

ANAYASA MAHKEMESİ KARARI

Esas Sayısı : 1998/26
Karar Sayısı : 1998/57
Karar Günü : 29.9.1998
R.G. Tarih-Sayı :18.03.1999-23643

İTİRAZ YOLUNA BAŞVURAN : Ankara Asliye Sekizinci Ticaret Mahkemesi

İTİRAZIN KONUSU : 23.2.1995 günlü, 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un 11. maddesine, 4226 sayılı Yasa ile eklenen üçüncü fıkranın, Anayasa'nın 10., 13., 29., 48. ve 172. maddelerine aykırılığı savıyla iptali istemidir.

I- OLAY

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nca, bir süreli yayın kuruluşunun düzenlediği kampanyanın ve kampanyaya ilişkin reklam ve ilanların durdurulması istemiyle açılan davada, davalının savını ciddi bulan Mahkeme, 4077 sayılı Yasa'nın 11. maddesine 4226 sayılı Yasa'nın 1. maddesiyle eklenen üçüncü fıkranın iptali için başvurmuştur.

III- YASA METİNLERİ

A- İtiraz Konusu Yasa Kuralı

4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un itiraz konusu 15.1.1997 günlü, 4226 sayılı Yasa'nın 1. maddesiyle eklenen üçüncü fıkrasını da içeren "süreli yayınlr" başlıklı 11. maddesi şöyledir:

"Süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, bilet, kupon, iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yollarla süreli yayın dışında ikinci bir ürün verilmesinin taahhüt edildiği kampanyalarda; kitap, dergi, ansiklopedi, afiş, bayrak, poster, sözlü veya görüntülü manyetik bant veya optik disk gibi süreli yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ya da hizmetin taahhüdü ve dağıtımı yapılamaz. Her halukârda bu mal veya hizmetin piyasa değeri, tüketicinin ilgili kampanya süresince süreli yayını satın almak için ödediği toplam bedelin % 50'sini aşamaz ve bu şekildeki kampanyaların süresi 60 günü geçemez. Kampanya konusu mal veya hizmet bedelinin bir bölümünün tüketici tarafından karşılanması, bu mal veya hizmetin ikinci ürün sayılmasına engel değildir."

B- Dayanılan Anayasa Kuralları

İtiraz gerekçesinde dayanılan Anayasa kuralları şunlardır:

1- "MADDE 10.- Herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir.

Hiçbir kişiye, aileye, zümreye veya sınıfa imtiyaz tanınamaz.

Devlet organları ve idare makamları bütün işlemlerinde kanun önünde eşitlik ilkesine uygun olarak hareket etmek zorundadırlar."

2-"MADDE 13.- Temel hak ve hürriyetler, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün, millî egemenliğin, Cumhuriyetin, millî güvenliğin, kamu düzeninin, genel asayişin, kamu yararının, genel ahlâkın ve genel sağlığın korunması amacı ile ve ayrıca Anayasanın ilgili maddelerinde öngörülen özel sebeplerle, Anayasanın sözüne ve ruhuna uygun olarak kanunla sınırlanabilir.

Temel hak ve hürriyetlerle ilgili genel ve özel sınırlamalar demokratik toplum düzeninin gereklerine aykırı olamaz ve öngörüldükleri amaç dışında kullanılamaz

Bu maddede yer alan genel sınırlama sebepleri temel hak ve hürriyetlerin tümü için geçerlidir."

3-"MADDE 29.- Süreli veya süresiz yayın önceden izin alma ve malî teminat yatırma şartına bağlanamaz.

Süreli yayın çıkarabilmek için kanunun gösterdiği bilgi ve belgelerin, kanunda belirtilen yetkili mercie verilmesi yeterlidir. Bu bilgi ve belgelerin kanuna aykırılığının tespiti halinde yetkili merci, yayının durdurulması için mahkemeye başvurur.

Süreli yayınların çıkarılması, yayım şartları, malî kaynakları ve gazetecilik mesleği ile ilgili esaslar kanunla düzenlenir. Kanun, haber, düşünce ve kanaatlerin serbestçe yayımlanmasını engelleyici veya zorlaştıracı siyasal, ekonomik, malî ve teknik şartlar koyamaz.

Süreli yayınlar, Devletin ve diğer kamu tüzelkişilerinin veya bunlara bağlı kurumların araç ve imkânlarından eşitlik esasına göre yararlanır."

4- "MADDE 48.- Herkes, dilediği alanda çalışma ve sözleşme hürriyetlerine sahiptir. Özel teşebbüsler kurmak serbesttir.

Devlet, özel teşebbüslerin millî ekonominin gereklerine ve sosyal amaçlara uygun yürümesini, güvenlik ve kararlılık içinde çalışmasını sağlayacak tedbirleri alır."

5- "MADDE 172.- Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder."

IV- İLK İNCELEME

Anayasa Mahkemesi İçtüzüğü'nün 8. maddesi gereğince, Ahmet N. SEZER, Güven DİNÇER, Samia AKBULUT, Haşım KILIÇ, Sacit ADALI, Ali HÜNER, Lütfi F. TUNCEL, Mustafa YAKUPOĞLU, Nurettin TURAN, Fulya KANTARCIOĞLU ve Mahir Can ILICAK'ın katılmalarıyla 9.6.1998 günü yapılan ilk inceleme toplantısında; dosyada eksiklik bulunmadığından işin esasının incelenmesine, sınırlama sorununun esas inceleme evresinde ele alınmasına oybirliğiyle karar verilmiştir.

V- ESASIN İNCELENMESİ

İşin esasına ilişkin rapor, başvuru kararı ve ekleri, iptali istenilen Yasa kuralı, Anayasa'ya aykırılık savına dayanak yapılan Anayasa kurallarıyla, bunlarla ilgili gerekçeler ve dosyada bulunan tüm belgeler okunup incelendikten sonra gereği görüldüğü düşünüldü:

A- Sınırlama Sorunu

4077 sayılı Yasa'nın 11. maddesinin iptali istenilen üçüncü fıkrası üç tümceden oluşmaktadır. Birinci tümcede, süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, bilet, kupon, iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yollarla süreli yayın dışında ikinci bir ürün verilmesinin taahhüt edildiği kampanyalarda, kitap, dergi, ansiklopedi, afiş, bayrak, poster, sözlü veya görüntülü manyetik bant veya optik disk gibi süreli yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ya da hizmetin taahhüdü ve dağıtımının yapılamayacağı; ikinci tümcede, her halükârda bu mal veya hizmetin piyasa değerinin, tüketicinin ilgili kampanya süresince süreli yayını satın almak için ödediği toplam bedelin % 50'sini aşamayacağı ve bu şekildeki kampanyaların süresinin 60 günü geçemeyeceği; üçüncü tümcede de, kampanya konusu mal veya hizmet bedelinin bir bölümünün tüketici tarafından karşılanmasının, bu mal veya hizmetin ikinci ürün sayılmasına engel olmayacağı kurala bağlanmaktadır.

Mahkeme'nin bakmakta olduğu dava, 11. maddenin üçüncü fıkrasına aykırı olarak düzenlendiği ileri sürülen kampanya ile bu kampanyaya ilişkin reklam ve ilanların aynı Yasa'nın 25. maddesinin beşinci fıkrası uyarınca durdurulmasına ilişkindir. Yasa'nın süreli yayın kuruluşlarının ikinci ürün vermelerine ve bu ürünlerle ilgili kampanyalar düzenlemelerine olur veren kuralı 11. maddenin üçüncü fıkrasının birinci tümcesidir. Bu nedenle, "23.2.1995 günlü, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 11. maddesine 4226 sayılı Yasa ile eklenen üçüncü fıkra ile ilişkin esas incelemenin, fıkranın birinci tümcesi ile sınırlı olarak yapılmasına 29.9.1998 gününde oybirliğiyle" karar verilmiştir.

B- Anayasa'ya Aykırılık Sorunu

Başvuran Mahkeme, dava konusu kuralın Anayasa'nın 10., 13., 29., 48. ve 172. maddelerine aykırılık oluşturduğunu ileri sürmüştür.

4077 sayılı Yasa, tüketicinin korunmasına ilişkindir. Bu nedenle, Anayasa'ya aykırılık konusundaki esas incelemenin öncelikle Anayasa'nın "Tüketicinin korunması" başlıklı 172. maddesi yönünden yapılması gerekli görülmüştür.

1- Anayasa'nın 172. Maddesi Yönünden İnceleme

Başvuru kararında, Anayasa'nın 172. maddesinde tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirlerin alınacağı ve bu yoldaki girişimlerin teşvik edileceğinin belirtildiği; 4077 sayılı Yasa'nın 8.3.1995 gününde yayınlanarak yürürlüğe giren ilk şeklinde, süreli yayınların promosyonları konusunda ayrıca bir yasak hükmü düşünülmendiği; 11. maddenin üçüncü fıkrasındaki düzenlemeyle kültürel ürün dışında, promosyonun tümünden yasaklanmasının, yasakçı devlet anlayışı olduğu; devletin yasakçı değil, anayasal hak ve özgürlüklerin gelişimini teşvik edici nitelikte olması gerektiği, dolayısıyla kuralın Anayasa'nın 172. maddesine aykırılık oluşturduğu ileri sürülmüştür.

Anayasa'nın 172. maddesinde, Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder kuralına yer verilmiş; maddenin

gerekçesinde de "...Tüketicinin fiyat ve kalite açısından korunması, serbest rekabet şartlarının sağlanması, tekel ve kartellerin önlenmesi ile güvenceye alınabilir..." denilmiştir.

23.2.1995 günlü, 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un 1. maddesinde, "Bu kanunun amacı, ekonominin gereklerine ve kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konumdaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektir" denilerek, Yasa'nın amacı açıklanmıştır.

4226 sayılı Yasa'nın genel gerekçesinde de konuya açıklık getirilerek şu görüşlere yer verilmiştir: "Basın kuruluşlarının "tiraj" yükseltmek amacıyla zaman zaman gazete veya dergilere ek olarak okuyucularına bazı ürünler verdikleri hem ülkemiz, hem de başka ülkelerin uygulamalarından bilinmektedir. Burada önemli olan, söz konusu ek ürünlerin basının ana işlevinin önüne geçip geçmemesidir. Yakın zamana kadar ülkemizde okuyucuya verilen ek ürünlerin büyük ölçüde kültürel amaçlı olması, toplumda önemli bir sorun yaratmadığı gibi, basının işlevlerine de uygun düşüyordu. Ancak, son dönemde basın kuruluşlarınca tiraj arttırmak amacıyla, günlük tüketim maddelerinden başlatılan ve giderek televizyonlara, çamaşır makinelerine kadar ulaşan ek ürün kampanyaları, adeta "promosyon savaşları"na dönüşmüştür. Taahhüt edilen ürünlerin tüketiciye tesliminde bir aksaklık olmasa bile, basın kuruluşlarının bu tür kampanyalarından dolayı, hem yarattığı haksız rekabet nedeniyle söz konusu ürünleri üreten sanayicimiz ve ilgili ticaret erbabımız, hem kalite düşüklüğü nedeniyle tüketicilerimiz zarar görmeye devam edecektir. Burada, verilen ürünlerin ücretsiz olması nedeniyle okurun zarar görmeyeceği şeklinde ileri sürülebilecek tezin, kampanya süresince bazı gazete fiyatlarında görülen ekonomik gereklerin üzerindeki artışlar dikkate alındığında geçerliliği kalmamaktadır.

Bütün bunların ötesinde bu tür kampanyalar, halkın haber almada ana kaynaklarından biri olan yazılı basın kuruluşlarımızı bu işlevinden uzaklaştırmakta ve onları adeta mutfak eşyaları ve diğer dayanıklı tüketim malları pazarlayıcısı konumuna düşürmektedir. Bu durum, ticaret serbestisi ya da rekabet özgürlüğü açılarından savunulamaz. Anayasamızın 28. maddesinde, "önceden izin alınmaksızın ve malî teminat yatırılmaksızın" şeklinde güvence altına alınmış olan özgürlük, mutfak eşyaları pazarlamacılığı değil, basın özgürlüğünün kendisidir. Rekabet özgürlüğü açısından da durum benzerdir. Basında rekabetin esası, daha doğru ve daha hızlı haber verme alanında yapılacak rekabettir. "Promosyon Savaşları" olarak da adlandırılan bu kampanyaların amacı, basında sağlıklı bir rekabet ortamı yaratmak değil, güçsüz olan rakibi çökertmektir. Bu savaşların sonucunda bazılarının yenilerek piyasadan çekilmesi halinde, bu piyasada zaten mevcut olan tekelci yapı daha da güçlenmiş olacaktır".

Yasa'nın 11. maddesinde, süreli yayınlar düzenlenmektedir. Maddenin birinci ve ikinci fıkralarında süreli yayınlara abone olan tüketicilerle ilgili kurallara yer verilmiş, 15.1.1997 günlü, 4226 sayılı Yasa ile de 11. maddeye üçüncü ve dördüncü fıkralar eklenmiştir. İtiraz konusu üçüncü fıkrada, "Süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, bilet, kupon, iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yollarla süreli yayın dışında ikinci bir ürün verilmesinin taahhüt edildiği kampanyalarda; kitap, dergi, ansiklopedi, afiş, bayrak, poster, sözlü veya görüntülü manyetik bant veya optik disk gibi süreli yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ya da hizmetin taahhüdü ve dağıtımı yapılamaz. Her halukârda bu mal veya hizmetin piyasa değeri, tüketicinin ilgili kampanya süresince süreli yayını satın almak için ödediği toplam bedelin % 50'sini

aşamaz ve bu şekildeki kampanyaların süresi 60 günü geçemez. Kampanya konusu mal veya hizmet bedelinin bir bölümünün tüketici tarafından karşılanması, bu mal veya hizmetin ikinci ürün sayılmasına engel değildir" denilmektedir.

Türk Ticaret Yasası'nın 12. maddesinin beşinci bendine göre, "gazetecilik"le uğraşmak üzere kurulan müesseseler ticarethane sayılmaktadır. Ancak, basın kuruluşları, sadece ekonomik amaçlı işletmeler değil, doğru haber verme, insan hakları, demokrasinin işlerlik kazanması, yönetimin denetlenmesi ve saydamlığının sağlanması gibi konularda da etkinlik gösteren kuruluşlardır.

Serbest piyasa ekonomisi kurallarına uygun olarak süreli yayın kuruluşları tirajlarını ve buna bağlı olarak da satışlarını artırabilmek için ikinci ürün kampanyaları düzenlemektedir. Bu, kuşkusuz reklam ve propagandanın önemli araçlarından birisidir. Ancak, süreli yayınlarda bir araç olması gereken ikinci ürünün, amaç haline getirilip gazetenin yerini alması, "okur-gazete" ilişkisini, "üretici-tüketici" ilişkisine dönüştürmektedir. Böylece süreli yayın kuruluşları, yasal yönden kendilerine sağlanan ayrıcalıklardan da yararlanarak, ticarî faaliyetleriyle haksız rekabete yol açacak bir ortam yaratılmasına neden olmaktadır.

11. maddenin üçüncü fıkrasında yer alan, süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, süreli yayının dışında ikinci bir ürün verilmesinin taahhüt edildiği kampanyalarda, yasalarda belirlenen ve süreli yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ve hizmetin dağıtımının yapılamayacağına ilişkin kuralın, tüketicinin çıkarlarını korumak amacıyla konulduğu anlaşılmaktadır. Yasakoyucunun kamu yararı ve düzeni ile ülke ekonomisini gözönünde bulundurarak tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı düzenleyici tedbirleri alması, Anayasa'nın 172. maddesinin gereğidir.

İptal isteminin reddi gerekir.

2- Anayasa'nın 48. ve 13. Maddeleri Yönünden İnceleme

Mahkeme'nin başvurusunda, Türk Ticaret Yasası'na göre gazeteciliğin ticarethane (özel teşebbüs) sayıldığı; Anayasa'nın 48. maddesinin birinci fıkrasında çalışma ve sözleşme özgürlüğüne yer verildiği, ayrıca özel teşebbüs kurmanın serbest olduğunun belirtildiği; ikinci fıkrasında da, Devletin özel teşebbüsün devamı ve çalışmasını sağlayacak koruyucu ve denetleyici tedbirleri alacağının kurala bağlandığı; ancak, bunun Anayasa'nın 13. maddesindeki sınırlama sebeplerinin dışına çıkılmadan yapılmasının gerektiği; oysa 4077 sayılı Yasa'nın 11. maddesine eklenen üçüncü fıkra ile, süreli yayınlarda kültürel ürünler dışında promosyonun tümünden yasaklandığı; bunun da Anayasa'nın 48. ve 13. maddelerine aykırılık oluşturduğu ileri sürülmüştür.

Anayasa'nın 48. maddesinde düzenlenen "Çalışma ve Sözleşme Özgürlüğü", Anayasa'nın "Temel Haklar ve Ödevler" başlıklı ikinci kısmının "Sosyal ve Ekonomik Haklar ve Ödevler" bölümünde yer almaktadır. Buna göre, "Herkes dilediği alanda çalışma ve sözleşme hürriyetine sahiptir. Özel teşebbüsler kurmak serbesttir.

Devlet, özel teşebbüslerin millî ekonominin gereklerine ve sosyal amaçlara uygun yürümesini, güvenlik ve kararlılık içinde çalışmasını sağlayacak tedbirleri alır."

Anayasa'nın 13. maddesinde ise, "Temel hak ve hürriyetler, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün, millî egemenliğin, Cumhuriyetin, millî güvenliğin, kamu düzeninin,

genel asayişin, kamu yararının, genel ahlâkın ve genel sağlığın korunması amacı ile ve ayrıca Anayasanın ilgili maddelerinde öngörülen özel sebeplerle, Anayasanın sözüne ve ruhuna uygun olarak kanunla sınırlanabilir.

Temel hak ve hürriyetlerle ilgili genel ve özel sınırlamalar demokratik toplum düzeninin gereklerine aykırı olamaz ve öngörüldükleri amaç dışında kullanılamaz.

Bu maddede yer alan genel sınırlama sebepleri temel hak ve hürriyetlerin tümü için geçerlidir" denilmektedir. Buna göre Yasakoyucu, Anayasa'nın 48. maddesinde öngörülen, çalışma ve sözleşme özgürlüğünü, 13. maddedeki nedenlerle sınırlandırılabilir.

4077 sayılı Yasa'nın 11. maddesine 4226 sayılı Yasa'nın 1. maddesi ile eklenen üçüncü fıkra, "sürelî yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, bilet, kupon, iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yollarla sürelî yayın dışında ikinci bir ürün verilmesinin taahhüt edildiği kampanyalarda; kitap, dergi, ansiklopedi, afiş, bayrak, poster, sözlü veya görüntülü manyetik bant veya optik disk gibi sürelî yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ya da hizmetin taahhüdü ve dağıtımı yapılamaz..." denilmiş; aynı Yasa'nın 25. maddesinin beşinci fıkrasında da, "11. maddenin üçüncü ve dördüncü fıkralarına aykırı hareket edenler hakkında 500.000.000 lira para cezası uygulanır. Aykırılık ülke düzeyinde yayın yapan sürelî yayın ile gerçekleşmişse cezanın 20 katı uygulanır. Bakanlık, ayrıca sürelî yayın kuruluşundan kampanyanın ve kampanyaya ilişkin her türlü reklam ve ilanın durdurulmasını ister. Bu isteğe rağmen aykırılığın devamı halinde, reklam ve ilanın durdurma zorunluluğunun doğduğu tarihten itibaren her sayı için 1.000.000.000 lira para cezası uygulanır ve Bakanlık kampanyanın ve kampanyaya ilişkin her türlü reklam ve ilanın durdurulması talebi ile tüketici mahkemesine başvurur" kuralına yer verilmiştir.

Anayasal sınırlamalar içerisinde kalmak koşuluyla, sürelî yayın kuruluşlarınca hangi ürünlerin ikinci ürün olarak okuyucuya verilebileceğinin, hangi ürünlerin bu kapsam dışında tutulacağına belirlenmesi yasakoyucunun takdir alanındadır.

11. maddenin dava konusu üçüncü fıkrasında kamu yararı gözetilerek kültürel amaçlı ürünler dışındaki ek ürünler, buna ilişkin kampanyalar ve ilanlar yasaklanmış, kampanyanın ve kampanyaya ilişkin ilan ve reklamların durdurulmasının da ancak tüketici mahkemelerinden istenebileceği kurala bağlanmıştır. Bu kuralla, çalışma ve sözleşme özgürlüğünün kullanılması açıkça ya da örtülü biçimde yasaklanmamış, kamu yararı gözetilerek kültürel amaçlı ek ürünler dışındaki ürünlere ve bunlarla ilgili kampanyalarla, ilanlara sınırlamalar getirilmiştir.

Kamu yararı ve kamu düzeni amacıyla getirilen ve demokratik toplum düzeninin gereklerine de aykırı olmayan bu sınırlamaların, Anayasa'nın 48. ve 13. maddelerine aykırılık oluşturmadığı sonucuna varılmıştır.

İptal isteminin reddi gerekir.

3- Anayasa'nın 29. Maddesi Yönünden İnceleme

Mahkeme, 11. maddenin üçüncü fıkrasının, Anayasa'nın 29. maddesindeki "haberlerin serbestçe yayımını engelleyen malî şartlar konulamaz" kuralına aykırılık oluşturduğunu ileri sürmüştür.

Anayasa'nın "sürelî ve süresiz yayın hakkı" başlıklı 29. maddesinin üçüncü fıkrasında, "Sürelî yayınların çıkarılması, yayım şartları, malî kaynakları ve gazetecilik mesleği ile ilgili esaslar kanunla düzenlenir. Kanun, haber, düşünce ve kanaatlerin serbestçe yayımlanmasını engelleyici veya zorlaştırmacı siyasal, ekonomik, malî ve teknik şartlar koyamaz" kuralına yer verilmiştir.

11. maddenin üçüncü fıkrasında, sürelî yayın kuruluşlarının ikinci ürün olarak verilmesini taahhüt edebilecekleri ve dağıtımını yapabilecekleri mal ya da hizmetlerin içeriği belirlenmiş ve bu ek edimin kimi kültürel ürünlerle sınırlı olacağı belirtilmiştir. Kamu yararı ve kamu düzeni gerekleri de düşünülerek tüketiciyi koruma amacıyla yapılan bu yasal düzenlemede, yayın kuruluşlarının, düşünce ve kanaatleri serbestçe yayımlaması özgürlüğünü engelleyici veya bunların kullanılmalarını zorlaştırmacı siyasal, ekonomik, malî ve teknik koşullar bulunmamaktadır.

Bu nedenlerle, sürelî yayın kuruluşlarının okuyucularına vermeyi taahhüt edebilecekleri ve dağıtımını yapabilecekleri ikinci ürünlerle ilgili dava konusu kuralda, Anayasa'nın "sürelî ve süresiz yayın hakkı"na ilişkin 29. maddesine aykırılık bulunmamaktadır.

İptal isteminin reddi gerekir.

4- Anayasa'nın 10. Maddesi Yönünden İnceleme

İtiraz yoluna başvuran Mahkeme, sürelî yayınlar konusunda üçüncü fıkrayla yapılan düzenlemede, süresiz yayınlar (kitap, fasikül halinde yayınlanan ansiklopedi), sözel yayınlar (radyo) ve görsel yayınlar (televizyon) için herhangi bir yasak getirilmediğini, bu şekildeki bir düzenlemenin Anayasa'nın 10. maddesine aykırılık oluşturduğunu ileri sürmüştür.

Eşitlik ilkesinin kurala bağlandığı Anayasa'nın 10. maddesinde, "Herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir.

Hiçbir kişiye, aileye, zümreye veya sınıfa imtiyaz tanınamaz.

Devlet organları ve idare makamları bütün işlemlerinde kanun önünde eşitlik ilkesine uygun olarak hareket etmek zorundadırlar" denilmektedir.

Anayasa'nın 10. maddesinde kurala bağlanan eşitlik, herkesin her yönden aynı kurallara, yani aynı haklara ve yükümlülüklerle bağlı olacağı anlamına gelmez. Bu maddedeki eşitlik eylemli değil, hukuksal eşitliktir. Bu nedenle, mutlak anlamda bir eşitlik söz konusu değildir. Yasaların uygulanmasında dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasal düşünce, felsefî inanç, din ve mezhep ayırımı gözetilemez. Eşitlik ilkesi bu tür bir ayrımcılığı önler. Çünkü, eşitlik ilkesinden amaç, aynı koşullar içinde bulunan özdeş nitelikteki durumların, yasalarca aynı işleme bağlı tutulmasını sağlamaktır. Yani, eşitler arasında eşitliğin sağlanmasıdır. Kişisel nitelikleri ve durumları özdeş olanlar arasında, yasalara konulan kurallarla değişik uygulamalara neden olunamaz. Ancak, durum ve konumlarındaki özellikler, kimi kişi ya da topluluklar için değişik kuralları ve uygulamaları gerekli kılabilir. Kimi kişilerin ya da kuruluşların durumlarındaki özellikler ve ayrıcalıklar dolayısıyla başka kurallara bağlı tutulmasında, eşitsizlikten söz edilemez. Farklılıkların doğurduğu zorunluluklara, kamu yararına ya da başka bir haklı nedene dayanılarak yasalarla değişik uygulamalar getirilmesi durumunda, Anayasa'nın eşitlik ilkesinin çiğnendiği sonucu çıkarılamaz.

Anayasa'nın 29. maddesinin birinci fıkrasında, "sürelî ve süresiz yayın önceden izin alma ve malî teminat yatırma şartına bağlanamaz" denilmiştir; ikinci, üçüncü ve dördüncü fıkralarında sadece sürelî yayınlara yer verilmiş ve sürelî yayınlarla ilgili kurallar getirilmiştir. Böylece, Anayasa'da sürelî ve süresiz yayınlar aynı başlık altında toplanmakla birlikte, sürelî yayınlara ilişkin koşullar ayrıca belirlenerek süresiz yayınlardan farklı kurallara bağlı tutulmuş, "sürelî yayınların çıkarılması, yayın şartları ve malî kaynaklar ve gazetecilik mesleği ile ilgili esaslar kanunla düzenlenir" denilmiştir. Bu durumda sürelî ve süresiz yayınlar aynı özellikleri taşımadıklarından, eşitlik ilkesi yönünden karşılaştırılmalarına olanak bulunmamaktadır.

Açıklanan nedenlerle, dava konusu kural Anayasa'nın 10. maddesine aykırı değildir.

İptal isteminin reddi gerekir.

VI- SONUÇ

23.2.1995 günlü, 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un 11. maddesine 4226 sayılı Yasa ile eklenen üçüncü fıkranın sınırlama kararı uyarınca incelenen birinci tümcesinin Anayasa'ya aykırı olmadığına ve itirazın REDDİNE, 29.9.1998 gününde OYBİRLİĞİYLE karar verildi.

Başkan	Başkanvekili	Üye
Ahmet Necdet SEZER	Samia AKBULUT	Haşim KILIÇ
Üye	Üye	Üye
Yalçın ACARGÜN	Mustafa BUMİN	Sacit ADALI
Üye	Üye	Üye
Ali HÜNER	Lütfi F. TUNCEL	Fulya KANTARCIOĞLU
Üye		Üye
Mahir Can ILICAK		Rüştü SÖNMEZ