sosyal hayata etkileri, elektronik ticaret alanında uygulama alanı bulabilecek yasal düzenlemeler incelenerek, özellikle Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ve İlgili Mevzuata ilişkin bazı tespit ve değerlendirmelere yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik ticaret, ticari faaliyetler, teknoloji ve hukuk.

JEL Kodları: K12, K22.

Abstract

Electronic communication systems have a wide impact on commercial life. By this means, business enterprises may contact with each other directly without the need of any intermediaries. However, a safe and transparent environment for parties participating in electronic commerce is required in order to realize expected benefits of electronic commerce. Special provisions are needed to prevent abuse of benefits of electronic commerce which may be abbreviated as e-commerce and particularly to end bad practices in sending undesired commercial communications to consumers.

Concept of electronic commerce, scope of electronic commerce, parties, features, effects of electronic commerce on economic and social life and legislation applicable to electronic commerce are analyzed and some remarks and evaluations on Law and Related Legislation on Regulation of Electronic Commerce are briefly discussed.

* Dr. Öğr. Üyesi, Kadir Has Üniversitesi; Hukuk Fakültesi; Ticaret Hukuku Anabilim Dalı; esra.hamamcioglu@khas.edu.tr

¹ Bu makale, 17.11.2017 tarihinde ECOEI - II (II. European Congress on Economic Issues) uluslararası kongresinde sunulan tebliğ metninin genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

Keywords: Electronic commerce, commercial activities, technology & law.

JEL Codes: K12, K22.

Giriş

Elektronik iletişim sistemi yoğun bir şekilde ticari yaşamda etkisini göstermektedir. Bu sayede işletmeler, hiç bir aracı kurum ya da kuruluşa ihtiyaç duymaksızın birbirleriyle ve/veya alıcılarla iletişime geçebilmektedirler.

Elektronik ticaret, sahip olduğu özellikleri nedeniyle, klasik ticaret yöntemlerine göre hem satıcı, sağlayıcılar hem de alıcı, tüketiciler için önemli avantajlar taşımaktadır. İşletme sahipleri açısından bu yöntem maliyet ve zaman tasarrufu getirmekte, işletmeler arasında fırsat eşitliğine zemin hazırlamakta, işletme sahiplerine ürün ve hizmetleri ile ilgili olarak geniş şekilde bilgi sunma imkânı sağlamakta, küçük ve orta ölçekli işletmelerin küresel pazarlara açılmasına fırsat vermektedir. Alıcılar da bu sayede çalışma saatlerine, tatil günlerine veya coğrafi sınırlara bağlı kalmaksızın mal veya hizmetlere kolaylıkla ulaşabilmekte, kendilerine sunulan çok sayıda seçenek karşısında sağlıklı bir karşılaştırma yapma olanağı bulmaktadır (İnal, 2005: 18-20; Davidson,2009: 1).

Günümüzde birçok ürün ve hizmet satımı elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir². Bu alanda hem işletme sahipleri hem de alıcılar için en önemli sorun ise güvenlik sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır (Shaw et.al., 2000:14-15).

Uygulamada farklı e-Ticaret modellerinden bahsedilmektedir (Kaya, 2016: 65-67). İşletmeler arasındaki elektronik ticaret işlemleri işletmeden işletmeye (business to business-B2B) elektronik ticaret³; işletmeyle tüketici arasındaki elektronik ticaret işlemleri

² Gelecekte elektronik ortamda gerçekleşecek ticari faaliyetlerin çok daha farklı şekillerde karşımıza çıkacağı tahmin edilmektedir. Konuya ilişkin tespit ve örnekler için bkz. (Ein-Dor, 2003: 359-360; Aksoy, 2012: 52-53).

³ İşletmeler arası elektronik ticarete elektronik pazaryerleri aracılığı ile birçok işletmenin tedarik işlemlerini diğer işletmelerin özelliklerini ve fiyatlarını kısa sürede ve maliyetsiz olarak karşılaştırarak, en uygun fiyat ve özellikteki ürünlere ulaşma şansının çok yüksek olduğu yönünde bkz. (Ekici, 2013: 68). Bu tür e-ticaret modelinde gelişmiş ülkelerdeki üreticiler, küresel pazaryerlerinden daha fazla bilgi toplayabilmekte ve yeni iş ortaklarına daha rahat ulaşabilmektedirler (Ekici, 2013: 69). İşletmeler arası elektronik ticaretin, internet kullanımı, iş yapılan diğer işletmelerle kapalı ağ kurulması ve işletme içi faaliyetlerin düzenlenmesi amacıyla kapalı ağ kullanılması olmak üzere üç şekilde gerçekleşebileceği ifade edilmektedir (Altınışık, 2003:

de işletmeden tüketiciye (business to consumer-B2C) elektronik ticaret⁴ olarak adlandırılmaktadır (Wang, 2014: 8; Weber, 2010: 3). Yine tüketici ile tüketici arasında elektronik pazar yerlerinde gerçekleştirilen işlemler (consumer to consumer- C2C) de bu alanda ayrı bir ticaret modeli oluşturmaktadır. Bunların dışında, idarenin, kamu ihalelerinin internette yayınlanması, işletmelerin elektronik ortamda teklif vermeleri, elektronik tebligat gibi bazı işlemlerinin internet üzerinden gerçekleştirilmesi de mümkündür (Kaya, 2016: 67). İdare ile yapılan işlemler genellikle işletmeden idareye veya işletmeden devlete (business to administration- B2A/business to government-B2G) ve tüketiciden idareye (consumer to administration C2A) şeklinde ifade edilmektedir.

1. Elektronik Ticaret Ve İlgili Mevzuat Düzenlemeleri

Elektronik ticaretin kendisinden beklenen yararı gerçekleştirilebilmesi bu alanda ticari faaliyette bulunanlar için güvenli ve şeffaf bir ortamın yaratılmasına bağlıdır. E-ticaret olarak kısaltılabileceğimiz bu alanda bazı kötü niyetli kişilerin e-ticaretin sunduğu imkânları kötüye kullanmalarının önüne geçebilmek ve özellikle tüketicilere yönelik istenmeyen ticari elektronik iletilerin gönderilmesinde keyfi uygulamalara son verebilmek için özel düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur.

Ülkemizde “Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” (6563 sayılı “Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” RG., T. 05/11/2014, S. 29166; ETDHK) da temel olarak bu amaçla kabul edilerek, 1.5.2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu nedenle söz konusu Kanun, e-ticaret faaliyetlerinde güvenli, şeffaf bir ortam oluşturmak ve AB müktesebatına uyum sağlamak adına önemli bir adımdır. Bu

31; Sarıakçalı, 2008: 35). İşletmeden işletmeye gerçekleşen elektronik ticarete, işlemin her iki tarafı tacirler veya mesleki amaçla bu işi yapan kişiler olduğu için, taraflar arasında çıkan uyuşmazlıklarda TKHK hükümleri uygulama alanı bulmayacaktır (Kaya, 2016: 65).

⁴ Bu modelde işletmeler, elektronik pazar yerlerini veya doğrudan kendi web sitelerini kullanarak mal veya hizmetlerini nihai tüketicilere satmayı amaçlamaktadırlar (Ekici, 2013: 69). Elektronik ticaretin işletme ve tüketici arasında gerçekleştiği durumlarda, tüketici işlemi söz konusu olduğundan, bu tür işlemlere öncelikle TKHK hükümlerinin uygulanması gerekecektir (Kaya, 2016: 66). TKHK’da tüketici işlemi; *“mal veya hizmet piyasalarında kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketiciler arasında kurulan eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekalet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dahil olmak üzere her türlü sözleşme ve hukuki işlem”* olarak tanımlanmıştır. TKHK’da tüketici işlemi olabilecek sözleşmeler kanunda sınırlı sayıda olmayacak şekilde sayılmış ve TKHK hükümlerine tabi sözleşmeler oldukça genişlemiştir (Gümüş, 2014: 9-10; Akipek vd, 2017: 147).

Kanunun uygulanmasına ilişkin olarak Resmi Gazetede yayınlanan ve yürürlükte bulunan yönetmelikler ise, “Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik” (RG., T. 15/07/2015, S. 29417; Ticari Elektronik İletiler Yönetmeliği) ile “Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik”tir (RG., T. 26/08/2015, S. 29457; Hizmet Sağlayıcılar Yönetmeliği).

Elektronik ticarete alıcıların güven problemini en aza indirebilmek amacıyla Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yakın zamanda çıkarılan ve yürürlüğe giren “Elektronik Ticarete Güven Damgası Hakkında Tebliğ” (RG., T. 06/06/2017, S. 30088) ile “Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliğ” (RG., T. 11.08.2017, S. 30151) de bu alanda yer alan önemli ve özel düzenlemeler arasında olup, söz konusu tebliğlerin dayanakları ETDHK m. 11 ve Hizmet Sağlayıcılar Yönetmeliği m. 16’dır.

Bu alanda uygulama alanı bulabilecek diğer özel mevzuat hükümlerinin başlıcaları ise, 5070 Sayılı Elektronik İmza Kanunu (RG., 23/01/2004, S. 25355), 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (RG., T. 28/11/2013, S. 28835), 5809 Sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu (RG., T. 10/11/2008, S. 27050), 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun (RG., T. 04/05/2007, S. 26530) ve 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (RG., T. 7/04/2016, S. 29677) ve bu Kanunlara dayanılarak çıkarılan yönetmeliklerdir.

E-ticarete ilişkin faaliyetlerin kendilerine has özelliklerinden dolayı tek bir hukuk dalı veya tek bir kanun ile düzenlenmesi mümkün değildir. Bu anlamda e-ticaretin, ETDHK ve ilgili yönetmelikler dışında, Tüketici Hukuku, Fikri Mülkiyet Hukuku, Borçlar Hukuku, Ticaret Hukuku, Vergi Hukuku, Bankacılık Hukuku, Milletlerarası Özel Hukuk⁵, Ceza Hukuku gibi çeşitli hukuk dallarına ilişkin kurallar aracılığıyla her açıdan düzenlenmesi mümkün olabilecektir. Bu nedenle özel düzenlemelerin dışında e-ticaretin genel nitelikteki kanunlar olan Türk Medeni Kanunu, Türk Borçlar Kanunu, Türk Ticaret

⁵ Öğretide özellikle internetin sınır ötesi karakteri nedeniyle, internet üzerinden kurulan hukuki ilişkilere kanunlar ihtilafı ve yargı yetkisi bakımından milletlerarası özel hukukun müdahalesinin kaçınılmaz olacağı ifade edilmektedir (Sarıakçalı, 2008: 127).

Kanunu, Sınai Mülkiyet Kanunu gibi kanunlarla da sıkı bir bağlantısı bulunmaktadır (Genel olarak bkz. Kaya, 2016: 55-56).

Çalışmamızda ise e-ticarete ilişkin olarak 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ve ilgili ikincil mevzuat hükümleri ele alınarak bazı tespit ve değerlendirmelerde bulunulacak; ilgili olduğu ölçüde de diğer mevzuat hükümlerine yer verilecektir.

2. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunun Amaç Ve Kapsamı İle Bu Kanunda Düzenlenmiş Temel Kavramlar

2.1. Amaç ve Kapsam

Kanunun genel amacı elektronik ticarete ilişkin usul ve esasları düzenlemektir (ETDHK m. 1/1)⁶. Bu Kanun genel olarak, ticari iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları kapsamaktadır (ETDHK m.1/2). Bu kapsamda ETDHK'nın üç temel esas üzerine oturtulduğu söylenebilir. Bunlar; hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcı kurumlar ve bunların yükümlülükleri; ticari elektronik iletiler ve bunların gönderilmesi usulüne ilişkin düzenlemeler ile kişisel verilerin korunmasıdır.

2.2. Kanunda Düzenlenen Temel Kavramlar

2.2.1. Elektronik Ticaret

Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkındaki Kanunda elektronik ticaret; *“Fiziki ortamda karşı karşıya gelinmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevirim içi iktisadi ve ticari her türlü faaliyet”* şeklinde tanımlanmıştır (ETDHK m.2/1-a)⁷.

⁶ Hükmün gerekçesine göre; *“Tasarı ile diğer kanunlarda düzenlenmeyen ancak bilgi toplumu ve elektronik ticaretin gereği olan hususların tamamlanması ile elektronik ticaret ve bilgi toplumu hizmetlerine ilişkin hususların düzenlenmesi amaçlanmaktadır”*.

⁷ OECD'nin sözlüğünde ise, elektronik ticaretin temel özellikleri şu şekilde belirtilmiştir. Elektronik ticaret, sipariş almak ve vermek üzere tasarlanmış yöntemlerle, bilgisayar ağları üzerinden yürütülen mal ve hizmet satışlarıdır. Ödeme ve mal/hizmetin tesliminin internet üzerinden gerçekleştirilmesi zorunluluğu bulunmamaktadır. Bir elektronik ticaret işlemi, işletmelerin, bireylerin, idarenin ve diğer kamu veya özel kuruluşların arasında yapılabilir. İnternet veya elektronik veri değişimi üzerinden yapılan siparişler de elektronik ticarete dahildir. Telefon, faks ve

Öğretide, Kanundaki tanım dikkate alındığında, elektronik ticaretin yalnızca elektronik ortamda gerçekleşen hukuki işlemleri kapsamadığı, hukuki işlemler de dahil olmak üzere, elektronik ortamda gerçekleştirilen iktisadi ticari her türlü faaliyeti içerdiğinin söylenebileceği ifade edilmektedir (Gezder, 2016: 1121).

ETDHK'daki elektronik ticarete ilişkin tanımda yer alan "çevrim içi" ifadesinin yerinde olup olmadığına ilişkin kanunun hazırlanma aşamasında bir tartışmanın gündeme geldiği Avrupa Birliği Uyum Komisyon Raporundaki şu ifadelerden anlaşılmaktadır: "Bazı komisyon üyelerimiz Tasarımın 2'inci maddesinin 1'inci fıkrasının (b) bendinde yer alan "çevrim içi" ibaresinin ilgili AB Direktifinde bulunmadığını, aynı zamanda elektronik ticarete konu olabilecek işlemlerin çevrim içi olabileceği gibi, çevrim dışı da olabileceğini belirtmişler ve "çevrim içi" ibaresinin Tasarı metninden çıkarılmasının uygun olacağı görüşünü belirtmişlerdir. Bu görüşe karşılık bazı üyelerimiz bir işlemin elektronik ticaret kapsamında değerlendirilebilmesi için çevrim içi yani bilgiye erişilebilir durumda olunması gerektiğini, aksi takdirde elektronik ortamda karşılıklı bir iletişimin varlığından söz edilemeyeceğini belirtmişlerdir. Söz alan Hükümet temsilcisi de ikinci görüşü benimsediklerini belirterek, AB mevzuatını örnek alan bazı uluslararası kuruluşların da benzer düzenlemelerinde "çevrimiçi" ifadesini kullandıklarını belirtmiştir" (Başöz ve Çakmakçı, 2016: 37).

ETDHK'da elektronik ortam özel olarak tanımlanmamıştır. Ancak ticari elektronik iletilerin tanımında "telefon, çağrı merkezleri, faks, otomatik arama makineleri, akıllı ses kaydedici sistemler, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve ticari amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletiler" ifadesi kullanılmakta ve hükümde "gibi" ifadesi geçmektedir. Bu yönüyle ETDHK'nın elektronik ortamı, sayılan bu araçları kapsayan şekilde çok geniş olarak değerlendirdiği söylenebilir (Gezder, 2016: 1122).

elektronik posta üzerinden verilen siparişler ise elektronik ticarete dahil değildir (OECD, <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721/ET>. 12.11.2017; Wang, 2014: 7) . OECD'nin sözlüğünde verilen tanımla ETDHK'da verilen tanımın karşılaştırması için bkz. Biyan, 2014: 31 vd. Elektronik ticaret kavramının; en azından kısmen internet üzerinden gerçekleştirilen ticari faaliyetlerden oluştuğu yönünde bkz. Rothchild, 2016: 1. Benzer yönde bkz. Weber, 2010: 3. Bir başka tanıma göre, elektronik ticaret; metin, ses ve görüntüler de dâhil olmak üzere verilerin elektronik olarak işlenmesi ve iletilmesine dayanan tüm ticari işlemleri ifade etmektedir (Davidson, 2009: 1).

Uygulamada elektronik ticaret kavramı ile elektronik sözleşme kavramlarının bazen birbirlerinin yerlerine kullanıldığına da rastlanmaktadır. Ancak bu iki kavramın birbirlerinden farklı olduğu belirtilmelidir. Elektronik ticaret, elektronik ortamda gerçekleştirilen hukuki işlem ve ticari faaliyetleri kapsayan genel ve üst bir kavramken; elektronik sözleşmeler bu işlemlerden yalnızca sözleşme niteliğinde olanları ifade eden daha dar bir kavramdır (Altınışık, 2003: 25 vd.; Sözer, 2002: 21 vd.; Uzun Kazmacı, 2016: 2792, dn. 2)⁸.

2.2.2. Ticari İletişim

ETDHK'da, *“Alan adları ve elektronik posta adresi dışında, mesleki veya ticari faaliyet kapsamında kazanç sağlamaya yönelik olarak elektronik ticarete ilişkin her türlü iletişim”* ticari iletişim olarak tanımlanmıştır (ETDHK m. 2/1-b). Görüldüğü üzere, kanunda verilen tanımda, alan adları ile elektronik posta adresleri ticari iletişimin dışında tutulmuştur⁹.

2.2.3. Ticari Elektronik İleti

Ticari elektronik ileti, *“telefon, çağrı merkezleri, faks, otomatik arama makineleri, akıllı ses kaydedici sistemler, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve ticari amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletileri”* ifade eder (ETDHK m. 2/1-c).

Kanunda bazı elektronik araçlar sayılmış ve sonrasında *“gibi”* ifadesi kullanılmıştır. Böylece kanunkoyucu tanımda bir sınırlandırma yapmak yerine, gelişebilecek yeni

⁸ Telefon, faks, televizyon, bilgisayar gibi elektronik araçlar aracılığı ile kurulan sözleşmeler elektronik sözleşme olarak adlandırılmaktadır (Altınışık, 2003: 33; Sözer, 2002: 89; Sağlam, 2007: 71). Buna göre; elektronik sözleşme *“Sözleşmenin her iki tarafının veya taraflardan birinin irade beyanının yazı, görüntü, ses ve diğer verilerin sayısallaştırılması suretiyle meydana geldiği ve bu şekilde karşı tarafa iletildiği sözleşme”* olarak tanımlanmaktadır (Sağlam, 2007: 71). Dar anlamda ise elektronik ortamda internet aracılığı ile yapılan sözleşmeler elektronik sözleşme olarak nitelendirilmektedir (Aslan, 2014: 559 vd). Her ne kadar günümüzde elektronik sözleşmelerin birçoğu internet üzerinden yapılsa da, bir sözleşmenin elektronik sözleşme olarak nitelendirilmesi için internet üzerinden yapılması zorunlu değildir. Nitekim bu yönde (Uzun Kazmacı, 2016: 2792). Elektronik sözleşme kavramı yerine, sözleşmelerin elektronik vasıtalarla kurulması ifadesinin daha doğru olduğu yönünde ayrıca bkz. (İnal, 2005: 93).

⁹ İletişim kavramı her türlü imge, metafor ve ifadelendirme biçimini içerdiğinden, bunların da ticari faaliyete ilişkin sonuçlar doğurabileceği ve bundan dolayı da alan adları ve elektronik postanın da ticari iletişimin tanımlaması kapsamında değerlendirilmesi gerektiği yönünde bkz. (Kaya, 2016: 97).

teknolojik araçları da kanun kapsamına alarak kanımızca yerinde bir tercihte bulunmuştur (Kaya, 2016: 98).

2.2.4. Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcı

Hizmet sağlayıcı ETDHK'da, elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek veya tüzel kişi olarak tanımlanmıştır (ETDHK m. 2/1-ç).

Hizmet sağlayıcısına ilişkin tanımın lafzen yanlış anlamaya müsait olduğu söylenebilir. Zira öğretilerde de belirtildiği üzere, elektronik ticari faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişi ifadesi, bu faaliyeti gerçekleştirmek için kurulan hukuki işlemlerin her iki tarafının da hizmet sağlayıcı olarak nitelendirilmesini lafzen mümkün kılmaktadır (Demirbaş, 2015: 25). Bu bağlamda, hem internet ortamında arzı sağlayan hem de mal veya hizmete ilişkin talepte bulunan kişi e-ticaret faaliyetinde bulunmaktadır. Bu nedenle, lafzen yapılan yorum yanıltıcı olacağından, kanunun hizmet sağlayıcı ifadesi ile e-ticaret ortamına mal veya hizmet sunan kişiyi kastettiği kabul edilmeli ve tanımın, e-ticarete konu mal veya hizmeti sunan/arz eden gerçek veya tüzel kişi olarak kaleme alınmasının daha doğru olacağı ifade edilmelidir (Demirbaş, 2015: 25).

Aracı hizmet sağlayıcı ise, ETDHK'da, başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek veya tüzel kişi olarak tanımlanmıştır (ETDHK m.2/1-d)¹⁰.

ETDHK'nın anılan düzenlemeleri dışında, 5651 sayılı Kanunun içerik sağlayıcı¹¹, yer sağlayıcı¹² ve erişim sağlayıcılara¹³ ilişkin hükümleri de somut olayın şartları çerçevesinde uygulama alanı bulabilecektir¹⁴.

¹⁰ Buna göre; örneğin otomobil veya taşınmaz satımı için alıcı ve satıcının internet ortamında bir araya gelmesini sağlayan; uçak, otel, restoran veya bir konser biletinin alınabilmesine imkan veren internet siteleri gibi her türlü mal veya hizmetin internet ortamında kullanıcılara sunulmasında aracılık faaliyetinde bulunan gerçek veya tüzel kişilerin ETDHK kapsamında aracı hizmet sağlayıcı olarak değerlendirileceği yönünde (Demirbaş, 2015: 26).

¹¹ İçerik sağlayıcı, "internet ortamı üzerinden kullanıcılara sunulan her türlü bilgi veya veriyi üreten, değiştiren ve sağlayan gerçek veya tüzel kişileri" ifade etmektedir (5651 sayılı Kanun, m. 2/f). Kanunda içerik tanımlanmamış olsa da, her türlü bilgi ve verinin içerik olarak kabul edileceği anlaşılmaktadır. Yine kanundaki tanıma bakıldığında internet ortamına konulan içeriği bizzat üreten kişi ile başkasına ait olan içeriği internet ortamına aynen veya değişiklik yaparak koyan kişi arasında bir fark gözetilmediği görülmektedir (Ateş, 2016 (Sosyal Medya Aktörleri) : 54).

¹² Yer sağlayıcı, "hizmet ve içerikleri barındıran sistemleri sağlayan veya işleten gerçek veya tüzel kişileri" ifade etmektedir (5651 sayılı Kanun, m. 2/m). İnternette sunulan hizmetleri ve içerikleri barındıran sunucu ve benzeri sistemleri kuranlar, sağlayanlar veya işletenlerin bu Kanun kapsamında yer sağlayıcı oldukları ve bu çerçevede internete kablolu ya da kablosuz olarak bağlı bilgisayar sunucularında kendisi tarafından veya üçüncü kişilerce yüklenmiş çeşitli veri ve materyalleri barındıranlarla, internet ortamında elektronik posta ve benzeri hizmetleri sunanların yer sağlayıcı olarak değerlendirilebileceği yönünde (Ateş, 2016 (Sosyal Medya Aktörleri): 56). ETDHK kapsamında hizmet sağlayıcılar elektronik ticaret alanındaki faaliyetlerini ya kendilerine ait web sitelerinde ya da başkaları tarafından daha önce kurulmuş olan web siteleri aracılığı ile gerçekleştirmektedirler. Her iki durumda da ilgili web sitelerindeki bilgilerin belirli bir sunucuda depolanması gerekmektedir. Depolanan bilgilerin internet ağına aktarılması konusunda yer sağlama hizmetinden yararlanılıyorsa, yer sağlama hizmeti veren internet servis sağlayıcının da 6563 sayılı Kanun anlamında aracı hizmet sağlayıcısı olarak kabul edileceği yolunda (Demirbaş, 2015: 97).

¹³ Erişim sağlayıcı, "kullanıcılarına internet ortamına erişim olanağı sağlayan her türlü gerçek veya tüzel kişileri" ifade etmektedir (5651 sayılı Kanun, m. 2/e). EDTHK'da aracı hizmet sağlayıcı, başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişi olarak tanımlanmıştır. Erişim sağlayıcıların temel işlevi kullanıcıları internete bağlamaktır. Anılan nedenle, erişim sağlayıcıların vermiş olduğu hizmetlerin, elektronik ticaret faaliyetine ortam sağlama niteliğinde görülemeyeceği ve ETDHK anlamında aracı hizmet sağlayıcı olarak nitelendirilemeyeceği yönünde (Demirbaş, 2015: 87).

¹⁴ Bkz. ETDHK m. 2 hükmünün gerekçesi. İçerik sağlayıcı internet ortamında kullanıma sunduğu her türlü içerikten sorumludur. İçerik sağlayıcı bağlantı sağladığı başkasına ait içerikten ise kural olarak sorumlu değildir. Ancak içerik sağlayıcı sunuş biçiminden, bağlantı sağladığı içeriği benimsediği ve kullanıcının söz konusu içeriğe ulaşmasını amaçladığı açıkça belli ise genel hükümlere göre sorumlu olacaktır (5651 sayılı Kanun m. 4). Yer sağlayıcı ise, kural olarak yer sağladığı içeriği kontrol etmek veya hukuka aykırı bir faaliyetin söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü değildir (5651 sayılı Kanun m. 5). Ancak yer sağlayıcı ilgililer tarafından bu Kanun çerçevesinde usulüne uygun olarak haberdar edilmesi halinde, hukuka aykırı içeriği yayından kaldırmakla da yükümlü kılınmıştır (5651 sayılı Kanun m. 5/2; kaldırma yükümlülüğüne ilişkin prosedür için ayrıca bkz. 5651 sayılı Kanun m. 9). Anılan bu husus yakın tarihli sayılabilecek bir Yargıtay kararında da vurgulanmıştır. Buna göre; "Dava, davacının yüksek lisans tez çalışması olan kitabın, davalının yer sağlayıcı olduğu internet sitesinde izinsiz ve telif bedeli ödemeksizin yayımlandığı iddiasına dayalı maddi ve manevi tazminat istemine ilişkindir. 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunun "Yer Sağlayıcının Yükümlülükleri" başlıklı 5. Maddesinde "Yer sağlayıcı, yer sağladığı içeriği kontrol etmek veya hukuka aykırı bir faaliyetin söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü değildir. Yer sağlayıcı, yer sağladığı hukuka aykırı içerikten, ceza sorumluluğu ile ilgili hükümler saklı kalmak kaydıyla, bu Kanun'un 8. ve 9. Maddelerine göre haberdar edilmesi halinde ve teknik olarak imkân bulunduğu ölçüde hukuka aykırı içeriği yayından kaldırmakla yükümlüdür." hükmüne yer verilmiş; 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun ek 4. Maddesiyle ise "...Dijital iletim de dâhil 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 ihlâli halinde, hak sahiplerinin başvuruları üzerine ihlâl konu eserler içerikten çıkarılır. Bunun için hakları haleldar olan gerçek veya tüzel kişi öncelikle bilgi içerik sağlayıcısına başvurarak üç gün içinde ihlâlin durdurulmasını ister. İhlâlin devamı halinde bu defa, Cumhuriyet savcısına yapılan başvuru üzerine üç gün içinde servis sağlayıcıdan ihlâl devam eden bilgi içerik sağlayıcısına verilen hizmetin durdurulması istenir. İhlâlin 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

Elektronik ticaret uygulamasında elektronik ortamda faaliyet gösteren perakendecilerle tedarikçiler arasındaki çalışma modelleri de öğretide inceleme konusu olmaktadır. Konuyu ayrıntılı olarak inceleyen Baş, uygulamada online perakendecilerle tedarikçilerin genelde “yeniden satıcılık”¹⁵ ve “platform sağlama”¹⁶ modeli üzerinden çalıştıklarını ifade etmektedir (Baş, 2017: 119)¹⁷.

3. Hizmet Sağlayıcı Ve Aracı Hizmet Sağlayıcının Yükümlülükleri

3.1. Genel Olarak

Elektronik ortamda kurulan sözleşmelerde, mal veya hizmetin alıcısı açısından sözleşmenin karşı tarafının kişiliği veya satın alınan mal veya hizmette vaat edilen niteliklerin olup olmadığı gibi hususlarda alıcı tereddütler yaşayabilir.

takdirde her türlü bilgi ve belgeyi vermekle yükümlüdür..." düzenlemesi getirilmiştir. Bu suretle, yer sağlayıcı olan davalının hukuki sorumluluğunun 5651 sayılı Kanun hükümleri ile 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun ek 4. Maddesi kapsamında tespit edilmesi gerekir" 11.HD, E. 2014/902, K. 2014/11631, T. 17.6.2014; Kazancı İçtihat Bilgi Bankası, ET. 10.12.2017. Yer sağlayıcıların ayrıca genel hükümler çerçevesinde sorumlulukları da şartları gerçekleşmişse gündeme gelebilecektir.

¹⁵ Yeniden satıcılık modelinde tedarikçinin ürünleri toptan olarak online platformlara sattığı; online platformların ise bu ürünleri kendi nam ve hesabına müşterilere sattığı, bu nedenle de müşteri ile yapılan sözleşmenin tarafının bizzat online platformların olduğu belirtilmektedir (Baş, 2017: 119).

¹⁶ Bu model de, online platformun belirli bir komisyon karşılığında tedarikçiye mal ve hizmetlerinin satışını gerçekleştirebileceği bir platform sağladığı, tedarikçinin ise bu platformu kullanarak doğrudan müşterilerle sözleşme yapabildiği, bu nedenle de müşterilerle yapılan sözleşmenin tarafının tedarikçi olduğu belirtilmektedir (Model hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Baş, 2017: 120). Baş, konuya ilişkin çalışmada online platformlar ile tedarikçiler arasında online satışlara aracılık edilmesini veya tedarikçi adına sözleşme yapılmasını düzenleyen platform sağlama sözleşmelerine TTK'nun acenteye ilişkin hükümlerinin uygulanıp uygulanmayacağını, uygulanacaksa ne ölçüde uygulanabileceğini ayrıntılı olarak tartışmıştır (Baş, 2017: 120 vd.). TTK düzenlemeleri kapsamında platform sağlama sözleşmelerinin genel olarak TTK'da düzenlenen acentelik sözleşmesinin unsurlarını taşıdığı kabul edilebileceğini belirten yazar, ekonomik niteliği itibarıyla geleneksel acentelik ilişkisinden farklılaşan online platform sağlama sözleşmelerine doğrudan acentelik hükümlerinin uygulanmasının ise, işin mahiyetine ve tarafların iradesine aykırı sonuçlar doğuracağını; buna engel olabilmek için ise, TTK'daki acente tanımının daraltılmasının veya özel bir düzenleme ile bu platformların faaliyetlerinin TTK kapsamı dışına çıkartılmasının düşünülebileceğini ifade etmiş ve (diğer öneriler için bkz. Baş, 2017: 149) yürürlükte olan düzenlemeler kapsamında “platform sağlama sözleşmesinin taraflarının, TTK'nun acentelik hükümlerinde aksi kararlaştırılmasına izin verilen hükümleri kendi ilişkilerine uygun olarak yazılı olarak düzenlemeleri, en azından emredici olmayan acentelik hükümleri açısından olası sorunların önüne geçilebilmesi için gerekli ve önemli” olduğu sonucuna ulaşmıştır (Baş, 2017: 149-150).

¹⁷ Farklı şekillerdeki sınıflandırmalar ve sınıflandırmalara ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. (Timmers, 1998: 4 vd).

Elektronik ticaretin kendisinden beklenen yararı sağlayabilmesi elektronik ortamda şeffaflığın ve güven ortamının sağlanmasına bağlıdır. Bu amaçla da hem ETDHK' da hem de Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelikte hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların elektronik ticaret işlemlerinin yapıldığı elektronik ortamda bulundurmalarıyla yükümlü oldukları genel bilgiler ile sözleşme öncesinde ve sipariş sürecinde alıcılara sunmaları gereken bilgilere ve elektronik ticaret ile ilgili diğer uygulamalara ilişkin düzenlemeler getirilmiştir.

Bunun dışında taraflar arasında TKHK hükümleri uyarınca mesafeli sözleşme ilişkisi kurulduğu durumlarda, TKHK hükümleri de uygulama alanı bulacak; satıcı ve sağlayıcıların yükümlülükleri de TKHK, ETDHK ve ilgili ikincil mevzuatlar kapsamında belirlenecektir.

TKHK m. 48/1'e göre; satıcı¹⁸ veya sağlayıcı¹⁹ ile tüketicinin²⁰ eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak

¹⁸ TKHK m. 3/1'e göre; satıcı, kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere, ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi ifade eder.

¹⁹ TKHK m. 3/1'ya göre; sağlayıcı, kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye hizmet sunan ya da hizmet sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi ifade eder.

²⁰ Tüketici, ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişidir (TKHK m. 3/k). Kanunda tüketici, ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi olarak tanımlandığı için tüzel kişiler de tüketici sıfatına sahip olabilecektir. Ancak bu noktada tüzel kişi tacirlerin tüketici sayılıp sayılmayacakları belirlenmelidir. TTK m. 19'da bir tacirin her türlü iş, işlem ve eylemlerinin kural olarak ticari sayılacağı hükme bağlanmıştır. Ticari iş karinesi olarak adlandırılan bu kuralın gerçek kişi tacirler bakımından iki tane istisnası bulunmaktadır. Eğer gerçek kişi tacir işlemi yaparken, bunun ticari işletmesi ile ilgili olmadığını açıkça karşı tarafa beyan ederse veya işin niteliğinden bu işin onun ticari işletmesi ile ilgili olmadığını anlaşılabilirse, iş tacir için ticari olmaktan çıkar (TTK m. 19/1). Böyle bir durumda tacir olmayan kişi tüketici sıfatıyla hareket ettiği ve karşısında da bir satıcı veya sağlayıcı olduğu takdirde, yapılan işlem öncelikle TKHK'daki özel düzenlemelere tabi olur (Arkan, 2017: 70). Tüzel kişi tacirlerin işletme konusu dışında yaptığı ancak çay kahve makinesi, temizlik malzemesi, klima alınmasında olduğu gibi dolaylı da olsa işletme faaliyetlerini kolaylaştıran işlemlerde, tüketici sıfatına sahip olup olmayacakları tartışılabilir. (Zevkliler ve Aydoğdu, 2004: 82; Bahtiyar ve Biçer, 2016: 407). Öğretideki baskın görüş, tüzel kişi tacirler bakımından TTK m. 19/1'de öngörülen istisnaların uygulama alanı bulmayacağını, tüzel kişi tacirlerin yaptıkları tüm işlemlerin ticari nitelik taşımamasından ötürü tüketici sıfatına sahip olmayacaklarını kabul etmektedir (Arkan, 2017: 70; Akipek, 1999:196; Aslan, 2014: 7; Gümüş, 2014: 17-18). Uygulamada eTKHK dönemindeki Yargıtay kararlarının büyük çoğunluğunun da bu yönde olduğu görülmektedir. Konuya ilişkin ve örnek kararlar için ayrıca bkz. Akipek Öcal vd., 2017: 144-146 ve dn. 247-249. Ticari işin diğer ölçütleri

oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçları kullanılarak kurulan sözleşmeler, mesafeli sözleşmedir.

Bu tanıma göre, bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak kabul edilebilmesi için, taraflardan birinin tüketici, diğer tarafın satıcı veya sağlayıcı olması; tarafların fiziksel olarak karşı karşıya gelmemesi, sözleşmenin müzakere aşaması da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim aracı kullanılarak kurulması ve mal veya hizmetin uzaktan pazarlanmasına ilişkin bir sistemin varlığı gerekmektedir (Uzun Kazmacı, 2016: 2794; Türkoğlu Utku, 2015: 186)²¹.

Taraflar arasındaki sözleşme mesafeli sözleşme kapsamında ise, TKHK m. 48/2 uyarınca da satıcı veya sağlayıcıların tüketicileri belirli konularda ve siparişi onayladıkları takdirde ödeme yükümlülüğü altına girecekleri konusunda açık ve anlaşılır şekilde bilgilendirmeleri gerekir. Tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir. Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği'nin (RG., S. 29188, T. 27.11.2014)

TTK 3 ve TTK 19/2'de belirtilmiştir. Konumuz açısından önemli olan TTK 19/2'ye göre, taraflardan birisi için ticari olan bir sözleşme, kanunda aksine hüküm olmadıkça karşı taraf için de ticari sayılır. Ancak tacir olan taraf tüketici sıfatıyla hareket ettiği takdirde işlem öncelikle bir tüketici işlemi sayılacak ve TKHK'daki özel hükümlere tabi olacaktır. Öğretide de isabetle belirtildiği üzere, bir gerçek kişi tacirin tüketici sıfatına sahip olduğu ve dolayısıyla TKHK'nın sağladığı özel korumadan yararlandığı bu durumlarda, ticari hükümlerin uygulama alanı daralmış olacaktır (Bahtiyar, 2017: 67). Ticari iş, adi iş, tüketici işlemi kavramları, ölçütleri ve bu üçlü ayrımın önemine ilişkin ayrıntılı değerlendirme için bkz. Bahtiyar ve Biçer, 2016: 396-435.

²¹ Anılan bu koşullardan birinin eksik olması durumunda, mesafeli sözleşmeden bahsedilemez. Yine müzakere aşaması yüz yüze gerçekleştiğinde ya da malların uzaktan pazarlanmasına ilişkin bir sistem olmaksızın satıcının bir seferlik internet üzerinden satış yapması durumunda da söz konusu koşulların tamamı gerçekleşmediği için mesafeli sözleşme bulunmamaktadır; ancak taraflar arasında internet ortamında kurulan bir elektronik sözleşme söz konusudur (Uzun Kazmacı, 2016: 2795). Yine taraflarının satıcı/sağlayıcı ve tüketici olmadığı elektronik sözleşmeler, mesafeli sözleşme olarak kabul edilmeyecektir. Buna göre; mesafeli sözleşme kavramı ile elektronik sözleşme kavramları her durumda örtüşmemektedir (Uzun Kazmacı 2016: 2793). Mesafeli sözleşmelerin elektronik ortamda kurulmaları durumunda, elektronik sözleşme olarak nitelendirilmesi mümkünken, elektronik araçla kurulan her sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak kabul edilmesi mümkün olmayacaktır (Akipek, 2017: 43). Mesafeli sözleşmeler ile elektronik ticaret sözleşmeleri arasındaki farklılıklar için ayrıca bkz. Türkoğlu Utku, 2015: 187.

ön bilgilendirme başlıklı 5. maddesinde satıcı ve sağlayıcının tüketiciye vermesi gereken bilgilerin neler olduğu ayrıntılı bir şekilde sayılmıştır²².

Tarafların eş zamanlı fiziksel varlığında tüketiciyle iş yeri dışında görüşülmesinin hemen sonrasında, satıcı veya sağlayıcının iş yerinde ya da herhangi bir uzaktan iletişim aracıyla kurulan sözleşmeler ise, TKHK m. 47 uyarınca iş yeri dışında kurulan sözleşmeler olarak nitelendirilmektedir. İş yeri dışında kurulan sözleşmeler yönetmeliği (RG, T. 14.01.2015, S. 29236) m. 4'e göre; uzaktan iletişim aracı, mektup, katalog, faks, radyo, televizyon, elektronik posta mesajı, kısa mesaj, internet gibi fiziksel olarak karşı karşıya gelinmeksizin sözleşme kurulmasına imkân veren her türlü araç veya ortamı

²² Bu hususlar; sözleşme konusu mal veya hizmetin temel nitelikleri; satıcı veya sağlayıcının adı veya unvanı, varsa MERSİS numarası; Tüketicinin satıcı veya sağlayıcı ile hızlı bir şekilde irtibat kurmasına imkan veren, satıcı veya sağlayıcının açık adresi, telefon numarası ve benzeri iletişim bilgileri ile varsa satıcı veya sağlayıcının adına ya da hesabına hareket edenin kimliği ve adresi; satıcı veya sağlayıcının tüketicinin şikayetlerini ilemesi için farklı iletişim bilgileri var ise, bunlara ilişkin bilgi; mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam fiyatı, niteliği itibarıyla önceden hesaplanamıyorsa fiyatın hesaplanma usulü, varsa tüm nakliye, teslim ve benzeri ek masraflar ile bunların önceden hesaplanamaması halinde ek masrafların ödenebileceği bilgisi; sözleşmenin kurulması aşamasında uzaktan iletişim aracının kullanım bedelinin olağan ücret tarifesi üzerinden hesaplanmadığı durumlarda, tüketicilere yüklenen ilave maliyet; ödeme, teslimat, ifaya ilişkin bilgiler ile varsa bunlara ilişkin taahhütler ve satıcı veya sağlayıcının şikayetlere ilişkin çözüm yöntemleri; cayma hakkının olduğu durumlarda, bu hakkın kullanılma şartları, süresi, usulü ve satıcının iade için öngördüğü taşıyıcıya ilişkin bilgiler; cayma bildiriminin yapılacağı açık adres, faks numarası veya elektronik posta bilgileri; cayma hakkının kullanılmadığı durumlarda, tüketicinin cayma hakkından faydalanamayacağına ya da hangi koşullarda cayma hakkını kaybedeceğine ilişkin bilgi; satıcı veya sağlayıcının talebi üzerine, varsa tüketici tarafından ödenmesi veya sağlanması gereken depozitolar ya da diğer mali teminatlar ve bunlara ilişkin şartlar; varsa dijital içeriklerin işlevselliğini etkileyebilecek teknik koruma önlemleri; satıcı veya sağlayıcının bildiği ya da makul olarak bilmesinin beklendiği, dijital içeriğin hangi donanım ya da yazılımla birlikte çalışabileceğine ilişkin bilgi; tüketicilerin uyuşmazlık konusundaki başvurularını Tüketici Mahkemesine veya Tüketici Hakem Heyetine yapabileceklerine dair bilgi olarak sayılmıştır. Sayılan bu bilgilerin, mesafeli sözleşmenin ayrılmaz bir parçası olduğu ve taraflar aksini açıkça kararlaştırmadıkça bu bilgilerin değiştirilemeyeceği de aynı hükmün ikinci fıkrasında belirtilmiştir. Ayrıca Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğinin ön bilgilendirmeye ilişkin diğer yükümler başlıklı 8. maddesinde; satıcı veya sağlayıcının, tüketici siparişi onaylamadan hemen önce, verilen siparişin ödeme yükümlülüğü anlamına geldiği hususunda tüketiciyi açık ve anlaşılır bir şekilde bilgilendirmek zorunda olduğu; aksi halde tüketicinin siparişi ile bağlı olmayacağı da hüküm altına alınmıştır. Aynı Yönetmeliğin 6. maddesinde tüketicinin nasıl bilgilendirileceği ve sözleşmenin internet yolu ile kurulması halinde, mal ve hizmetin temel nitelikleri, toplam fiyatı, ek masraflar ve cayma hakkının kullanılmasına ilişkin bilgilerin, tüketici ödeme yükümlülüğü altına girmeden hemen önce açık bir şekilde tekrar gösterilmesi gerektiği hükme bağlanmıştır. Yine Yönetmelik m. 7'de, satıcı ve sağlayıcının, tüketicinin ön bilgileri edindiğini kullanılan uzaktan iletişim aracına uygun olarak teyit etmesini sağlamak zorunda olduğu aksi halde sözleşmenin kurulmamış sayılacağı düzenlenmiştir.

ifade eder. Tüketicinin, iş yeri dışında kurulan sözleşme ya da buna karşılık gelen herhangi bir öneri ile bağlanmadan önce ayrıntıları iş yeri dışında kurulan sözleşmeler yönetmeliğinde belirlenen hususlarda açık ve anlaşılır biçimde bilgilendirilmesi zorunlu olup; tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü ise satıcı veya sağlayıcıya aittir (TKHK m. 47/3; İYDKSY m. 5; ayrıca konuya ilişkin genel olarak bkz. Kabaş, 2015: 73 vd).

3.2. Bilgi Verme Yükümü ve İstisnaları

ETDHK'nın 3. maddesinde hizmet sağlayıcılar için sözleşmenin kurulmasından önce alıcılara sunulması gereken bilgilere ilişkin düzenleme getirilmiş; ayrıca Hizmet Sağlayıcılar Yönetmeliği'nin 5. maddesinde de bu yükümlülükler detaylandırılmıştır²³.

Öğretide de belirtildiği üzere, alıcının sözleşme konusu mal veya hizmet konusundaki güncel bilgiler, sözleşmenin kurulması için gerekli olan teknik adımlar ve bu süreçte paylaşmış olduğu kişisel verilerinin nasıl korunacağı gibi hususlarda sözleşme yapılmadan önce bilgilendirilmesi, alıcının sözleşme yapma konusunda daha bilinçli hareket etmesini sağlayacaktır (Türkoğlu Utku, 2015: 179).

²³ Sağlayıcılar Hakkında Yönetmeliğin 5. maddesine göre; (1) Hizmet sağlayıcı, elektronik ticaret faaliyetine başlamadan önce kendine ait elektronik ticaret ortamında aşağıdaki bilgileri eksiksiz olarak bulundurur: a) Tebligata elverişli KEP adresi, elektronik posta adresi ve telefon numarası ile varsa işletme adı veya tescilli marka adı b) Mensubu olduğu meslek odası ve varsa üyesi olduğu sektörel kuruluşlar ile meslekle ilgili davranış kuralları ve bunlara elektronik olarak ne şekilde ulaşılabileceğine ilişkin bilgiler c) Tacir ise ayrıca ticaret unvanı, MERSİS numarası ve merkez adresi ç) Esnaf ise ayrıca adı ve soyadı, vergi kimlik numarası ve merkez adresi. (2) Tacir veya esnaf olmayan hizmet sağlayıcı, kendine ait elektronik ticaret ortamında adı ve soyadını veya unvanını, merkez adresini, tebligata elverişli KEP adresini, elektronik posta adresini ve telefon numarasını eksiksiz olarak bulundurur. (3) Hizmet sağlayıcı birinci ve ikinci fıkralarda belirtilen bilgilerini, ağ üzerindeki ana sayfasında ve doğrudan ulaşılabilecek şekilde "iletişim" başlığı altında sunar. (4) Aracı hizmet sağlayıcı üzerinden satış yapan ve tacir veya esnaf olan hizmet sağlayıcı, elektronik ticaret faaliyetine başlamadan önce, aracı hizmet sağlayıcı tarafından kendine tahsis edilen alanda aşağıdaki bilgileri eksiksiz olarak bulundurur: a) Ticaret unvanı, işletme adı veya tescilli marka adı bilgilerinden en az biri b) Tebligata elverişli KEP adresi c) Esnaflar için vergi kimlik numarası, tacirler için MERSİS numarası ç) Merkez adresi ve onaylanmış telefon numarasının aracı hizmet sağlayıcıda bulunduğu bilgisi (5) Aracı hizmet sağlayıcı üzerinden satış yapan ve tacir veya esnaf olmayan hizmet sağlayıcı, aracı hizmet sağlayıcı tarafından kendine tahsis edilen alanda aşağıdaki bilgileri eksiksiz olarak bulundurur: a) Adı ve soyadı b) İkametgâhının bulunduğu il c) Merkez adresi ve onaylanmış telefon numarasının aracı hizmet sağlayıcıda bulunduğu bilgisi (6) Bu maddede yer alan bilgilerdeki değişikliklere ilişkin güncellemeler, hizmet sağlayıcı tarafından değişikliğin gerçekleştiği gün yapılır. (7) Bu maddede yer alan bilgilerin doğruluğundan hizmet sağlayıcı sorumludur.

Bilgi verme yükümlülüğünün yerine getirildiğinin kabulü için ETDHK m. 3 ve Hizmet Sağlayıcılar Yönetmeliği m. 5'te sayılan bu bilgilerin alıcılara ulaştırılması gerekir.

Söz konusu yükümlülükler, öncelikle hizmet sağlayıcılar için öngörülmüş olmakla birlikte; eğer hizmet sağlayıcı aracı hizmet sağlayıcısının sunduğu hizmeti kullanarak elektronik ticari faaliyetini sürdürüyorsa, aracı hizmet sağlayıcılar için de geçerli olacaktır.

Buna göre; hizmet sağlayıcı, elektronik iletişim araçlarıyla bir sözleşmenin yapılmasından önce;

-Alıcıların kolayca ulaşabileceği şekilde ve güncel olarak tanıtıcı bilgilerini sunmalıdır. Kanunda açıkça elektronik posta veya diğer iletişim imkânlarına yer verilmesinden bahsedilmemektedir. Bu konudaki eksiklik yönetmelikle tamamlanmıştır. Yönetmelikte açıkça, tebligata elverişli KEP adresi²⁴, elektronik posta adresi ve telefon numarası ile varsa işletme adı veya tescilli marka adına ilişkin bilgilerin elektronik ticari faaliyetine başlanmadan önce eksiksiz olarak hazır bulundurulması gereğine işaret edilmiştir (Hizmet Sağlayıcılar Yönetmeliği m. 5/1-a).

-Sözleşmenin kurulabilmesi için izlenecek teknik adımlara ilişkin bilgileri,

-Sözleşme metninin sözleşmenin kurulmasından sonra hizmet sağlayıcı tarafından saklanıp saklanmayacağı ile bu sözleşmeye alıcının daha sonra erişiminin mümkün olup olmayacağı ve bu erişimin ne kadar süreyle sağlanacağına ilişkin bilgileri,

-Veri girişindeki hataların açık ve anlaşılır bir şekilde belirlenmesine ve düzeltilmesine ilişkin teknik araçlara ilişkin bilgileri,

²⁴ Kayıtlı Elektronik Posta (KEP) Yönetmeliği (RG, S. 28036, T. 25.08.2011) m. 4/o'ya göre; kayıtlı elektronik posta sistemi, kayıtlı elektronik posta iletilerinin tüm süreçlerine ilişkin olarak kayıtlı elektronik posta delili oluşturulması, güvenli bir şekilde kimlik tespiti yapılması, kayıtlı elektronik posta hesabı, kayıtlı elektronik posta hesabı, kayıtlı elektronik posta rehberi ve arşiv hizmetleri verilmesi gibi işlemlere sahip olan sistem olarak tanımlanmıştır. Bu sistemle, kayıtlı elektronik posta servisi sağlayıcıları aracılığıyla ve güvenli elektronik imza ve zaman damgası kullanılarak, bir elektronik postanın iletildiği, bu postayı gönderen ve alan tarafların kimlikleri ve gönderilen elektronik postanın içeriğinin değiştirilmediği garanti edilmektedir (Acar, 2016: 164 ve dn. 16'da anılan yazarlar).

-Uygulanan gizlilik kuralları ve varsa alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmalarına ilişkin bilgileri sunmakla yükümlüdür.

-Hizmet sağlayıcı, varsa mensubu olduğu meslek odası ile meslekle ilgili davranış kurallarını ve bunlara elektronik olarak ne şekilde ulaşılabileceğini belirtmekle yükümlüdür. Hüküm yalnızca meslek odası ifadesini kullanmasına rağmen, bilindiği üzere, ekonomik hayatta odalar dışında, meslek kurallarını belirleyen birlikler, dernekler, federasyonlar gibi meslek örgütleri de bulunmaktadır. Hükümdeki bu eksikliğin de yine yönetmelikte mensubu olduğu meslek odası ve varsa üyesi olduğu sektörel kuruluşlar denilerek giderildiği görülmektedir²⁵.

-Hizmet sağlayıcı ayrıca sözleşme hükümlerinin ve genel işlem şartlarının alıcı tarafından saklanmasına da imkân sağlamalıdır. Elektronik ticarete elektronik ortamda kurulan sözleşme metnine alıcıların erişebilmesi, sözleşmeden kaynaklı hak ve yükümlülüklerin belirlenmesi ve çıkacak herhangi bir uyuşmazlık durumunda metnin yetkili mercilere sunulabilmesi açısından önem taşımaktadır (Türkoğlu Utku, 2015: 180).

Bilgi verme yükümünün istisnaları da aynı hükümde düzenlenmiştir. ETDHK m. 3/3'e göre; tarafların tüketici olmadığı durumlarda ilgili Kanunun m. 3/1-2 hükümlerinin aksinin kararlaştırılabilmesi mümkündür.

Taraflar arasında bu konuda bir anlaşma olsa bile, veri girişindeki hataların belirlenmesi ve düzeltilmesine dair teknik araçlara ilişkin bilgi verilmesi hususunda ETDHK m. 3/1-ç bendinin dürüstlük kuralından doğan bir yükümlülük olarak devam edeceği belirtilmektedir (Demirbaş, 2015: 42). Hizmet sağlayıcının sözleşme metninin ve genel işlem şartlarının alıcı tarafından saklanmasına imkân sağlamasına ilişkin yükümlülüğü, bu halde de devam edecektir. Yine aynı maddede, münhasıran elektronik posta veya benzeri bireysel iletişim araçları²⁶ ile kurulan sözleşmelerde de aynı hükümlerin uygulanmayacağı hükme bağlanmıştır (ETDHK m. 3/5). Bu tür araçlarla

²⁵ Kanunda yer alan meslek odası ifadesinin yerinde olmadığı ve amaca uygun biçimde düzenlemede yer alan ifadenin meslek örgütü olarak değiştirilmesi gerektiği yolundaki tespit için bkz. Demirbaş, 2015: 36.

²⁶ Kısa mesajların (SMS), video konferans gibi iletişim imkânlarının bu kapsamda değerlendirilebileceği yolunda bkz. Demirbaş, 2015: 43.

yapılan sözleşmelerde böyle bir istisna getirilmesinin nedeninin, tarafların birbirleriyle doğrudan haberleşme ve müzakere etme imkânlarının bulunması olduğu ifade edilmektedir (Türkoğlu Utku, 2015: 182; Demirbaş, 2015: 43-44).

3.3. Siparişe İlişkin Yükümlülükler Ve İstisnaları

ETDHK m.4'te siparişin verilmesi aşamasında hizmet sağlayıcıların yükümlülükleri düzenlenmiştir. Söz konusu yükümlülükler sadece hizmet sağlayıcılar için değil; aynı zamanda aracı hizmet sağlayıcılar için de geçerlidir.

Bu kapsamda genel olarak hizmet sağlayıcı siparişin onaylanması aşamasında ve ödeme bilgilerinin girilmesinden önce, ödeyeceği toplam bedel de dâhil olmak üzere, sözleşme şartlarının alıcı tarafından açıkça görülmesini sağlamakla yükümlüdür (ETDHK m. 4/1-a). Zira elektronik ticarete alıcının ödeyeceği toplam bedeli siparişin onaylanması aşamasında ve ödeme bilgilerinin henüz sisteme girilmesinden önce bilmesi önem taşımaktadır. Yine alıcı bu şekilde satın almak istediği mal veya hizmete ilişkin ödeyeceği toplam bedelin dışında, sözleşmenin tüm şartlarını, ödeme bilgilerini girmeden önce, tekrar görerek inceleme ve değerlendirme imkânına sahip olacaktır (Ayrıca bkz. Türkoğlu Utku, 2015: 183). Ayrıca hizmet sağlayıcı, sipariş verilmeden önce alıcıya, veri giriş hatalarını belirleyebilmesi ve düzeltebilmesi için uygun, etkili ve erişilebilir teknik araçları sunmakla da yükümlüdür (ETDHK m. 4/2).

Hizmet sağlayıcı için getirilen diğer bir yükümlülük ise, alıcının siparişini aldığı gecikmeksizin elektronik iletişim araçlarıyla teyit etmektir (ETDHK m. 4/1-b)²⁷.

ETDHK'da sağlayıcılar için siparişe ilişkin yükümlülüklerin istisnaları, bilgi verme yükümünün istisnalarına benzer şekilde düzenlenmiştir. Buna göre tarafların tüketici olmadığı hallerde siparişe ilişkin ETDHK m. 4/1-2'de öngörülen yükümlülüklerin aksi kararlaştırılabilecektir.

Yine sözleşmelerin elektronik posta yoluyla veya benzeri bireysel iletişim araçlarıyla yapıldığı durumlarda da EDTHK m. 4/1/a-b ve 4/2 uygulama alanı bulmayacaktır.

²⁷ Uygulamada, sağlayıcıların genelde sipariş tamamlandıktan sonra elektronik posta veya kısa mesaj yoluyla siparişin teyidini karşı tarafa gönderdikleri; hükümde geçen gecikmeksizin ifadesinin de bu anlamda yoruma açık bir alan yarattığı yolunda bkz. Kaya, 2016: 107.

4. Elektronik Ticarete Güven Damgası Ve Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi

Elektronik ticarete asgari güvenlik ve hizmet kalitesi standartlarına uyan hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcılara verilen elektronik işaret, güven damgası olarak adlandırılmaktadır (Güven Damgası Hakkında Tebliğ m. 4/f). Güven damgası almak isteyen hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcının asgari düzeyde Güven Damgası Hakkında Tebliğ'de belirtilen standartları karşılamaı gerekmektedir²⁸. Tebliğde güven

²⁸ Bu şartlar m. 5'e göre şunlardır:

- a) Kişisel veri ve ödeme bilgisi içeren her türlü işlemin internet sitesi ve mobil sitede EV SSL, uygulamada SSL ile gerçekleştirilmesini sağlar.
- b) Güven damgası başvurusunda bulunmadan en fazla üç ay önce ve her takvim yılı içinde en az bir defa, Türk Standardları Enstitüsü tarafından onaylı A veya B sınıfı sızma testi firmalarına sızma testi yaptırarak gerekli önlemleri alır ve bu önlemleri aldığına ilişkin doğrulama testi yaptırır.
- c) 23/2/2006 tarihli ve 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanununa, 4/5/2007 tarihli ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanuna, 20/6/2013 tarihli ve 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanuna, 7/11/2013 tarihli ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna, 23/10/2014 tarihli ve 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanuna, 24/3/2016 tarihli ve 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanununa ve bu kanunların ikincil düzenlemeleri ile elektronik ticaret ortamında satışı yasak olan ya da şarta bağlanan ürünlere ilişkin düzenleme ve idari kararlara uygun süreçler tasarlar.
- ç) Elektronik ticaret ortamında çocukların fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkileyebilecek içeriğe yönelik tedbirleri alır.
- d) Elektronik ticarete konu malın stok bilgisi, içeriği, malzemesi, ölçüleri gibi özelliklerine, kullanımına ve varsa garantisine, teknik desteğine ve bunların kim tarafından sağlanacağına ilişkin detaylar ile gerçek boyutlarının anlaşılmasını mümkün kılan görselleri, tedarik, kargo ve teslimat süresi gibi hususları, sipariş alıcıya teslim edilinceye kadar siparişin durumu hakkında gerekli bilgileri ve kargo takip imkânını sunar ya da sunulmasına olanak sağlar.
- e) Elektronik ticarete konu hizmetin kim tarafından sağlanacağı, kapsamı ve süresi gibi bilgileri sunar ya da sunulmasına olanak sağlar.
- f) Bu fıkranın (d) ve (e) bentlerine ilişkin taahhütlerine uygun hareket eder.
- g) Alıcının siparişi hakkında bilgi alabilmesi, talep ve şikâyetlerini internet tabanlı iletişim yöntemlerinden en az biri ve telefon aracılığıyla iletebilmesi için müşteri hizmetleriyle iletişim imkânı sunar. Talep ve şikâyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesini, sonuçlandırılmasını ve konuya ilişkin alıcının bilgilendirilmesini sağlar.

(2) Güven damgası almak isteyen hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcının gerçek kişi olması halinde kendisinin ve yetkili temsilcisinin, tüzel kişi olması halinde ise yöneticilerinin ve yetkili temsilcilerinin 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun 53 üncü maddesinde belirtilen süreler geçmiş olsa bile; kasten işlenen bir suçtan dolayı bir yıl veya daha fazla süreyle hapis cezasına ya da affa uğramış olsa bile devletin güvenliğine karşı suçlar, Anayasal düzene ve

damgası alınabilmesi oldukça ağır ve sıkı şartlara bağlanmıştır. Bu şartlar aynı zamanda sağlayıcılar için ek maliyet de getirebilecektir.

Bu damga, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların asgari düzeyde belirli güvenlik tedbirlerini aldıklarını ve alıcılar nezdinde güvenilir olduklarını göstermek amacıyla kullanılmaktadır. Güven damgası alınması bu tebliğ hükümlerine göre zorunlu olmayıp, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcının isteğine bırakılmıştır. Ancak elektronik ticarete en büyük sorunlardan birinin alıcıların yaşadığı güven sorunu olduğu düşünüldüğünde, bu alanda faaliyet gösteren sağlayıcıların güven damgasını alma yolunu tercih edecekleri kanısındayız²⁹. Ancak sağlayıcıların bu yolu tercih etmelerinde güven damgasına erişimin yarattığı ekonomik yükümlülüğün makul bir düzeyde olması da belirleyici bir kriter olarak karşımıza çıkabilecektir. Sisteme dâhil olmak isteyen sağlayıcılar, tebliğde yer verilen güvenlik ve hizmet kalitesi standartlarını sağladıktan sonra, Bakanlık tarafından yetkilendirilen güven damgası sağlayıcısına başvurabilecektir.

Güven damgası sağlayıcısı, güven damgası tahsis ettiği sağlayıcıları denetleme yetkisine de sahiptir (Güven Damgası Hakkında Yönetmelik m. 9). Ayrıca Gümrük ve Ticaret Bakanlığı; bu tebliğ kapsamında elektronik ticaret işlem ve faaliyetlerinin güven ve istikrar içinde sürdürülebilmesini sağlamak amacıyla gerekli her türlü bilgi ve belgeyi talep etmeye, denetim yapmaya, idari tedbir almaya ve tasarrufta bulunmaya, Güven Damgası Sağlayıcısı tarafından verilen güven damgası hizmetine ilişkin itirazları kabul etmeye, yükümlülüklerini yerine getirmeyen Güven Damgası sağlayıcısının yetkisini iptal etmeye, güven damgası hizmeti kapsamında alınacak ücretlerin üst sınırını ve güven damgasının biçimi ile ölçütlerini belirlemeye yetkili kılınmıştır (Güven Damgası Hakkında Tebliğ m. 13).

bu düzenin işleyişine karşı suçlar, zimmet, irtikâp, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, güveni kötüye kullanma, hileli iflas, ihaleye fesat karıştırma, edimin ifasına fesat karıştırma, suçtan kaynaklanan malvarlığı değerlerini aklama, kaçakçılık veya bilişim suçlarından mahkûm olmaması gerekir.

(3) Güven damgası almak isteyen hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcı iflas etmiş ise itibarın iadesinin sağlanmış olması gerekir.

²⁹ Konuya ilişkin genel bilgi ve değerlendirmeler için bkz. Bağcı, Gökhan Uğur, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/e-ticarette-guven-damgasi-hakkinda-bilmeniz-gerekenler/> 372 979; ET: 10.12.2017.

Elektronik ticaret alanında ağ üzerinde mal veya hizmet satışına ilişkin sözleşme yapılmasını veya sipariş verilmesini sağlayan hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcılara ilişkin kayıt veya bildirim yükümlülükleri de “Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliğ” de özel olarak düzenlenmiştir³⁰. Bu tebliğe göre, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların kayıt altına alınması, elektronik ticaret verilerinin toplanması, bu verilerin işlenerek istatistiki bilgilerin üretilmesi amacıyla Bakanlık tarafından elektronik ticaret bilgi sistemi oluşturulacak ve bu sisteme anılan tebliğ kapsamında kayıt ve bildirim yapılabilecektir (Bilgi Sistemi Hakkında Tebliğ m. 4/e). Bu sistemle elektronik ticaret hacminin artırılması için öncelikli problem olan alıcıların güven ihtiyacının karşılanması; elektronik ticaret alanında faaliyette bulunan gerçek ve/veya tüzel kişilerin bilgilerine rahatlıkla ulaşılmasına imkân verilerek bu alanda aleniyetin sağlanması amaçlanmaktadır³¹.

5. Ticari İletişimin Esasları Ve Ticari Elektronik İleti Gönderme Şartları

Günümüzde pek çok kişi kendilerine sürekli olarak istemedikleri halde gelen ticari elektronik iletilerden şikâyet etmektedirler³². Bu şikâyetleri en aza indirebilmek amacıyla konu ile ilgili düzenlemelere yer verilmiş; bu kapsamda elektronik iletişim araçlarıyla yapılan ticari iletişime dair bilgi verme yükümlülükleri ile ticari elektronik iletilerde uyulması gereken hususlara ilişkin usul ve esaslar ETDHK ve Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik’te düzenlenmiştir³³.

³⁰ Söz konusu tebliğ hükümleri münhasıran elektronik posta, telefon araması, kısa mesaj veya elektronik ortamda doğrudan iletişime imkân veren benzeri bireysel iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeleri gerçekleştiren hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcılara uygulanmaz (Bilgi Sistemi Hakkında Tebliğ m. 2/1).

³¹ <https://www.gtb.gov.tr/duyurular/elektronik-ticaret-bilgi-sistemine-etbis-kayit-ve-bildirim-esaslari>; ET: 10.10.2017.

³² Bu şekildeki istenmeyen iletiler uygulamada spam olarak da adlandırılmaktadır. Teknik anlamıyla spam, ilgisiz ve istenmeyen iletilerin internet üzerinden bir veya birden fazla haberleşme grubuna bilerek veya bilmeden gönderilmesi olarak tanımlanmaktadır (Ateş, 2016 (Spam): 299).

³³ Bu yönetmeliğin kapsamını belirleyen 2. maddesinde, 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu kapsamındaki işletmecilerin abone ve kullanıcılarına; münhasıran kendi mal ve hizmetlerini tanıtmak, pazarlamak ya da işletmesini tanıtmak amacıyla gönderdiği ticari elektronik iletilere, vakıf üniversitelerinin öğrencilerine ve bunların velilerine gönderdiği iletilere, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ile kamuya yararlı dernekler ve vergi muafiyeti sağlanan vakıfların, kendilerine ait ticari işletmelerin faaliyetleriyle ilgili olarak üyelerine gönderdiği

ETDHK m. 6'ya göre; ticari elektronik iletilerin³⁴ tüketicilere gönderilebilmesi kural olarak önceden onay alınması şartına bağlanmıştır³⁵. Onay yazılı olarak veya her türlü elektronik iletişim aracıyla alınabilir. Onayda alıcının ticari elektronik ileti gönderilmesini kabul ettiğine ilişkin olumlu irade beyanı, adı, soyadı ile elektronik iletişim adresi de yer alır³⁶.

iletilere, 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun hükümlerine göre radyo ve televizyon yayıncılığı yapan kuruluşlarca, kamuoyunu bilgilendirmek ve eğitmek amacıyla yapılan yayın hizmetlerine ilişkin bilgilendirme iletilerine, devlet, mahalli idareler ve diğer kamu tüzel kişilerinin kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla gönderdikleri iletilere ilgili yönetmeliğin hükümlerinin uygulanmayacağı belirtilmiştir.

³⁴ Ticari elektronik ileti; telefon, çağrı merkezleri, faks, otomatik arama makineleri, akıllı ses kaydedici sistemler, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve ticari amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletilerdir (Ticari Elektronik İleti Yön.. m. 4/m). ETDHK ve ilgili mevzuat hükümleri aracılığıyla ticari elektronik iletilerin gönderilmesine ilişkin kuralların belirlendiği, bu kapsamda AB mevzuatı ile uyum sağlanmasının amaçlandığı, bu kapsamda elektronik ortamda mal ve hizmet sunumu yapmayan, sipariş almayan ancak elektronik ortamı bir aracı olarak kullanan göndericilerin de kapsam dâhiline alındığının açıkça ifade edilmesi gerektiği yolunda bkz. Soydemir, 2015: 90. Yazar açıklamalarının devamında, "Aracı hizmet sağlayıcılarına dair 6563 sayılı Kanun ile bir belirleme yapılmış olması, istenmeyen ticari iletilerin yalnızca elektronik ortamda ticaret yapanlar tarafından meydana verilen bir haksız fiil sorumluluğu olarak görülmesini ve uygulamada ortaya çıkabilecek uyumsuzlukları engeller" görüldüğünü ifade etmektedir (Soydemir, 2015: 90).

³⁵ Ticari Elektronik İleti Yönetmeliği 15.07.2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu tarihten önce ticari elektronik ileti gönderilmesi amacıyla alıcının açık irade beyanını içerecek şekilde alınan onaylar geçerlidir. Yine ETDHK'nın yürürlük tarihinden önce hizmet sağlayıcı ve alıcı arasında doğrudan mal veya hizmet teminine ilişkin işlemler sırasında alıcının elektronik iletişim adresini vermesi ile oluşturulan veri tabanlarının da onaylı olduğu kabul edilmektedir. Bu şekilde verildiği kabul edilen onay, acente, özel yetkili ya da bayi işletme için verilmiş ise, sözleşmenin diğer tarafı için de verilmiş kabul edilir. Ancak bu durumda onay verdiği kabul edilen alıcıya, bu yönetmeliğin yayımı tarihinden sonra, reddetme hakkı da tanınarak, gönderilen ilk ticari elektronik iletide, gönderene ait veri tabanında kayıtlı olduğuna dair bilgiye de yer verilmesi gerekir (Ticari Elektronik İleti Yönetmeliği geçici m. 1).

³⁶ Onayın alınması sürecine ilişkin ayrıntılar Ticari Elektronik İleti Yönetmeliği m. 7'de düzenlenmiştir. Buna göre; fiziki ortamda alınan onayda, onayı verenin imzası aranır. Onayın elektronik ortamda alınması durumunda, onayın alındığı bilgisi, reddetme imkânı da tanınmak suretiyle, alıcının elektronik iletişim adresine aynı gün içinde iletir. Alıcının elektronik iletişim adresine ticari elektronik ileti gönderilerek onay talebinde bulunulamaz. Onay; abonelik, satış ve üyelik sözleşmesi gibi bir sözleşmenin içeriğine dâhil edilerek alınıyorsa sözleşmenin sonunda, olumlu irade beyanından veya imzadan önce, ticari elektronik ileti kenar başlığı altında, reddetme imkânı da tanınarak en az on iki punto ile yazılarak alınır. Acentelik, özel yetkili işletme ya da bayilik sözleşmesindeki taraflardan birine verilen onay; bu sözleşmeye konu mal, hizmet veya marka ile sınırlı olarak sözleşmenin diğer tarafı için de verilmiş kabul edilir. Hizmet sağlayıcı aldığı onayı, kendi mal veya hizmetleri ile birlikte olmak kaydıyla promosyon olarak sunulan mal ve hizmetler için de kullanabilir. Ancak bu promosyon ilişkisinin bir sözleşmeye bağlı olma şartı

Ayrıca, iletide ticari iletişimin ve bu iletişimin adına yapıldığı gerçek ya da tüzel kişinin açıkça belirlenebilir olmasını sağlayan bilgilerin sunulması gerekmektedir. Gönderilen iletelerde indirim ve hediye gibi promosyonlar ile promosyon amaçlı yarışma veya oyunların bu niteliği açıkça belirlenebilmeli, bunlara katılımın ve bunlardan faydalanmanın şartlarına kolayca ulaşılabilmesi ve bu şartlar açık ve şüpheye yer bırakmayacak şekilde anlaşılır olmalıdır³⁷.

Buna göre özetle, Kanun ve Yönetmelik hükümleri uyarınca ticari elektronik ileti gönderenler kural olarak ticari elektronik iletinin gönderileceği kişiden önceden onay almalı³⁸, kendilerine ait tanıtıcı bilgileri ile iletişim bilgilerine her iletide yer vermeli ve her ticari elektronik iletide alıcıya iletiyi reddetme imkânını tanımalıdır (ETDHK m. 6; Ticari Elektronik İleti Yönetmeliği m. 5, 7).

Ticari elektronik ileti içeriğinin alıcıdan alınan onaya uygun olması gerekir. Alınan onay ise, reddetme hakkı alıcı tarafından kullanılıncaya kadar geçerlidir.

ETDHK (m. 6) ve Ticari Elektronik İleti Yönetmeliğinde (m. 6) onay gerektirmeyen durumların neler olduğu belirtilmiştir. Buna göre; temin edilen mal veya hizmetlere ilişkin değişiklik, kullanım ve bakıma yönelik ticari elektronik iletiler için ayrıca onay alınmaz. Örneğin tüketicinin satın almış olduğu bir beyaz eşyanın kullanımına ilişkin elektronik ticari ileti gönderilmesi için onay alınmasına gerek bulunmamaktadır. Yine, devam eden abonelik, üyelik veya ortaklık durumu ile tahsilat, borç hatırlatma, bilgi güncelleme, satın alma ve teslimat veya benzeri durumlara ilişkin bildirimleri içeren iletiler ile hizmet sağlayıcıya ilgili mevzuatla getirilen bilgi verme yükümlülüğü

aranır. Onay metninde, olumlu irade beyanı önceden seçilmiş olarak yer alamaz. Hizmet sağlayıcı, alıcıdan ticari elektronik ileti onayı vermesini, sunduğu mal ve hizmetin temini için ön şart olarak ileri süremez. Onayın alındığına ilişkin ispat yükümlülüğü hizmet sağlayıcıya aittir.

³⁷ Alıcıya gönderilecek ticari elektronik iletilerin içeriğinde bulunması gereken hususlar hakkında ayrıca bkz. Ticari Elektronik İleti Yönetmeliği m. 8.

³⁸ İstenmeyen ticari elektronik ileti gönderiminde, kişiler GTB nezdinde oluşturulan "Ticari Elektronik İleti Şikâyet" sistemi üzerinden şikâyette bulunabileceklerdir (<https://tiss.gtb.gov.tr>). Ayrıca, Kanunda düzenlenen yükümlülükler uyulmadığı takdirde Bakanlık tarafından verilecek idari para cezaları 1000 TL ile 15 bin TL arasında değişmektedir. Bununla birlikte kişilerin önceden onayı alınmadan gönderilen iletiler bir defada birden fazla kişiye gönderilmiş ise verilecek ceza on katı oranında arttırılacaktır. (ETDHK m. 12).

durumlarında önceden onay alma zorunluluğu aranmaz. Ancak bu tür bildirimlerde herhangi bir mal veya hizmet özendirilemez veya bunların tanıtımı yapılamaz.

Tacir veya esnaf olan alıcıların elektronik iletişim adreslerine gönderilen ticari elektronik iletiler için önceden onay alınması zorunlu değildir³⁹. Avrupa Birliği Direktifinde elektronik ileti gönderilmesi kapsamında iki yöntemden bahsedilmiştir. Alıcının ilk iletiyi aldıktan sonra ret hakkını kullandıktan sonra kendisine bir daha iletinin gönderilmediği sistem Opt-out olarak adlandırılmaktadır. Diğer sistem olan Opt-in sisteminde, elektronik ileti gönderilmeden önce alıcıdan izin alınması şarttır. Alıcıdan izin alınmadan kendisine elektronik ileti gönderilemez. Bu bilgiler ışığında, ETDHK m. 6'da kural olarak Opt-in sisteminin benimsendiği, ancak bununla birlikte aynı maddede tacir, esnaf ve tüketici ayrımı yapıldığı; tacir ile esnaflara ticari elektronik ileti göndermeden önce izin alınması zorunlu tutulduğundan kanunun tacir-esnaf için Opt-out sistemini kabul ettiği söylenebilir. Tacir ve esnaflara önceden izin alınmadan ticari elektronik ileti gönderilebilir, ancak iletiyi alan alıcı bir daha iletiyi almak istemezse sistemden çıkabilir.

Sermaye piyasasına ilişkin mevzuat uyarınca aracılık faaliyetinde bulunan şirketlerce müşterilerine bilgilendirme amaçlı gönderilen ticari elektronik iletiler için onay alınması zorunlu değildir.

Onay alınması gereken durumlarda, onay yazılı olarak veya her türlü elektronik iletişim aracıyla alınabilir. Onayda alıcının ticari elektronik ileti gönderilmesini kabul ettiğine dair olumlu irade beyanı, adı-soyadı ile elektronik iletişim adresi yer alır. Yazılı onayda onayı veren kişinin imzası da aranır. Onayın elektronik ortamda alınması durumunda, onayın alındığı bilgisi, reddetme imkânı da tanınmak suretiyle, alıcının elektronik iletişim adresine aynı gün içinde iletilir.

Alıcıya gönderilen her iletide reddetmeye ilişkin hak tanınmalıdır⁴⁰. Alıcı hiçbir gerekçe göstermeksizin ret talebinde bulunabilir. Alıcının reddetme bildirimini kolay ve

³⁹ Bu durumun tacir ve esnafların işletmelerini tanıtan ayrı bir elektronik posta adreslerinin bulunması halinde mümkün olabileceği yolunda bkz. Soydemir, 2015: 94.

⁴⁰ Ticari Elektronik İleti Yönetmeliği m. 9/3 hükmüne göre; "Ticari elektronik ileti hangi iletişim kanalıyla gönderildiyse ret bildirimini de kolay ve ücretsiz bir şekilde olmak üzere aynı iletişim

ücretsiz olmalıdır. Ret bildirim talebinin ulaşmasını takip eden 3 iş günü içinde gönderim durdurulmalıdır (Ticari Elektronik İleti Yönetmeliği m. 9). Bununla birlikte, alıcı tarafından reddetme hakkının kullanılmış olması, hizmet sağlayıcının tabi olduğu ilgili mevzuat hükümlerine göre alıcıya gönderilmesi zorunlu olan bildirimlerin yapılmasına engel teşkil etmez (Ticari Elektronik İleti Yönetmeliği m. 9/e).

Ticari elektronik iletilerin içeriği ticari bir mal veya hizmetin tanıtımına yönelik bir reklam niteliği taşıyorsa, şartlarının oluşması halinde ayrıca TKHK'nın ticari reklam ve haksız ticari uygulamalara ilişkin 61 vd'daki hükümlerinden de yararlanılabilir⁴¹. Bu

kanalıyla sağlanır". Buna göre; ticari elektronik ileti hangi araç ile gönderilmişse, o araçla alıcıya çıkma hakkı tanınmalıdır. Bu kapsamda, örneğin SMS ile gönderilen bir iletide, çıkma hakkının yine SMS ile verilmesi gerekir. SMS ile gönderilen bir iletide çıkma hakkının kullanılması için müşteri hizmetlerine yönlendirme yapılması Yönetmeliğe aykırı olacaktır (Aslanova, 2017: 15).

⁴¹ TKHK m. 62'ye göre; bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketicie yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır. Ayrıca bkz. Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği m. 28/2. Haksız ticari uygulamanın reklam yoluyla gerçekleştirildiği hallerde de TKHK'nın 61. maddesi hükümleri uygulanır. TKHK 61'e aykırılık halinde reklam kurulunun uygulayabileceği idari yaptırımlar da bulunmaktadır. Reklam Kurulu, tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan ifadelerle ilişkin vermiş olduğu bir kararda "Başvuru sahibi tüketicinin, aracına özel 890 TL'lik sigorta ücreti belirlendiği, ancak anılan tüketici kendisine gönderilen tarihli kısa mesajlarda yer verilen ifadelerde yer alan %5 oranındaki indirimden faydalanmak istediğinde anılan firma tarafından söz konusu kısa mesajda yer alan indirim oranının %5 değil %5'e varan indirim olduğu ve 1000 TL'lik sigorta ücreti üzerine %5, 1000 TL'nin altındaki sigorta ücretlerine %3'lük bir indirim yapıldığının beyan edildiği, bu suretle anılan tüketicinin de aracının sigorta ücretinin 890 TL olması sebebiyle %3'lük indirim uygulanabileceğinin ifade edildiği, fakat bu farklılıklara anılan kısa mesajlarda yer verilmeyerek tüketicilerde tüm sigorta bedellerinde %5 indirimin uygulanacağı algısı yaratılarak ana vadin eksik verilmesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve söz konusu kısa mesajlardaki bilgilendirmenin eksik olduğu, diğer taraftan, "son 2 saat, acele edin hemen arayın" şeklindeki ifadelerin EK Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamaların, "A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar" başlıklı metninin 7 nci bendinde yer alan "Tüketicinin ani bir karar vermesini sağlamak ve bilinçli bir tercih yapması için gerekli fırsat veya zamandan mahrum bırakmak amacıyla, gerçeğe aykırı olarak bir mal veya hizmetin sadece çok kısıtlı bir süre içerisinde belirli şartlar altında sunulacağını belirtmek.." hükmüne göre mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup, bu nedenle söz konusu hususların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7, 9, 13, 14, 18, 28, 29 ve 32 nci maddeleri, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri, hükümlerine aykırı olduğuna, buna göre, reklâm veren **S.N. Sigorta ve Reasurans Brokerlik Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca 30.176 TL (Otuzbinyüzyetmişaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma

düzenlemelerde açıkça reklamların doğruluk ve dürüstlük kurallarına uygun olması gerektiği kabul edilmiştir. Tüketici bu tür reklamları almak istemediğini açıkça belirtmesine rağmen, reklamlar gönderilmeye devam ediyorsa, bunun doğruluk ve dürüstlük ilkeleri ile bağdaştığı söylenemez. Ayrıca, tüketici bu tür reklamların gönderilmesine rıza göstermiş olsa bile, eğer gönderilenin içeriği aldatıcı ya da yanıltıcı ise, tüketicinin aldatıcı reklamlar nedeniyle sahip olduğu hakları kullanması mümkündür⁴². Bu tür iletilerin gönderilmesi şartları varsa haksız rekabet hükümlerine göre de engellenebilir. Tüketici içerik olarak aldatıcı, yanıltıcı bir reklamı içeren ticari elektronik ileti ile karşılaştığında şartları gerçekleşmişse, haksız rekabet hükümlerine dayanarak da dava açabilecektir.

Nomer-Ertan, ticari elektronik iletilerin ETDHK m. 6'ya aykırı şekilde önceden izin alınmaksızın gönderilmesi durumunda saldırgan satış yöntemi ve dolayısıyla haksız rekabetin gerçekleşeceğini kabul etmektedir (Nomer Ertan, 2016: 248). Yazar ayrıca önceden izin alınmasına rağmen, özellikle aynı ilan ve davetiyenin kısa bir zaman içinde birçok kez elektronik ticari ileti olarak gönderilmesinin; aynı mal ve hizmetlerin pazarlanması amacıyla doğrudan kişinin telefonla birçok kez aranması, bu gönderim ve aramaların ısrarlı bir şekilde ve sık sık tekrarlanmasının TTK m. 55/1-a-8 kapsamında haksız rekabet teşkil edeceğini ifade etmektedir (Nomer Ertan, 2016: 248)⁴³.

cezaları verilmesi" sonucuna varmıştır. (Reklam Kurulu Kararları, Dosya No: 2017/739, 263 No'lu bülten.

⁴² Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği m. 29'da (RG. T. 10.01.2015, S. 29232); yanlış bilgi içeren veya verilen bilgiler esasen doğru olsa bile sunuluşuna dair bütün koşullar değerlendirildiğinde, ortalama tüketiciyi aldatan ya da aldatmaya elverişli olan ve bu suretle tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açan ya da yol açma olasılığı bulunan ticari uygulamaların aldatıcı olarak kabul edileceği ifade edilmiştir. Elektronik posta aracılığıyla yapılan aldatıcı ve hileli reklamlara karşı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve ilgili mevzuat çerçevesinde hukuksal korumanın belli ölçülerde gerçekleşebileceği yolunda ayrıca bkz. Ateş, 2016 (Spam): 310.

⁴³ İsviçre'de haksız rekabete ilişkin federal kanunda müşterinin önceden onayı alınmadan ve/veya önceden müşteri tarafından talep edilmeden toplu reklam gönderilmesi haksız rekabet olarak kabul edilmiştir (UWG Art 3/o; Oetiker, 2016: ss. 588-599). TTK m.55/1-a-8'de saldırgan satış yöntemleri kullanılması haksız rekabet olarak kabul edilmiştir. Sadece saldırgan satış yönteminin kullanılmış olması tek başına haksız rekabetin varlığı için yeterli değildir. Haksız rekabetin gerçekleşmesi için bu satış yönteminin aynı zamanda müşterinin karar verme özgürlüğünü de sınırlandırmış olması gerekir (Nomer Ertan, 2016: 244). Saldırgan reklamların da bu bent kapsamında haksız rekabet teşkil edip etmeyeceği ise tartışmalıdır. Zira hükmün gerekçesine göre;

Bütün bunların dışında, elektronik ticari iletiler, kişilik hakkına aykırılık taşıyorsa, TMK m. 24 hükümlerine başvurulabilecektir⁴⁴.

6. Kişisel Verilerin Korunması

Kişisel veri kişinin kimlik, iletişim, sağlık, mali bilgileri ile özel hayatına, dini inancına ilişkin bilgiler gibi verilerden oluşmaktadır.

ETDHK'nın 10'nuncu maddesinde; hizmet sağlayıcılar ve aracı hizmet sağlayıcıların bu Kanun çerçevesinde yapmış oldukları işlemler nedeni ile elde ettikleri kişisel verileri güvenle saklamak zorunda oldukları düzenlenmiştir. Kişisel verileri ilgili kişinin onayı olmadan üçüncü kişilere iletmeleri ve başka amaçla kullanmaları ise yasaklanmıştır⁴⁵.

Hükmün lafzi yorumundan açıkça anlaşılacağı üzere kişisel veriler onay alınmak suretiyle başka amaçlar için kullanılabilir ve başkalarıyla paylaşılabilir. Öğretide hükümde, onayın nasıl verileceği ya da başka amacın ne olduğuna dair açık bir düzenleme getirilmemesinin kişisel verilerin keyfi kullanımlarının önünü açacağı yönünde endişeler dile getirilmektedir (Kaya, 2016: 118). ETDHK'dan sonra yürürlüğe

"Bu bent her türlü saldırgan satış yöntemini kapsamaktadır. Hüküm saldırgan reklamları içermez. ...Özellikle saldırgan ibaresindeki özellikle kelimesi hükmün uygulanabilmesinin şartıdır. Her saldırgan satış yöntemi haksız rekabet oluşturmaz" denilerek saldırgan reklamların bu kapsamda değerlendirilmemesi gerektiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte, Nomer Ertan, somut olaylarda satış yöntemi ile reklamın sınırlarının çizilmesinin her zaman çok kolay olmadığını; her iki uygulamanın da tüketicileri satın almaya teşvik ettiğini, dolayısıyla reklamların da bu bent kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir (Nomer Ertan, 2016: 249-250) Diğer görüş ise, saldırgan reklamların TTK m. 54/2 kapsamında genel ilke uyarınca haksız rekabet olarak nitelendirilebileceğini kabul etmektedir. Bu yönde bkz. Okan, 2011: 112. Ayrıca bkz. Karamanlıoğlu, 2016: 66.

⁴⁴ Genel olarak ayrıca bkz. Ateş, 2016 (Spam): 310. Elektronik imkanların kullanılması yoluyla konusu ve içeriği itibarıyla yasa dışı fiillerin övülmesi, teşvik edilmesi gibi içerik taşıyan elektronik mesajları ileten ve yayanlara karşı ayrıca TCK ve ilgili diğer mevzuat çerçevesinde de başvurulabileceği yönünde Ateş, 2016 (Spam): 310.

⁴⁵ Öğretide hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların kişisel verilerini koruma ve saklama yükümü altında olduğu kişilerin yalnızca alıcılarla sınırlı olarak anlaşılması gerektiği belirtilmiş ve hükmün lafız ve amacından da hareketle elektronik ticaret faaliyeti nedeniyle web sitelerine girişi yapılan tüm kişisel verilerin de bu kapsamda koruma altında olması gerektiği; bu bakımdan kişisel verilerinin korunması gereken kişi ile hizmet sağlayıcı arasında mutlaka bir sözleşmenin varlığının da aranmayacağı ifade edilmiştir (Demirbaş, 2015: 64).

giren, bu alanda özel ve daha koruyucu hükümler öngören Kişisel Verilerin Korunması Kanunu da bu alanda kişisel verilere ilişkin olarak uygulama alanı bulabilecektir⁴⁶.

Kaynakça

Kitaplar

- Akipek, Şebnem (1999). Türk Hukuku ve Mukayeseli Hukuk Açısından Tüketici Kredisi. Ankara: Seçkin.
- Akipek Öcal, Şebnem (2017). "E-Sözleşmelerin Hukuki Niteliği". Şu kitapta: Editörler: Hakan Tokbaş&Ali Suphi Kurşun, Danışman: Mustafa Topaloğlu&Umut Yeniocak. Sektörel Bazda Tüketici Hukuku Uygulamaları Külliyyatı, E-Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları. İstanbul: Aristo, ss. 35-47.
- Akipek Öcal, Şebnem, Özge Uzun Kazmacı, Esra Hamamcıoğlu (2017). "Bankacılık Sektöründe Kefalet". Şu kitapta: Editörler: Topbaş, Hakan/Kurşun, Ali Suphi. Sektörel Bazda Tüketici Hukuku Uygulamaları Külliyyatı, Bankacılık Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları. İstanbul: Aristo, ss.123-159.
- Aksoy, Ramazan (2012). İnternet Ortamında Pazarlama. Ankara: Seçkin.
- Altınışik, Ulvi (2003). Elektronik Sözleşmeler. Ankara: Seçkin.
- Arkan, Sabih (2017). Ticari İşletme Hukuku, Ankara: BTHAE.
- Aslan, İ. Yılmaz (2014). Tüketici Hukuku, Bursa: Ekin.

⁴⁶ Kişisel Verilerin Korunması Kanununda kişisel veri, "kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi" şeklinde tanımlanmıştır. Tüzel kişilerin verilerinin korunmasının ticari sırların konusunu oluşturacağı yönünde bkz. Küzeci, 2010: 365. Küzeci, kişisel verinin, bir gerçek kişiyi belirlenebilir kılan her türlü bilgi olduğundan yola çıkarak, tüzel kişilere ilişkin veriler içerisinde böyle bir bilginin yer alması halinde kişisel verilerin korunması kapsamında değerlendirilebileceğini; ancak eğer bir kişi ile bağlantı kurulmaksızın yalnızca tüzel kişilikle ilgili ise, kişisel verilerin korunması kapsamında olmaması gerektiğini ifade etmiştir (Küzeci, 2010: 365). Hemen belirtmek gerekir ki yazarın eserini yazdığı zaman diliminde Kişisel Verilerin Korunması Kanunu henüz tasarı aşamasında olup, tasarıda tüzel kişilere ilişkin bütün bilgilerin kişisel veri kapsamında değerlendirileceği ifade edilmekte ve bu durum yazar da dâhil olmak üzere öğretilde yukarıda andığımız temel gerekçelerle yoğun şekilde eleştirilmekteydi. Bu eleştiriler doğrultusunda tasarıdaki bu düzenlemeden vazgeçilerek, bu kanun kapsamında kişisel verinin yalnızca gerçek kişilere ait olabileceği açıkça ifade edilmiştir. Demirbaş, ETDHK'nın düzenlemelerine bakıldığında ise, kişisel verilerin korunması bakımından ilgili kişi kavramının gerçek kişilerle sınırlı tutulmaması gerektiğini; ilgili Kanununun 10. maddesinde yer alan "bu kanun çerçevesinde yapmış olduğu işlemler nedeniyle elde ettiği kişisel verilerin" ifadesine bakıldığında ise kişisel verilerin gerçek kişilere ait olması zorunluluğunun bulunmadığının görüleceğini; dolayısıyla da hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların, elektronik ticaret faaliyeti kapsamında yapılan işlemin karşı tarafı ister gerçek kişi, ister tüzel kişi olsun elde edilen kişisel verileri, özellikle ödemeye ilişkin verileri saklamak ve güvenliğini sağlamak zorunda olduğunu ifade etmektedir (Demirbaş, 2015: 63).

- Aslanova, Kemale (2017). "E-Ticaret Hakkında Genel Açıklamalar, Kavram ve Tanımlar", Şu kitapta: Editörler: Hakan Tokbaşı & Ali Suphi Kurşun, Danışman: Mustafa Topaloğlu & Umut Yeniocak. Sektörel Bazda Tüketici Hukuku Uygulamaları Külliyyatı, E-Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları. İstanbul: Aristo, ss. 3-15.
- Ateş, Mustafa (2016). "Spam: İnternetle Gelen Hukuki Sorunlardan Biri". Şu Kitapta: Fikir ve Sanat Hukukuna Dair Makalelerim. Ankara: Adalet, ss. 299-313.
- Ateş, Mustafa (2016). "Sosyal Medya Aktörlerinin Telif Hakkı İhlalinden Doğan Hukuki Sorumlulukları". Şu Kitapta: Fikir ve Sanat Hukukuna Dair Makalelerim. Ankara: Adalet. ss. 45-104.
- Bahtiyar, Mehmet (2017). Ticari İşletme Hukuku, İstanbul: Beta.
- Başöz, Lütfü ve Ramazan Çakmakçı (2016). Gerekçeleri, Komisyon Raporları ve TBMM Tutanakları ile Birlikte Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ve İlgili Kanunlar, İstanbul: Legal.
- Davidson, Alan (2009). The Law of Electronic Commerce. Cambridge: Cambridge University Press.
- Demir, Mehmet (2004). Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması. Ankara: Turhan.
- Demirbaş, Harun (2015). 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Hizmet Sağlayıcılar ve Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Yükümlülükleri. Ankara: Seçkin.
- Ekici, Kenan Mehmet (2013). e-Ticaret. Ankara: Yargı.
- Gümüş, Alper (2014). 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi, C. 1. İstanbul: Vedat.
- İnal, Emrehan (2005). E-Ticaret Hukukundaki Gelişmeler ve İnternette Sözleşmelerin Kurulması, İstanbul: Vedat.
- Karamanlıoğlu, Argun (2016). "Tüketici Hukukunda Saldırgan Satış Yöntemleri". Şu Kitapta: Editör: Esra Hamamcıoğlu, Özge/Uzun Kazmacı, Ertan/Yardımlı, Argun/Karamanlıoğlu, Zeliha Gizem/Sayın. Ankara: Seçkin, ss. 65-72.
- Kaya, Ferman (2016). E-Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları. Ankara: Seçkin.
- Küzeci, Elif (2010). Kişisel Verilerin Korunması. Ankara: Turhan.
- Nomer Ertan, Füsün (2016). Haksız Rekabet Hukuku, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na Göre. İstanbul: Oniki Levha.
- Okan, Neval (2011). Ağ Reklamları ve Haksız Rekabet. Ankara: Seçkin.
- Rothchild, John A. (2016). "Introduction". In. Ed. John A. Rothchild. Research Handbook on Electronic Commerce Law. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, ss. 1-10.

- Oetiker, Christian (2016). "Art. 3 Abs. 1 lit. O". In. Ed. Peter Jung, Philippe Spitz. Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), Stämpfli Handkommentar. Bern: Stämpfli Verlag, ss. 588-599.
- Shaw Michael, Robert Blanning, Troy Strader, Andrew Whinston (2000). Handbook on Electronic Commerce. Berlin: Springer-Verlag.
- Sağlam, İpek (2007). Elektronik Sözleşmeler, İstanbul: Legal.
- Sarıakçalı, Turgay (2008). İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler. Ankara: Seçkin.
- Soydemir, Güzide (2015). İnternette Haksız Rekabetin Önlenmesi. Ankara: Seçkin.
- Sözer, Bülent (2002). Elektronik Sözleşmeler, İstanbul: Beta.
- Türkoğlu Utku, Ferah (2015). "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Gereğince Hizmet Sağlayıcıların Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun Gereğince Mesafeli Satışlarda Satıcı veya Sağlayıcıların Yükümlülükleri". Şu Kitapta: Editör: Köktürk Sümersan, Mehtap/Çobanoğlu, Emine/Dirsehan, Taşkın. Çevrimiçi Satış, Bugünden Geleceğe Bir Potansiyel. Ankara: Nobel, ss. 175-193.
- Wang, Faye Fangfei (2014). Law of Electronic Commercial Transactions. New York: Routledge.
- Weber, Rolf H. (2010). E-Commerce und Recht, Rechtliche Rahmenbedingungen elektronischer Geschäftsformen. Zürich: Schulthess Verlag.
- Zevkliler, Aydın, Murat Aydoğdu (2004). Tüketicinin Korunması Hukuku, Ankara: Seçkin.

2. Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

- Acar, Ayşe Ece (2016). "Elektronik Tebligat". İÜHFMD, C. 74, S. 1: 159-174.
- Bahtiyar, Mehmet, Levent Biçer (2016): "Adi İş/Ticari İş/Tüketici İşlemi Ayrımı ve Bu Ayrımın Önemi". MÜHF Hukuk Araştırmaları Dergisi, Prof. Dr. Cevdet Yavuz'a Armağan, C. 22, S. 3: 395-436.
- Baş, Kadir (2017): "Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması". Batider, C.XXXIII, S. 4: 115-153.
- Bıyan, Özgür (2014): "Elektronik Ticaret Kanunu'nun Getirdikleri: Bazı Hususlarda Görüş Paylaşımı". Legal Mali Hukuk Dergisi, S. 120: 31-44.
- Ein-Dor, Phillip (2003). "The World and Business Computing in 2051: from Leo to RUR". Journal of Strategic Information System 12: 357-371.
- Gezder, Ümit (2016). "Elektronik Ticaret Hukuki İşlemlerinin Ayrımı-Dijital İçerik ve Hukuki Niteliği". MÜHF Hukuk Araştırmaları Dergisi, Prof. Dr. Cevdet Yavuz'a Armağan. C. 22, S. 3: 1119-1132.
- Kabaş, Esen (2015). "6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunla İş Yeri Dışında Kurulan Sözleşmelere İlişkin Olarak Getirilen Değişiklikler". GÜHFD, C. XIX: 73-100.

Timmers, Paul (1998). "Business Models for Electronic Markets". The International Journal on Networked Business, V. 8, Issue 2: 3-8.

Uzun Kazmacı, Özge (2016). "İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması". MÜHF Hukuk Araştırmaları Dergisi, Prof. Dr. Cevdet Yavuz'a Armağan, C. 22, S. 3: 2791-2818.