

Video Oyunlarında Kullanılan Mikro Ödeme Yöntemlerinin Haksız Rekabet ve Tüketici Hukuku Açısından Değerlendirilmesi

Evaluation of Micro Transactions Methods Used in Games in Terms of Unfair Competition and Consumer Protection Law

Tayfun Türe 

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi,
Doktora Öğrencisi
tayfunoztas@gmail.com



Geliş Tarihi/Received: 02.09.2024
Kabul Tarihi/Accepted: 18.10.2024
Yayınlanma Tarihi/ Available Online:
30.10.2024

Öz: Oyun sektörünün gelişmesiyle birlikte, oyunlarda farklı ödeme yöntemleri kullanılmaya başlanmıştır. Son zamanlarda kullanılmaya başlanan mikro ödeme yöntemleri tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Konuyla ilgili olarak, bazı ülkelerde çeşitli değerlendirmeler yapılmaya başlanmıştır. Bu değerlendirmeler genellikle mikro ödeme yöntemlerinin kumar ve bahisle ilgisi olup olmadığı noktasında toplanmaktadır. Ancak, konunun sadece bu açıdan incelenmesi yeterli değildir. Mikro ödeme yöntemlerinin aldatıcı ve saldırgan şekilde sunulması oyuncuların ekonomik refahını ve rekabeti bozucu etkiler doğurabilir. Çalışmada, oyuncuların karşılaşabileceği bu tür tehlikelere yönelik hangi hukuki haklarının olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, öncelikle video oyunlarının hukuki niteliği ve kapsamı incelenmiştir. Daha sonra, mikro ödeme yöntemleriyle ilgili karşılaşılabilecek hukuki sorunlara yönelik olarak, Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun hükümleri ve Türk Ticaret Kanunu hükümlerinden ne ölçüde yararlanılabileceği değerlendirilmiştir. Ayrıca, yeri geldiği ölçüde yabancı hukuk sistemlerindeki düzenlemeler ve çalışmalarda incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mikro Ödeme Yöntemleri, Video Oyunları, Haksız Rekabet, Haksız Ticari Uygulama, Saldırgan Satış Yöntemleri

Abstract: The development of the gaming industry has led to the use of different payment methods in games. Micro-payment methods, which have been used recently, have also brought discussions. Various evaluations have started to be made in some countries on the subject. These evaluations are generally centred on whether micro payment methods are related to gambling and betting. However, it is not sufficient to analyse the issue only from this perspective. Deceptive and aggressive offering of micropayment methods may have detrimental effects on players' economic welfare and competition. In this study, the legal rights of players against such dangers are evaluated. In this context, firstly, the legal nature and scope of video games are analysed. Then, the extent to which the provisions of the Law on the Protection of Consumers and the Turkish Commercial Code can be utilised for the legal problems that may be encountered with micro payment methods is evaluated. In addition, the regulations and studies in foreign legal systems have been examined to the extent appropriate.

Keywords: Micro Transaction, Video Games, Unfair Competition, Unfair Commercial Practices, Aggressive Commercial Practices

Extended Abstract

The game industry has attracted attention with its rapid growth and increasing investments in recent years. This development has led game producers to seek maximum profit from a game. For this purpose, various marketing strategies and revenue models have started to be integrated into games. The most common among these methods is the so-called 'micro-payment' systems. The most popular example of micro-payments is loot boxes. However, the widespread use of these applications has also raised concerns about consumer rights and protection.

The powerful position of game producers has the potential to lead to practices that exploit consumers. This is particularly important for vulnerable consumers and children. It is clear that these groups need

Cite as (ISNAD): Türe, Tayfun. "Video Oyunlarında Kullanılan Mikro Ödeme Yöntemlerinin Haksız Rekabet ve Tüketici Hukuku Açısından Değerlendirilmesi". *Sakarya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12(2) (2024), 935-963. <https://doi.org/10.56701/shd.1542034>

more protection. At this point, the question of how the weak consumer should be protected comes to the fore. In order to find a solution to this problem, many countries around the world are carrying out studies on the subject.

The European Union has enacted Directive 2005/29/EC in order to find a solution to this problem. In Turkey, in line with this Directive, Article 62 of the Law on the Protection of Consumers (TKHK) and the Unfair Commercial Practices Regulation (HTUY) have been put into practice. These regulations aim to provide protection to weak players. Furthermore, the unfair competition provisions regulated under Article 54 of the Turkish Commercial Code (TCC) also support this protection.

Micro-payment methods involving deceptive and offensive practices, which are considered as unfair commercial practices, are prohibited. Deceptive acts and deceptive omissions are prohibited under both the EU Directive and the TFEU. For example, although a game is offered free of charge, the fact that its gameplay depends on micro-payments is considered a deceptive practice. Similarly, in-game currencies should not mislead the consumer.

The risky nature and gambling-like characteristics of loot boxes require that they should not be used in a misleading and deceptive manner. Although loot boxes are considered as gambling and betting in some countries, this is not the case in Turkey. However, these practices are considered as unfair commercial practices.

Another important issue is that micro-payment methods constitute offensive commercial practices. Coercion, harassment or undue influence are defined as offensive commercial practices under both the EU Directive and the HTUY. Examples of micropayment methods in games that can be considered as offensive commercial practices are as follows: Creating the perception of critical time, Using offensive expressions, Making it impossible to progress in the game without spending, etc. However, these practices should be evaluated separately in each concrete case. Instead of applying a general prohibition, it would be more appropriate to conduct an impact-based examination that takes into account the characteristics of each micropayment method.

Unfair competition provisions are another legal mechanism to protect players. These provisions provide a broader protection compared to unfair commercial practices. Players who cannot benefit from the protection of the TPL may apply to the unfair competition provisions regulated under Article 54 and following of the TCC, if they meet the necessary conditions. However, in the event that both unfair commercial practice and unfair competition provisions are in question in the same case, the provisions of the TCC should be applied in priority since they are special provisions.

Micropayment practices in the gaming industry pose significant problems in terms of consumer rights and protection. Legal arrangements have been made both at national and international level to solve these problems. However, the rapid development of technology and the gaming industry requires these regulations to be constantly reviewed and updated. For this reason, it is more appropriate to make an evaluation by taking into account the characteristics of each concrete case rather than a stable regulation.

In the future, micro-payment practices in the gaming industry are likely to be more strictly supervised and regulated. In particular, additional measures may need to be taken to protect vulnerable groups such as children and young people. It is also important to clarify the legal status of applications with gambling-like features, such as loot boxes.

Game developers and publishers should be incentivised to design micropayment systems that respect consumer rights and comply with ethical standards. This will both ensure the sustainable growth of the industry and increase consumer confidence.

In conclusion, the issue of micropayments and consumer protection in the gaming industry is a complex issue involving law, ethics and economics. Future research and legal regulations on this issue will be of great importance in terms of protecting consumer rights in the digital age and creating a fair gaming ecosystem. This will serve to protect both the gaming industry and the players.

Giriş

Teknolojideki gelişmeler, günlük hayatımızdaki rutinleri değiştirmiştir. Akıllı cihazların hayatımızdaki rolü giderek artmakta, bizi onları her aşamada kullanmaya yönlendirmektedir. Özellikle bilgisayar, Playstation, Xbox gibi konsollar ve akıllı telefonlar boş zamanlarımızda video oyunu oynadığımız bir platforma dönüşmüştür. Ortaya çıkan bu devasa pazar karşısında oyunlarda yeni birçok para kazanma yöntemi denenmeye başlanmıştır. Bu yöntemlere uygulamada mikro ödeme yöntemleri ismi verilmektedir. Mikro ödeme yöntemlerinden bazılarının olumlu sonuçları varken, bazıları ise tüketici üzerinde olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Mikro ödeme yöntemlerinin olumsuz sonuçlarıyla mücadele etmek hem oyuncuların hem de oyun pazarının korunması açısından önemlidir. Olumsuz sonuçların giderilmesi için oyuncuların sahip oldukları hukuki imkanların değerlendirilmesi gerekir.

Konuyu net bir şekilde ortaya koyabilmek için çalışmada önce video oyunları kavramı sınırları ve hukuki niteliği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede net bir şekilde ortaya konulduktan sonra günümüzde en sık kullanılan oyun içi mikro ödeme yöntemleri sıralanmıştır. Bu yöntemler başlıca oyun içi paralar, oyun içi öğeler, DLC'ler, "pay-to-win" modeli, kara dizayn (*dark pattern*) ve ganimet kutularıdır (*loot boxes*). Ganimet kutularının özündeki şansa dayalı yapısı nedeniyle kumar ve bahisle yakın ilişki içinde olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenle, bazı ülkelerde ganimet kutuları kumar olarak kabul edilip yasaklanmıştır. Ülkemizde ganimet kutularının kumar olarak değerlendirilemeyeceği görüşü baskındır. Fakat, oyun yapımcıları tarafından kullanılan sömürücü ve aldatıcı para kazanma yöntemlerine karşı oyuncular korunmalıdır. Özellikle, çocukların ve savunmasız grupların bu tür yöntemlere karşı daha çok korunması gerekir. Bu koruma ise oyun sektörünün özü olan inovasyonu ortadan kaldırmamalı, oyun sektöründeki tüm katılanlar açısından bir denge sağlamalıdır. Dengenin sağlanması açısından Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK) ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği (HTUY) ve Türk Ticaret Kanunu (TTK) yol göstericidir. Anılan kanunların getirdiği korumalar karşısında oyuncular, güçlü konumda olan oyun yapımcılarına karşı bir koruma elde etmektedir. Bu korumaların kapsamı incelendikten sonra çalışmamızda, korumanın yeterli olup olmadığı değerlendirilmiştir.

I. Genel Olarak Video Oyunları ve Oyunlarda Kullanılan Oyun İçi Mikro Ödeme Yöntemleri

A. Video oyunları kavramı, kapsamı ve hukuki niteliği

Günümüzde oyunlar mobil oyun, bilgisayar oyunu, konsol oyunu gibi farklı kavramlarla ifade edilmektedir. Bu kavramlar oynandığı bilgisayar, oyun konsolu ya da akıllı telefon platformlarından ismini alır. Video oyunu kavramı ise mobil oyunlar, bilgisayar oyunları ve konsol oyunlarını da kapsayan üst kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır¹. Doktrinde *Uysal*² ise bilgisayar oyunu kavramının

¹ Muhammed Afif Kaya, *Video Oyunlarının Fikir ve Sanat Eserleri Hukukunda Korunması* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018), 3; Elanur Karimov, "Bilgisayar (Video) Oyunlarının Fikir ve Sanat Eserleri Kapsamında Korunmasında Uygun Eser Kategorisi Sorunu", *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi* 7/1 (Haziran 2021), 95.

² Emin Hamdi Uysal, *Fikri Mülkiyet Hukukunda Bilgisayar Oyunlarının Korunması* (Ankara: Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 4. Bu görüş, *Playstation, Xbox* gibi oyun konsollarının ve hatta akıllı telefonların özünde bir bilgisayar olduğunu ve bu nedenle tüm bunların genel olarak bilgisayar oyunu olarak kabul edilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

kullanılması gerektiğini düşünmektedir³. Uygulamada ise daha çok video oyunu teriminin tercih edildiği görülmektedir⁴.

Video oyunları kavramı ve bu kavramın sınırları çalışmamız açısından önemlidir. Bu kavrama yönelik doktrinde farklı tanımlar yapılmış olsa da⁵, tanımların ortak noktası bir kullanıcı arayüzü kullanması, oynanabilmesi için bir cihaza ihtiyaç duyması, interaktif (etkileşimli) bir yapıda olması ve nihayet görüntü ve ses öğelerinden oluşması şeklinde sayılabilir. Bu açıdan video oyunlarını kanımızca, “*Ses, görüntü ve bilgisayar kodlarından oluşan, oyuncuların gösterilen görsellerle bir etkileşime girdiği ve bu sayede oyunu yönlendirebildiği dijital eserler*” şeklinde tanımlamak mümkündür.

Video oyunları birçok farklı elementi bünyesinde barındırır. Genelde teknik unsurlar üzerine inşa edilmiş olsa da karakterler ve senaryoda bulunmakta, ses ya da ses efektleri ile teknik unsurlar desteklenmektedir⁶. Doktrinde⁷, bir video oyunundan bahsedebilmek için şu unsurların bulunması gerektiği belirtilmiştir; 1. Ses unsurları (müzik besteleri, ses kayıtları, ses, içe aktarılan ses efektleri, dahili ses efektleri), 2. Görsel unsurlar (fotoğraf görüntüleri, hareketli görüntüler, animasyon ve metin) ile son olarak 3. Bilgisayar kodları (oyun motorları, yardımcı kodlar, eklentiler ve yorumlar). Video oyunlarının bu denli farklı unsurları bünyesinde barındırması, oyunların hukuki anlamda bir eser olup olmadığı tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Hukuki anlamda eser kavramı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) m. 1/B’de düzenlenmiş olup “*Sahibinin hususiyetini taşıyan ve ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri olarak sayılan her nevi fikir ve sanat mahsullerini*” tanımlamaktadır⁸. Bu açıdan eser kavramı sınırlı sayıda olup, bunlar FSEK m.2’de düzenlenen *ilmi ve edebi eserler*, m. 3’te düzenlenen *musiki eserler*, m. 4’te düzenlenen *güzel sanat eserleri* ve son olarak m.5’te düzenlenen *sinema eserleridir*. Günümüzde sıkça tartışılan *multimedya eserler* ise tek başına eser olarak kabul

³ Aksi görüş için bkz. Selva Kaynak Koç - Mete Tevetoğlu, “Bilgisayar Oyunlarının Telif Hakkı Korumasından Yararlanması”, *Fikri ve Sınai Haklar Dergisi* 8/30 (Temmuz 2012), 57; Kaya, *Video Oyunları*, 4.

⁴ Konsol oyunları, bilgisayar oyunları ve mobil oyunların farkları ve avantajlı yönleri için bkz. David Greenspan vd., “Video Games and IP: A Global Perspective” (Erişim 25 Ağustos 2024).

⁵ Doktrinde Kaya, video oyunlarını “*Bilgisayar yahut diğer elektronik cihazlar üzerinde (Xbox, Playstation, Nintendo gibi konsollar veya telefonlar yahut PS Vita gibi el konsolları) oynamak amacıyla geliştirilmiş, oyun cihazına bağlı elektronik birtakım araçlar ve bir arayüz yardımıyla etkileşime girilen, etkileşim sonucunda hareketli görüntülerin ortaya çıktığı ve görsel imgelerin yansıtıldığı interaktif yapıdır*” şeklinde tanımlamıştır. (Kaya, *Video Oyunları*, 5); Kaynak Koç/Teveoğlu ise video oyunlarını, “*bir video cihazı ile görsel geri bildirim oluşturmak için kullanıcı arayüzleri ile etkileşimi içeren elektronik bir oyun*” şeklinde ifade etmektedir. (Kaynak Koç - Tevetoğlu, “Bilgisayar Oyunlarının Telif Hakkı”, 57); Crawford ise bilgisayar oyunlarını, “*pek çoğu canlandırılmış grafiklerle desteklenmiş, el göz koordinasyonuna dayanan pek çok türü olan oyunlar*” şeklinde ifade etmiştir (Chris Crawford, *The Art of Computer Game Design* (Berkeley, California: Osborne/McGraw-Hill, 1984), 3-4); Çelik ise “*Video oyunları; bilgisayar, telefon veya oyun konsolu gibi bir araçla oynanan, görsel nitelikleri olan ve oyuncuyla arasında interaktif bir ilişkinin söz konusu olduğu oyunlara verilen genel isimdir*” şeklinde bir tanımlama yapmıştır. (Emin Çelik, “Mobil Oyunların Fikri Mülkiyet Hukukunda Korunması”, *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 9/1 (31 Ocak 2023), 140); Uysal ise konuya ilişkin “*Bilgisayar oyunu, herhangi bir görüntü aktarım ortamı ile görsel geri bildirim çıkarmak için kullanıcı arayüzleri ile etkileşimi içerebilen, bilgisayar programı tarafından yönetilen ve böylece bilgisayar programının arka planda kaldığı fakat görüntü ve/veya ses olarak oluşan sonuçların görüntü aktarım ortamı ile ses iletim ortamı üzerinde biçimlendiği; eğlendirici, yetenek-zekâ-motor kabiliyet geliştirici, yer yer eğitici, iyi vakit geçirmeye yarayan etkileşimli eğlencelerdir.*” şeklinde bir tanımlama yapmıştır. (Uysal, *Oyun Koruması*, 24); Doğan/Özocak ise, “*oyuncunun elektronik bir sistem veya bilgisayarla kurduğu etkileşim neticesinde oluşan sonucun, ekran veya benzeri bir görüntü sistemi aracılığı ile gösterilmesidir*” şeklinde bir tanımdan hareket etmiştir. (Derya Doğan - Gürkan Özocak, “Dijital Oyunlar, Multimedya Yaratımlar ve Güncel Hukuki Problemler”, (Haziran 2013), 3); Son olarak Yetiş ise konuya yönelik olarak “*Video oyunu; oyuncuların bir video ekranındaki görüntüleri kontrol ettiği elektronik bir oyun*” olarak tanımlamaktadır. (Hakan Yetiş, *Video Oyunlarının Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku Kapsamında Değerlendirilmesi* (İzmir: İzmir Ekonomi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 1).

⁶ Karimov, “Uygun Eser Sorunu”, 95; Yetiş, *Video Oyunları*, 2.

⁷ Andy Ramos vd., *The Legal Status of Video Games: Comparative Analysis in National Approaches*. (İsviçre: World Intellectual Property Organization (WIPO), 2013), 8; Yetiş, *Video Oyunları*, 29; Doktrinde Kaya, bu unsura ek olarak interaktiflik unsurunun da mevcut olması gerektiğini ifade etmektedir. (Kaya, *Video Oyunları*, 9-17).

⁸ Fikri ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK), Resmi Gazete 7981. (05 Aralık 1951), Kanun No. 5846, m. 1/B.

edilmemektedir⁹. Multimedya eserlerinin unsurları incelenerek bir koruma sağlanmaktadır¹⁰. Bu durum karşısında video oyunları multimedya eser olarak hukuki koruma kapsamında değerlendirilmeyecek, oyunları oluşturan unsurlar açısından ayrı ayrı ele alınarak hukuki korumadan yararlanacaktır. Animasyon, görüntüler ve sesler sinema eseri olarak değerlendirilecekken, arka plandaki algoritmalar ve yazılımlar ise bilgisayar programı (FSEK m.2) olarak değerlendirilecektir¹¹.

B. Oyunlarda kullanılan oyun içi mikro ödeme yöntemleri

1. Genel olarak

Video oyunlarının geniş kitlelere ulaşması oyun şirketlerini sürdürülebilir ve daha fazla kazanç elde etme yoluna itmiştir. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan *Steam, Epic Games, Google Play, Apple Store* gibi platformlar da oyunların geniş kitlelere ulaşmasına aracılık etmiştir. Günümüzde yapılan bir çalışmada¹², ülkemizde 2022 yılında yaklaşık 44 milyon olan oyuncu sayısı, 2023 yılında 47 milyona ulaşmıştır. Bilgisayar, konsol ve mobil sektöründeki toplam harcamalar ise 580 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır¹³. Dünya genelinde ise 2023 yılında 2022 yılına göre %9,8 büyüme gösteren sektörün toplam hacmi 26,14 milyar dolar seviyelerindedir¹⁴. Bu devasa pazara internet aracılığıyla kolayca erişilmesi, oyunlardan daha fazla kar elde etmek isteyen oyun yapımcılarının mikro ödeme yöntemlerini kullanmasına neden olmuştur.

Mikro ödeme yöntemleri genel olarak, özellikle *freemium*¹⁵ oyun modellerinde karşımıza çıkan ve oyun içi para, ekstra oynama süresi, yeni seviyeler veya haritalar, kozmetik ürünler, oyun içi kilitli bir karakter gibi öğelerin gerçek para ya da oyun içi para kullanılarak satın alınmasını ifade eder¹⁶. Günümüzde, oyunlarda birçok farklı mikro ödeme yöntemi kullanılmaktadır. Bu ödeme yöntemlerine her geçen gün yenileri eklenmektedir. Bu hızlı inovasyon mikro ödeme yöntemlerinin sınırını her geçen gün genişletiyor olsa da bu yöntemlere yönelik olarak doktrinde bazı taksonomiler kullanılmaktadır¹⁷. Bizim de kabul ettiğimiz sınıflandırmaya göre mikro ödeme yöntemlerini oyunları, *i) Ganimet Kutuları*

⁹ Günümüzde multimedya eserleri kavramının eser kategorisinde değerlendirilmemesi birçok sorunu da beraberinden getirdiği yönünde bkz. Kaynak Koç - Tevetoğlu, "Bilgisayar Oyunlarının Telif Hakkı", 59; Multimedya eserleri kavramı ve hukuki niteliği hakkında ayrıca bkz. Doğan - Özocak, "Güncel Hukuki Problemler", 4; Kaya, *Video Oyunları*, 31-39; Enes Durmuş, *Bilgisayar Oyunlarının Türk Hukukunda Korunması* (İstanbul: İstanbul Şehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020), 40-42; Uysal, *Oyun Koruması*, 33-35; Yetiş, *Video Oyunları*, 90-93; Ramos vd., *The Legal Status of Video Games*, 10.

¹⁰ Rauf Karasu vd., *Fikri Mülkiyet Hukuku* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2023), 87.

¹¹ Karasu vd., *Fikri Mülkiyet Hukuku*, 99; Kaynak Koç - Tevetoğlu, "Bilgisayar Oyunlarının Telif Hakkı", 72; Doğan - Özocak, "Güncel Hukuki Problemler", 7-8; konunun mobil oyunlar açısından incelenmesi için bkz. Çelik, "Mobil Oyunlar", 140; birçok ülkede video oyunları farklı kategorilerde değerlendirilmektedir. Yabancı hukuk sistemleri incelendiğinde başlıca üç temel yaklaşım olduğu görülür, bunlardan ilki Arjantin, Kanada, Çin, İsrail, İtalya, Rusya Federasyonu, Singapur, İspanya gibi ülkelerin başı çektiği video oyunlarını bir bilgisayar programı olarak gören yaklaşımdır. Diğer temel yaklaşım ise , Belçika, Brezilya, Danimarka, Mısır, Fransa, Almanya gibi ülkelerin kabul ettiği video oyunlarının bir tek eser korumasından ziyade unsurlarına bağlı olarak çeşitli eser korumasından yararlandırıan görüştür. Buna göre edebi, sinema ya da işitsel görsel unsurlar ayrı ayrı değerlendirilmelidir. Son olarak Güney Kore gibi az bir grup ülkenin benimsediği görüş ise video oyunların görsel-işitsel eserler kategorisinde değerlendirilmesi gerektiğidir. (Ramos vd., *The Legal Status of Video Games*, 11).

¹² "Oyun Sektörü Raporu 2023" 115.

¹³ "Oyun Sektörü Raporu 2023", 115.

¹⁴ Jessica Clement, "Online Gaming", *Statista* (Erişim 25 Ağustos 2024).

¹⁵ "Freemium oyun" ifadesi aynı zamanda oynaması ücretsiz şeklinde de ifade edilmekte olup, oyunları indirmenin ve oynamanın ücretsiz olduğu, fakat bazı ek içeriklere ulaşmanın oyun içi satın alımlarla mümkün olduğu oyunları ifade eder. (Sally Gainsbury vd., "Who Pays to Play Freemium Games? The Profiles and Motivations of Players Who Make Purchases Within Social Casino Games", *Journal of Behavioral Addictions* 5/2 (Haziran 2016), 221).

¹⁶ Sebastian Schwiddeßen - Philipp Karius, "Watch Your Loot Boxes! – Recent Developments and Legal Assessment in Selected Key Jurisdictions from a Gambling Law Perspective", *Interactive Entertainment Law Review* 1/1 (Haziran 2018), 18.

¹⁷ Farklı sınıflandırmalar için bkz. Juho Hamari vd., "Why Do Players Buy In-Game Content? An Empirical Study on Concrete Purchase Motivations", *Computers in Human Behavior* 68 (Mart 2017), 540; Elena Petrovskaya - David Zendle, "Predatory Monetisation? A Categorisation of Unfair, Misleading and Aggressive Monetisation Techniques in Digital Games from the Player Perspective", *Journal of Business Ethics* 181/4 (Aralık 2022), 1069; Erin Gibson vd., "The Relationship between Videogame Micro-Transactions and Problem Gaming and Gambling: A Systematic Review", *Computers in Human Behavior* 131 (Haziran 2022), 2; Antonius J. Van Rooij vd., "Behavioral Design in Video Games: A Roadmap for Ethical and Responsible Games That Contribute to Long-Term Consumer Health and Well-Being", *Trimbos Institute, Eindhoven University of Technology & Leiden University for the Dutch Ministry of the Interior and Kingdom Relations* 2/2 (Haziran 2024), 9.

(Lootbox), ii) Oyun içi paralar (in-game currency), iii) Oyun içi öğeler (items), iv) Battle pass, battle season modeli, v) Oyun içi ek paketler (DLC) ve vi) Öde Kazan (Pay to win) – öde atla (pay to skip) şeklinde incelemek mümkündür¹⁸.

2. Ganimet kutuları (loot boxes)

Oyun içi mikro ödeme yöntemlerinden en çok karşımıza çıkan kanımızca ganimet kutularıdır. Ülkemizde ganimet kutuları şans paketleri şeklinde de adlandırılmaktadır¹⁹. Örneğin, eski ismi “FIFA” olan “EA Sports FC” oyununda ganimet kutuları kart paketleri şeklinde adlandırılmaktadır. Farklı isimlere sahip olsa da ganimet kutularının temel dinamiği oyun içi silah, binek, “skin” (kullanılan öğenin görselinin ve şeklinin değiştirilmesi), yeni oynanabilir karakterler, ek özellikler (skiller) ya da oyun içi para gibi temel öğeleri şansa dayalı olarak sunmasıdır²⁰. Bu açıdan ganimet kutularını “her ne isimle adlandırılmış olursa olsun arkasında rastgele bir algoritma ya da çark olan, oyun içi kozmetik ya da yeni oynanabilir öğeler gibi oyundaki temel dinamikleri bulunduran, içinde ne olduğunun yalnızca kutu açılınca öğrenilebileceği oyun içi dinamikler” şeklinde tanımlayabiliriz²¹.

Ganimet kutularının temel dinamiği sadece oyunlara özgü olmayıp bunlar daha önce futbol kartları, koleksiyon kartları gibi farklı şekillerde kullanılmaktaydı²². Doktrinde, şansa dayalı bu yaklaşımların kullanımının bazı tehlikeler barındırdığı ifade edilmektedir²³. Bu tehlikelerden ilki ganimet kutularında kullanılan şansa dayalı temel dinamik istediği öğeyi elde etmek isteyen oyuncunun fahiş harcamalar yapması riskidir. Diğer tehlike çocuklar ve savunmasız grupların bağımlılık riskidir. Son risk ise ganimet kutularının kumar ve şans oyunları ile olan yakın ilişkisidir. Ganimet oyunlarının kumar ve şans oyunu olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği; eğer değerlendirilebilirse lisanslamanın nasıl yapılacağı sorunu da söz konusudur. Konu hakkında öncelikle çözüme kavuşturulması gereken sorun ganimet kutularının kumar ve şans oyunu olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğidir. Eğer ganimet kutuları bu kapsamda değerlendirilirse oyun yapımcılarına yönelik cezai müeyyide tehdidi söz konusudur²⁴. Oynayanlar için ise hukuki anlamda bir kabahat söz konusu olup oyuncular Kabahatler Kanunu m. 34 hükümleri çerçevesinde para cezası ile karşılaşabileceklerdir. Bu açıdan, ganimet

¹⁸ Gibson vd., “Micro-Transactions and Gambling”, 2; Doktrinde Van Rooij vd. ise mikro ödeme yöntemlerini, “i) Öde oyna (Pay-to-Play), ii) Perakende/Kutulu satış(Retail/Box Revenue), iii) Abonelik ve oyun hizmet modeli (Subscription models, games as a service), ve son olarak iv) Oynaması ücretsiz oyunlar (Free-to-Play)”. Oynaması ücretsiz oyunlar ise kendi içinde “a) mikro ödemeler (microtransactions), b) Kazanmak için öde (Pay-to-win), c) Season pass modeli, d) Veriye dayalı model-Veri erişim modeli (Data-driven/data-for-access revenue models), e) Oyun içi video reklamlar (in-game video advertisements) ve son olarak f) oyun içi reklam ve ürün yerleştirme” modelleri şeklinde bir ayrıma da tabi tutmuştur. (Van Rooij vd., “Behavioral Design in Video Games”, 9); Öde oyna modeli ve perakende/kutulu satış modelleri ise oyunların oynanmasından önceki aşamayı ifade etmektedir. Bu modellerde oyuncuların, oyunu oynamak için mutlaka oyunu satın almış olmaları gerekir ve dolayısıyla oyun içi ödeme yapmazlar. Bu nedenle bu modeller, oyun içi ödeme konusunu inceleyen çalışmamız kapsamı dışında kalmaktadır.

¹⁹ Mahmut Enes Ağca, “Y ve Z Kuşağına Ait Oyuncuların Dijital Oyunlardaki Şans Paketlerine İlişkin (Loot Box) Değerlendirmelerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma: FIFA Ultimate Team Örneği”, *TRT Akademi* 7/16 (Eylül 2022), 1006; Serra Sezgin - Sarphan Uzunoglu, “Loot Box Ekonomisi ve Dijital Karaborsalar: Fifa Örneği”, *The Journal of Social Science* 6/11 (Şubat 2022), 125.

²⁰ Schwidessen - Karius, “Gambling”, 18.

²¹ Aynı yönde tanımlarlar için bkz. Schwidessen - Karius, “Gambling”, 18; Sworup Behuria, “Microtransactions as a Business Model in Video Gaming Industry: Its Comparison with Traditional Model and Effect on Other Industries”, *SSRN Electronic Journal*, (Nisan 2023), 13; Sezgin - Uzunoglu, “Loot Box Ekonomisi”, 130; Mark D. Griffiths, “Is The Buying of Loot Boxes in Video Games a Form of Gambling or Gaming?”, *Gaming Law Review* 22/1 (Şubat 2018), 52; Vladimir Kovšca vd., “The Impact of Microtransactions on the Development of Computer Game Business Models”, *EMC Review - Časopis Za Ekonomiju - APEIRON* 26/2 (Ekim 2023), 463; Ahmet Abut, “Haksız Ticari Uygulama Kavramı Perspektifinden ‘Loot Box’” (22 Ekim 2021).

²² Mete Tevetoglu, “Eski ama Eskimeyen Bir Tartışma ‘Loot Box’”, *Tevetoglu Legal* (Erişim 25 Ağustos 2024).

²³ Federal Trade Commission FTC, “FTC Video Game Loot Box Workshop”, (Ağustos 2020), 3-4; Abut, “Loot Box” (Erişim 25 Ağustos 2024); Sezgin - Uzunoglu, “Loot Box Ekonomisi”, 125.

²⁴ TCK madde 228’de kumar oynanması için yer ve imkân sağlama suçu düzenlenmiştir. Madde hükmü “(1) Kumar oynanması için yer ve imkân sağlayan kişi, bir yıldan üç yıla kadar hapis ve iki yüz günden aşağı olmamak üzere adli para cezası ile cezalandırılır. (3) Suçun bilişim sistemlerinin kullanılması suretiyle işlenmesi halinde üç yıldan beş yıla kadar hapis ve bin günden onbin güne kadar adli para cezasına hükmolünür.” şeklindedir. Kumar ve bahis hakkında detaylı bilgi için ayrıca bkz. Eren Erkin, *Türk Kumar, Bahis ve Şans Oyunları Mevzuatı* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022), 23 vd.

kutularının kumar ve şans oyunu olarak değerlendirilmesi hem oynayan hem de oynatanlar açısından bazı hukuki müeyyideleri beraberinde getirecektir.

Ganimet kutularının kumar ve şans oyunu olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği konusunda dünyada başlıca üç ana görüş mevcuttur²⁵. Bunlar, ganimet kutularının kumar olarak değerlendirilemeyeceği görüşü, ganimet kutularının kumar olduğu görüşü ile bu kutuların belli bir yaş sınırlamasına tabi olması gerektiği görüşüdür. Kabul edilen görüşe göre ganimet kutuları üzerinde farklı hukuki hükümler ve sonuçlar doğacaktır.

İlk görüşü kabul eden ülkelerin başında İngiltere gelmektedir. İngiltere Kumar Komisyonu (*UK Gambling Commission*) ganimet kutularının kumar olarak kabul edilemeyeceğini çünkü bu dinamiklerin oyun içi değer ifade ettiğini ve oyun dışında gerçek hayatta bir değerinin olmadığını belirtmiştir²⁶. Fakat, Komisyon bu ögelerin ya da ganimet kutularının para ya da parasal değerlerle oyun dışı bir pazar üzerinden takas edilebileceğini, bu durumda parasal değere sahip olduğunu böyle bir durumun ise İngiliz tüketicilere sunulması için mutlaka lisanslı şekilde yapılması gerektiğini ifade etmiştir²⁷. Danimarka, Finlandiya, Fransa ve İsveç’de benzer şekilde ganimet kutularını kumar olarak değerlendirmemektedir. Buna karşılık, bu ülkelerde sözleşmeler hukuku ve tüketicinin korunması hukuku çerçevesinde değerlendirme yapılmaktadır²⁸.

Oyunlarda kullanılan ganimet kutularının kumar olarak değerlendirilmesi gerektiğini görüşünü kabul eden başlıca ülkeler ise Avustralya, Belçika, Hollanda ve Amerika Birleşik Devletleri (Hawaii Eyaleti)’dir. Avustralya Victoria Eyaletinde yasadışı bahis hükümleri çerçevesinde değerlendirilen ganimet kutuları yasaklanmıştır²⁹. Belçika ise ganimet kutularının oyunlarda kullanılmasının bırakılması gerektiğini ifade etmiştir³⁰. Bu çerçevede, *Electronic Arts*, *Blizzard* ve *Valve*’den *CS: Go*, *Overwatch* ve *FIFA* gibi oyunlarda ganimet kutuları sistemlerinin kaldırılmasını aksi halde yasadışı bahis nedeniyle beş yıla kadar hapis ve 800 bin euro tazminat ödemesiyle karşı karşıya kalacakları bildirilmiştir³¹. Japonya Tüketici İşleri Ajansı (*The Consumer Affairs Agency in Japan (CAA)*) ise ganimet kutularının bir türü olan “*kompu gacha*” modeline odaklanmıştır. Model, belirli bir büyük ödüle erişebilmek için birden çok farklı ögenin toplanması sistemine dayanmaktadır³². CAA, konuyu “*Haksız Primlere ve Yanıltıcı Beyanlara Karşı Mücadele Yasası*” kapsamında ele almış ve yasaklamıştır³³.

Çin ve Güney Kore gibi ülkeler ise daha çok savunmasız grupların ve küçüklerin korunmasına odaklanmıştır. Bu durum ganimet kutularının kumar olup olmadığı değerlendirmesinden ziyade ganimet kutularının zararlı yönlerini sınırlamaya çalışmaktadır. Anılan ülkeler ganimet kutuları içindeki

²⁵ Dünya ganimet kutularına yönelik ülkelerin yaklaşımlarının tamamına ilişkin genel bir değerlendirme için bkz. Marco Josef Koeder vd., “*Lootboxes*” in *Digital Games - A Gamble with Consumers in Need of Regulation? An Evaluation Based on Learnings from Japan*, 22nd ITS Biennial Conference, Seoul 2018. Beyond the boundaries: Challenges for business, policy and society (International Telecommunications Society (ITS), 2018) (International Telecommunications Society (ITS), RePEc - Econpapers), 21.

²⁶ Griffiths, “*Gambling or Gaming*”, 53; Koeder vd., “*Lootboxes*” in *Digital Games*, 17; Schwidessen - Karius, “*Gambling*”, 24; Tevetoğlu, “*Eski ama Eskimeyen Bir Tartışma ‘Loot Box’*”; Abut, “*Loot Box*”.

²⁷ Koeder vd., “*Lootboxes*” in *Digital Games*, 7, 16 ve 19; Tevetoğlu, “*Eski ama Eskimeyen Bir Tartışma ‘Loot Box’*”; Alexander Mann, “*Pseudo-Gambling and Whaling: How Loot Boxes Pray on Vulnerable Populations and How to Curtail Future Predatory Behavior*”, *Washington Journal of Law, Technology & Arts* 15/3 (2020), 234; Schwidessen - Karius, “*Gambling*”, 23; detaylı bilgi için bkz. Daniel Cermak, “*Micro-Transactions, Massive Headaches: International Regulation of Video Game Loot Boxes*”, *Michigan State International Law Review* 273 (2020), 291-295.

²⁸ Annette Cerulli-Harms vd., *Loot Boxes in Online Games and Their Effect on Consumers, in Particular Young Consumers* (Luxembourg: Internal Market and Consumer Protection (IMCO), 16 Temmuz 2020), 36.

²⁹ Alex Walker, “*Victoria’s Gambling Regulator: Loot Boxes ‘Constitute Gambling’*”, *Kotaku Australia* (blog), 22 Kasım 2017.

³⁰ Koeder vd., “*Lootboxes*” in *Digital Games*, 16; Cermak, “*Micro Transaction*”, 283-291.

³¹ Koeder vd., “*Lootboxes*” in *Digital Games*, 17; aynı yönde Tevetoğlu, “*Eski ama Eskimeyen Bir Tartışma ‘Loot Box’*”.

³² Kiara Hildeman, “*Glorified Gambling: Moral and Legal Issues Within the Gacha Gaming Industry*”, *Washington Journal of Law, Technology & Arts*, (Ekim 2022); Cermak, “*Micro Transaction*”, 301.

³³ Koeder vd., “*Lootboxes*” in *Digital Games*, 15; Hildeman, “*Glorified Gambling: Moral and Legal Issues Within the Gacha Gaming Industry*”.

belirli bir ödülün kazanılma olasılığının açıklanmasını istemiştir³⁴. Somutlaştırmak gerekirse, ganimet kutuları içinde nadir bir ödül olan kılıç ögesinin kazanma olasılığı %1'den daha düşük olabilir. Bu durumun farkında olmayan oyuncular ise ödüle ulaşmak için çok ciddi harcamalar yapabilir. Fakat, ögelerin kazanma olasılıklarının gösterilmesi harcamaları azaltmamıştır. Çin hükümeti ise bu durumu önleyebilmek için günlük oynanabilir oyun sürelerini sınırlamış ve ganimet kutularına yapılacak aylık harcamalara bir kısıtlama getirmiştir³⁵. Ayrıca, Çin yayımcılardan doksan gün boyunca kazanma olasılıklarının kaydının tutulmasını istemiştir³⁶.

Konunun ülkemiz açısından nasıl değerlendirileceği de önemlidir. TCK kapsamında bir kumardan bahsedebilmek için iki şartın mevcut olması gerekir. Bunlardan ilki kazanç sağlama amacı, diğeri ise kar veya zararın şansa dayalı olmasıdır³⁷. Kazanç sağlama amacı maddi bir kazanç yöneldir; manevi kazanç sağlama amacı söz konusu ise kumarın varlığından söz edilememektedir³⁸. Ganimet kutularında kar veya zararın şansa dayalı olması unsuru mevcuttur. Asıl incelenmesi gereken ganimet kutularından kazanılan ödüllerin maddi bir kazanç olup olmadığıdır. İngiltere Kumar Komisyonu raporunda maddi kazanç sağlanıp sağlanmayacağı unsurunu oyun içi ögelerin oyun dışında paraya ya da parasal değere sahip unsurlara çevrilip çevrilmeyeceği noktasında değerlendirmiştir³⁹. Bu değerlendirme, ülkemiz açısından da uygulanabilir⁴⁰. Konuyu şans oyunları açısından değerlendiren bir görüş, ganimet kutularını "*Milli Piyango Mevzuatı ve Karşılığı Nakit Olmayan Çekilişler Hakkındaki Yönetmelik*" açısından da değerlendirmiş ve ganimet kutularının bu kapsamda değerlendirilmesinin güç görüldüğü sonucuna ulaşmıştır⁴¹. Bu görüşün dayanağı, yönetmelikte ilan edilen şartların mevcut olması halinde, katılan herkese ikramiye verilmesinin yönetmelik kapsamı dışında değerlendirilmesidir. Ganimet kutularında da böyle bir durum söz konusu olduğu için, ganimet kutularının yönetmelik kapsamı dışında olduğu ifade edilmiştir.⁴² Sonuç olarak, ülkemiz açısından ganimet kutularının paraya veya parasal değere dönüştürülme imkanı söz konusu değilse bunları kumar ve şans oyunu olarak değerlendirme imkanı bulunmamaktadır.

Ganimet kutularının kumar ve şans oyunu olarak değerlendirilmemesi, bazı riskler barındırdığı gerçeğini değiştirmemektedir. En başat tehlike, ganimet kutularının beraberinde getirdiği bağımlılık riskidir. Oyuncular arasında bazı nadir ögeler statü göstergesi olarak görülebilmektedir⁴³. Oyuncular bu ögeleri elde etmek amacıyla sürekli ve fahiş harcamalar yapabilir. Özellikle, "*kompu gacha*" gibi sistemler oyuncuları sürekli harcama yapmaya yöneltebilir. Bu model, kumar gibi bağımlılık yaratan bir yapıda olup, saldırgan ve sömürücü niteliği haizdir⁴⁴. Bu niteliği hem yetişkin oyuncular hem de savunmasız gruplar ve çocuklar açısından sorunlar doğurmaktadır.

3. Oyun içi paralar (*in-game currency*), oyun içi ögeler (*items*), battle pass ve dlc'ler

Oyun içi paralar mevcut oyun dünyasında bir değer ifade eden, kullanılmasıyla oyun içi ögeler alınabilen, fakat oyun dışında herhangi bir değeri olmayan oyun içi değişim araçlarını ifade eder. Uygulamaya bakıldığında *coin*, *altın*, *çip*, *berries*, *şeker*, *kredi puanı* gibi çeşitli isimlerin kullanıldığı

³⁴ Mann, "Loot Boxes and Vulnerable Population", 235; Cermak, "Micro Transaction", 296.

³⁵ Mann, "Loot Boxes and Vulnerable Population", 235; Ayrıca, Çin 16 yaş altındaki kişiler için ganimet kutularını yasaklamıştır. (Tevetoğlu, "Eski ama Eskimeyen Bir Tartışma 'Loot Box'").

³⁶ Koeder vd., "*Lootboxes*" in *Digital Games*, 16.

³⁷ Hakan Karakehya, "Kumar Oynanması İçin Yer ve İmkan Sağlama Suçu", *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi Prof.Dr. Nur Centel'e Armağan* 19/2 (Aralık 2013), 700; Beşir Babayiğit, "Kumar Oynama ve Kumar Oynanması İçin Yer ve İmkan Sağlama Fiilleri", *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi* 34 (Nisan 2018), 285.

³⁸ Karakehya, "Prof.Dr. Nur Centel'e Armağan", 701; Babayiğit, "Kumar Oynama", 286.

³⁹ Gambling Commission, *Virtual Currencies, Esports and Social Casino Gaming - Position Paper* (Birleşik Krallık: Gambling Commission, 2017), 5.

⁴⁰ Abut, "Loot Box".

⁴¹ Tevetoğlu, "Eski ama Eskimeyen Bir Tartışma 'Loot Box'".

⁴² Tevetoğlu, "Eski ama Eskimeyen Bir Tartışma 'Loot Box'".

⁴³ Schwidessen - Karius, "Gambling", 19.

⁴⁴ Hildeman, "Glorified Gambling: Moral and Legal Issues Within the Gacha Gaming Industry".

görülmektedir⁴⁵. Oyun içi paraların başlıca tehlikesi, tüketicinin harcadığı miktarın gerçek hayattaki karşılığının farkında olmamasıdır⁴⁶. Bunun dışında, oyunlarda birden farklı oyun içi paranın bulunması da söz konusu olabilir. Örneğin, gümüş parayla farklı oyun içi öğeler alınabilirken, altın para ile farklı oyun içi öğelerin alınabilmesi mümkündür. Böylesi bir durum oyuncularda kafa karışıklığına sebep olabilir ve gerçek işlemin değerini gizleyebilir⁴⁷. Dikkat edilmesi gereken diğer nokta ise oyun yapımcılarının kullandığı aldatıcı yöntemlerdir. Somutlaştırmak gerekirse, oyun içi satın alınabilecek en düşük miktar 200 altın olsun. Oyuncunun almak istediği öğe ise çoğu kez bu miktara çok yakın şekilde seçilmektedir. Satın alma işleminden sonra oyuncunun bakiyesinde bir miktar oyun içi öğe kalmakta, oyuncu bu miktarın israf olmaması için başka harcamalar yapmak zorunda kalmaktadır. Bu durum, oyun yapımcıları tarafından karı maksimize etmek amacıyla, oyuncuları harcama yapmaya teşvik edecek şekilde kurgulanmıştır⁴⁸.

Oyun içi öğeler ise oyun içi para ya da gerçek para ile satın alınabilen oyun içi mağaza ya da entegre platformlardan temin edilen, oyundaki karakterin görünüşünü değiştiren ya da oyun içi dinamiklerde oyuncuya ek avantajlar sağlayan sanal öğelerdir⁴⁹. Oyun içi öğeler günümüzde çoğu kez oyunun kendisinden daha fazla para kazandırmaktadır. Örneğin, 2010 yılında *World of Warcraft* oyununda 25 dolardan satılan bir at kozmetiği 3,5 milyon dolardan fazla gelir getirmiştir⁵⁰. *Crash Team Racing* oyununda ise daha hızlı gidebilmek için kullanılan öğeler 25 dolardan satılmıştır. Oyunculara ücretsiz şekilde sunulan *Fortnite* oyununda ise sadece görünümü değiştiren öğeler (*skinler*) 40 ila 60 dolardan satılmaktadır⁵¹. Oyun içi öğeler oyuncuların aşırı fiyatlar ve sömürücü uygulamalarla karşı karşıya kalmasına neden olabilir. Oyun yapımcılarının bunları aciliyet ve kaçırma korkusu uyandırmak amacıyla belirli saatler ve günler için satışa sunması da konu kapsamında karşımıza çıkabilecek sorunlarda bazılarıdır⁵². Bu ödeme yöntemlerinde oyuncular tam olarak ne aldıklarını bilmektedir. Oyuncuların yaptıkları ödemenin karşılığı bellidir. Bu yönüyle, oyun içi öğeler ve oyun içi paralar ganimet kutularından ayrılır⁵³. Oyun içi öğelerin toplu olarak satılması olarak ifade edilen *bundle* kavramı ise oyun içi öğelerin gerçek değerinin anlaşılmasını zorlaştırabilir⁵⁴. Oyuncular, bu durumda bir paket halinde birden çok ürünü satın almaktadır. Örneğin, bir silah kozmetiği, beş yüz oyun içi ve yetmiş silver coin dokuz yüz lira yerine üç yüz liradan satıldığı durumlarda bundle satış söz konusudur. Bu durumun olumsuz yönü, tüketicilerin paket içindeki bir öğeye ne kadar verdiğinin tam olarak tespit edilememesidir. Bu durum, bundle içinde yer alan öğelerin bazılarının değersiz gibi görülmesi illüzyonuna sebep olabilir.⁵⁵

Uygulamada battle pass olarak ifade edilen savaş bileti sistemi ise genellikle belirli bir zaman dilimini kapsayan (sezonlar) sürelerde, oyuncuların belirli etapları ve mücadeleleri tamamlayarak oyun içi öğeler kazandığı ya da bazı deneyim puanları kazandığı sistemleri ifade eder. DLC'ler ise oyunlara yeni seviyeler, karakterler ya da keşfedilebilir alanlar getiren oyun içi içerikleri ifade eder⁵⁶.

4. Oyunlarda kara tasarım (*dark pattern*) ve özellikle öde kazan (*pay-to-win*) modeli

Oyunlar bazen manipülatif şekilde dizayn edilebilir. Oyunlarda kullanılan yöntemler oyuncuları daha fazla para harcamaya sevk edebilir. Bu yöntem, *dark pattern* (kara tasarım, manipülatif dizayn) olarak

⁴⁵ Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 24.

⁴⁶ Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 24; Petrovskaya - Zendle, "Predatory Monetisation", 1072-1073.

⁴⁷ Petrovskaya - Zendle, "Predatory Monetisation", 1072.

⁴⁸ Petrovskaya - Zendle, "Predatory Monetisation", 1072-1073; Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 24.

⁴⁹ Gibson vd., "Micro-Transactions and Gambling", 2; Van Rooij vd., "Behavioral Design in Video Games", 17.

⁵⁰ Oli Welsh, "\$25 WOW Horse Makes Millions", *Eurogamer.Net* (22 Nisan 2010) (Erişim 25 Ağustos 2024).

⁵¹ Petrovskaya - Zendle, "Predatory Monetisation", 1074.

⁵² Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 24.

⁵³ Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 8; Sezgin - Uzunoğlu, "Loot Box Ekonomisi", 129.

⁵⁴ Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 24.

⁵⁵ Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 24.

⁵⁶ Gibson vd., "Micro-Transactions and Gambling", 2.

adlandırılmaktadır⁵⁷. Manipülatif dizaynlar, tüketiciyi istemediği halde satın almaya yönlendiren ya da yapmak istedikleri bir şeyi yapmalarını zorlaştıran kullanıcı arayüzleri olarak karşımıza çıkar. Uygulamada çok sık karşımıza çıkan örnekleri *öde atla modeli, öde eriş modeli ve öde kazan modelidir*⁵⁸.

Öde atla (*pay-to-skip*) modeli ile kullanıcılar erişmek istediği, fakat bekleme süresi olan bir ögeye erişim için para ödemek zorundadır. Modelde, oyuncular ya uzun süreler beklemeli ya da para vererek bu süreyi atlmalıdır⁵⁹. Böylece oyuncular, oyun içi karakterlerini ve seviyelerini çok hızlı şekilde geliştirebilmektedir⁶⁰. Örneğin, *Angry Birds* oyunundaki "*mighty eagle*" ögesi kullanıcıların zorlandıkları seviyeleri geçmelerini sağlamak ve bu sayede gelişmelerini kolaylaştırmaktadır. Oyuncu her kaybettiğinde bölümü geçmesi için ögenin alınması yönünde uyarılar çıkmaktadır⁶¹. *Clash of Clans* oyununda ise *dark elixir* adı verilen ögeyle bekleme zamanı atlanmaktadır. Baskı altında kalan veya oyunda çok zorlanan oyuncular, normal koşullarda almayacağı kararı almak durumunda kalabilir.

Öde kazan (*Pay-to-win*) modeli, oyundaki özelliklere ödeme yaparak daha kolay ulaşıldığı, bu sayede oyuncuların diğer oyunculara üstünlük sağladığı modeli ifade etmektedir. Bu durum, ek ödemelerle oyunun temel fiyatından daha fazla harcama yapmaya yönlendirebilir. Kaldı ki, bu ödemeler devasa boyutlara erişebilir ve oyunun temel fiyatını aşabilir⁶². Model, oyun yapımcıları tarafından öyle bir şekilde dizayn edilebilir ki oyuncuların ödeme yapmadan oyunda ilerlemesi mümkün olmayabilir.

Oyun içi rekabetin ön planda olduğu öde kazan modelinde ise oyuncular diğer oyuncularla rekabet edebilmek için mutlaka ödeme yapmak zorundadırlar. Oyunlarda kullanılan en yüksek puana ulaşanlar listesi (*high score*) gibi yöntemlerle oyuncuların kazandığı puanların diğer oyuncular tarafından görülmesi sağlanır. Yüksek puanlara ulaşmak isteyen oyuncunun mutlaka ödeme yapması gerekir. Böylece yüksek skorlara ulaşmak isteyen oyuncu sürekli bir ödeme yapma zorunluluğu hissedebilir⁶³.

Bazen oyuncular, oyunun ilk aşamalarında sürekli ödüllendirilmektedir. Bu sayede oyunda hızlı bir gelişim göstermekte ve ilerleme sağlamaktadır. Bu ödüllendirmeler, oyuncunun artık oyuna bağımlı/tutkun hale gelmeye başladığı durumlarda kesilmektedir. Oyuncu, böylesi bir durumda hayal kırıklığı yaşayabilir. Hatta oyun yapımcıları, oyuncuları daha zorlu bölümler, daha kısa can puanı vermek gibi cezalandırma yoluna başvurabilir. Bu durumda oyuncu mecburen harcama yapması gerektiğini düşünebilir ve almayacağı bir satın alma kararını almak zorunda hissedebilir⁶⁴.

II. Oyun İçi Ödeme Yöntemleri Karşısında Sağlanacak Hukuki Korumanın Sınırları

A. Haksız ticari uygulamalar ve haksız ticari uygulamaların görünüşleri

Tüketicilerin satıcı veya sağlayıcılara karşı güçsüz doğası ya da satıcı veya sağlayıcıların tüketicilere yönelik satış faaliyetlerinde aşırıya kaçması halinde tüketicilerin bu eylemlere karşı korunması gerekir. TKHK m. 62 hükmü, tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamaları yasaklamıştır⁶⁵. Bu uygulamaların

⁵⁷ José Pablo Zagal vd., "Dark Patterns in the Design of Games", *International Conference on Foundations of Digital Games*, 2013, 4.

⁵⁸ Zagal vd., "Dark Patterns in the Design of Games", 4; Van Rooij vd., "Behavioral Design in Video Games", 8.

⁵⁹ Van Rooij vd., "Behavioral Design in Video Games", 8; Doktrinde Shardelow, pay-to-win modelini iki kısımda değerlendirmiş ve bu modelleri zaman avantajı sağlayan modeller ile oyun içi ayrıcalık tanıyan modeller olarak ifade etmiştir. (Cole Sharledow, "Gamble-to-Win: Regulating Video Game Loot Boxes Under the FTC's Unfair and Deceptive Practices Doctrines", *J. Bus. & Tech. L.* 18/2 (2023), 336).

⁶⁰ Sharledow, "Gamble-to-Win: Regulating Video Game Loot Boxes Under the FTC's Unfair and Deceptive Practices Doctrines", 336.

⁶¹ Zagal vd., "Dark Patterns in the Design of Games", 4 Doktrinde "*grinding*" olarak ifade edilen bu yöntem Türkçeye "*dürtmek*" şeklinde çevrilebilir.

⁶² Zagal vd., "Dark Patterns in the Design of Games", 5.

⁶³ Zagal vd., "Dark Patterns in the Design of Games", 5.

⁶⁴ Van Rooij vd., "Behavioral Design in Video Games", 44.

⁶⁵ Rauf Karasu - Ayça Zorluoğlu Yılmaz, "Fahiş Fiyatın Sözleşmenin Geçerliliğine Etkisi", *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 27/4 (2023), 89; TKHK m. 62 hükmü "*Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini*

denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar da “*Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği (HTUY)*” ile düzenlenmektedir. (TKHK m. 62/4). Bu hükümler, Avrupa Birliğinin tüketicileri korumak için kabul ettiği 2005/29/AT Direktifinin (Direktif) hukukumuzda aktarılmış halidir. Getirilen bu hükümlerin temel amacı, tüketicilerin serbest iradeleriyle karar almalarını sağlamaktır⁶⁶. Serbest iradenin bozulması karar alma iradesini ortadan kaldırıp, rekabetin bozulmasına neden olur⁶⁷.

Ülkemizde, Avrupa Birliği hükümleriyle paralel şekilde haksız ticari uygulamalar yasaktır. Bunun sebebi, tüketicinin güçlü olan satıcı veya sağlayıcı karşısında korunabilmesi ve piyasadaki rekabetin doğru şekilde sağlanabilmesidir (TKHK m. 62/1). Haksız ticari uygulamaların ne olduğu ve bu uygulamaların şartları hem TKHK m. 62’de hem de HTUY m. 28’de gösterilmiştir. Bu unsurlar 2005/29/AT Direktifi ile aynıdır. Bu kapsamda, haksız ticari uygulamadan bahsedebilmek için mesleki özenin gereklerine uymaması ve ortalama tüketicinin ya da yönelmiş olduğu tüketici grubunun ortalama üyesine yönelik ekonomik davranışı önemli ölçüde bozmayı/bozma ihtimali olması unsurlarının bulunması gerekir⁶⁸. Aldatıcı ve saldırgan uygulamalar, haksızlığından kuşku duyulmaksızın re’sen haksız ticari uygulama olarak kabul edilmektedir⁶⁹. Bununla birlikte 2005/29/AT Direktifinde kara liste olarak adlandırılan bazı aldatıcı veya saldırgan yöntemler sayılmış; bunların her halükarda yasak olduğu kabul edilmiş, aksini ispat yolu kapatılmıştır⁷⁰.

Haksız ticari uygulamadan bahsedebilmek için ilk şart mesleki özen kurallarına aykırılıktır. Tacirler, tüketicilere yönelik ticari uygulamada bulunurken kötünietli davranmamalı aksine dürüst davranarak tüketicinin korunmasını sağlamalıdır. Tacirler, faaliyet gösterdikleri alanın gerektirdiği dikkat ve özeni göstermeli, basiretli bir tacirin tutumunu benimsemelidir⁷¹. Mesleki özen, tacirin ilgili faaliyeti içindeki tedbirli ve öngörülü bir tacirden beklenen özendir⁷². Mesleki özen kurallarının dürüstlük kuralından daha geniş bir içeriğe sahip olduğu kabul edilmektedir⁷³.

Haksız ticari uygulamanın ikinci şartı bu uygulamanın tüketicinin kararını etkilemesi ya da etkileme ihtimali olmasıdır. Tüketicinin durumu bilseydi taraf olmayacağı bir uygulama neticesinde sözleşmeye taraf olması ya da olma ihtimalinin doğması durumunda tüketicinin kararının etkilendiği söylenebilir⁷⁴. Tüketiciyi etkileme ihtimali ortalama bir tüketici göz önünde bulundurularak belirlenir⁷⁵. Mal veya hizmet farklı bir gruba yöneliyorsa, diğer bir deyişle grup niş bir yapıdaysa, yöneldiği grubun ortalama

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. Tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır” şeklindedir.

⁶⁶ Ebru Ceylan, “Tüketici Hukukunda Haksız Ticari Uygulamalar ve Uygulama Örnekleri”, *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi* 15 (Haziran 2020), 124; Neval Okan, “Saldırgan Satış Yöntemlerine Karşı Tüketicilerin Korunması”, *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 2/4 (Ekim 2016), 79; Asena Sinanoğlu, “Saldırgan Ticari Uygulamaların Tüketici Hukukunda İncelenmesi ve Konunun Haksız Rekabet Boyutu”, *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 13/1 (Haziran 2022), 10; Karasu - Zorluoğlu Yılmaz, “Fahiş Fiyat”, 90.

⁶⁷ Firdevs Savaş, “Reklam Vasıtasıyla Ortaya Çıkan Saldırgan Ticari Uygulamalar”, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 18/2 (Kasım 2017), 232.

⁶⁸ Ceylan, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 132-133; Mehmet Ali Aksoy, “2005/29/AT Haksız Ticari Uygulamalar Direktifinde Düzenlenen Haksız Rekabet Halleri ve Uygulama Örnekleri”, *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası* 73/1 (Kasım 2016), 287; Karasu - Zorluoğlu Yılmaz, “Fahiş Fiyat”, 89; Metin Topçuoğlu, “Türk Ticaret Kanunu ve Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Açısından Haksız Ticari Uygulamalar”, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi* 7/24 (Ocak 2016), 28.

⁶⁹ Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 28; Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında 11.6.2005 tarihli 2005/29/AT sayılı Avrupa Birliği Direktifi (2005/29/AT Direktifi), (11 Haziran 2005), Article 5(4); Ali Bozer - Celal Göle, *Ticari İşletme Hukuku* (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 2023), 239; Hüseyin Ülgen vd., *Ticari İşletme Hukuku* (İstanbul: XII Levha Yayınları, 2015), 523.

⁷⁰ Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 37; 2005/29/AT Direktifi, Ek-1.

⁷¹ Ceylan, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 132; Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 29.

⁷² Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 30; aynı yönde Aksoy, “Haksız Ticari Uygulama”, 296.

⁷³ Aksoy, “Haksız Ticari Uygulama”, 296; Ceylan, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 132; Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 29; Aksoy, “Haksız Ticari Uygulama”, 161.

⁷⁴ Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 31; Ceylan, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 132.

⁷⁵ Almila Kepenek, “Türk Hukukunda Saldırgan Satış Yöntemleri”, *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 7/2 (Temmuz 2021), 400; Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 31; Ceylan, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 133; Aksoy, “Haksız Ticari Uygulama”, 288.

üyeyi haksızlık belirlenirken dikkate alınır⁷⁶. Kural ortalama tüketici iken bu kuralın istisnasını savunmasız kişiler ve çocuklar oluşturur. Bu açıdan ana ilkenin istisnası zayıf tüketicinin korunması ilkesidir⁷⁷. Dolayısıyla, oyunlar söz konusu iken dikkate alınacak tüketici grubu oyunun yöneldiği oyuncu grubudur. Video oyunlarının çocuk ve gençler arasında popüler olması⁷⁸, oyun yapımcıları ve dağıtıcılarının daha dikkatli ve ihtimamli yaklaşmasını zorunlu kılar⁷⁹.

Haksız ticari uygulamadan bahsedebilmek için son şart tüketiciyi etkilemiş olan bu davranışların önemli olmasıdır⁸⁰. Davranış olmasaydı da tüketicinin malı alacağı durumlarda ya da davranışın pekiştirici ya da cesaretlendirici aşamada kalması durumunda haksız ticari uygulamadan bahsedilemez⁸¹. Bu üç şartın bulunması halinde ticari uygulamanın haksız olduğu sonucuna ulaşılır. Böylece yasak kapsamında değerlendirilir. Aldatıcı ve saldırgan ticari uygulamalar ile HTUY ekinde örnek olarak sayılan durumlar her halükarda haksız kabul edilecek, ayrıca haksız ticari uygulamanın şartlarını taşıyıp taşımadığı incelenmeyecektir⁸².

Oyunlarda mikro ödeme yöntemlerinin sunulması da bir ticari uygulamadır⁸³. Bu açıdan kullanılan mikro ödeme yöntemlerinin haksız ticari uygulama olmaması gerekir. Haksız ticari uygulama değerlendirmesinde izlenecek metot öncelikle HTUY'da sayılan örnek ticari uygulamaların olup olmadığını değerlendirmektir⁸⁴. Burada, konuya ilişkin bir düzenleme olmaması halinde aldatıcı veya saldırgan ticari uygulamalar bulunup bulunmadığı değerlendirilmelidir. Son olarak, genel hüküm niteliğinde olan haksız ticari uygulamanın şartlarının olup olmadığı incelenmelidir⁸⁵.

1. Aldatıcı ticari uygulamalar (aldatıcı eylemler ve aldatıcı ihmaller) açısından oyun içi mikro ödeme yöntemleri

Aldatıcı ticari uygulamaları ekonomik davranışları bozması, özellikle zayıf tüketicinin korunmasını gerekli kılmaktadır. Bu davranışların önüne geçmek isteyen kanun koyucu HTUY'da bazı davranışları *per se* (kendiliğinden, her halükarda) yasak kapsamına almıştır. Sayılan 26 örnek *per se* yasak olup bunlara karşı kurtuluş kanıtı getirilememektedir (TKHK m. 62/4)⁸⁶. Bu durumda, aldatıcı bir ticari uygulamanın söz konusu olup olmadığı değerlendirmesinde sayılan örneklerden birinin mevcut olup olmadığı incelenmeli daha sonra aldatıcı ticari uygulamalara yönelik genel hükümlere göre bir değerlendirme yapılmalıdır. Aldatıcı ticari uygulamalar hakkında TKHK'de bir hüküm bulunmayıp konu HTUY kapsamında düzenlenmiştir. Yönetmeliğin 29'uncu maddesi aldatıcı eylemleri düzenlemekte, 30'uncu maddesi ise aldatıcı ihmellere yönelik bir hüküm getirmektedir⁸⁷.

Aldatıcı eylem kavramı hem HTUY 29 hem de Direktif Article 6'da düzenlenmiştir. Bir ticari uygulamanın yanlış bilgi içeren yahut bilgiler doğru olsa bile sunulduğundaki koşulların tümü değerlendirildiğinde ortalama tüketiciyi aldatıcı ya da aldatma ihtimali olan eylemler aldatıcı eylemdir. Bu eylemin, tüketicinin taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasını ya da taraf olma ihtimalini artırması

⁷⁶ Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 31.

⁷⁷ Aksoy, "Haksız Ticari Uygulama", 295.

⁷⁸ Fahriye Koral - Kamil Alptekin, "Dijital Oyun Bağımlılığı: Bir Derleme Çalışması", *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11 (Ekim 2023), 293.

⁷⁹ Peter Cartwright - Richard Hyde, "Virtual Coercion and the Vulnerable Consumer: 'Loot Boxes' as Aggressive Commercial Practices", *Legal Studies Cambridge* 42/4 (Mart 2022), 569 vd.

⁸⁰ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 133; Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 32; Kepenek, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 400; Aksoy, "Haksız Ticari Uygulama", 288.

⁸¹ Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 32.

⁸² Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 130.

⁸³ Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 558; George Spence-Jones - Leon Y Xiao, "Loot Boxes – Video Gaming Industry's Hidden Treasure or a Pandora's Box That Misleads Consumers?", (Ekim 2020), 4.

⁸⁴ Bu durum 2005/29/AT'de Ek-1'de sayılan "*Her halükarda yasak ticari uygulamaların*" karşılığıdır. Öncelikle, bu liste incelenmelidir. Aksoy, "Haksız Ticari Uygulama", 287.

⁸⁵ aynı yönde Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 558.

⁸⁶ Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 37; 2005/29/AT Direktifi, Article 5 (5).

⁸⁷ Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği (HTUY), (10 Ocak 2015), Kanun No. Resmi Gazete 29232.

gerekir⁸⁸. Aldatıcı eylem değerlendirmesinde malın veya hizmetin mahiyeti, faydası, fiyatı, fiyatının hesaplanma yöntemi, yedek parça ve tamir hizmetleri unsurlar da dikkate alınabilir⁸⁹.

Aldatıcı ihmal kavramı ise HTUY m.30 hem de Direktif Article 7'de düzenlenmiştir. Ticari uygulamanın önemli bir bilgi gizlenerek ya da önerinin anlaşılmaz şekilde sunulması veya uygun olmayan bir zamanda sunulmuş olması veyahut amacı açıkça belli olan uygulamanın amacının tüketiciye bildirilmemesi şartlarından birinin gerçekleşmesi ve bu durumun ortalama tüketicinin normal şartlarda taraf olmayacağı bir işleme taraf olması ya da olma ihtimaline neden olması halinde aldatıcı ihmal söz konusudur⁹⁰.

Oyunlarda kullanılan bazı mikro ödeme yöntemleri aldatıcı ticari uygulama kapsamında değerlendirilebilecektir. Oyun yapımcılarının ya da dağıtıcılarının, aldatıcı eylem kullanması tüketicilerin finansal zarara uğrama riskini ortaya çıkarabilir⁹¹. Bu risklerden başlıcaları oyunların ücretsiz olarak tanıtılmasına karşın beklenmedik ödemeler çıkarması, oyun içi paraların tüketiciyi aldatıcı şekilde sunulması, oyunlarda alınan öğelerin sonradan haksız şekilde güçlerinin düşürülmesi (*nerflemek*), erken erişim oyunlardaki özel durum ve ganimet kutularının aldatıcı yapısının durumudur. Oyunlarda karşılaşılabilecek aldatıcı ticari uygulamalar sadece bunlarla sınırlı değildir. Ayrıca, anılan durumlar her halükarda yasak olarak değerlendirilemez. Fakat, bu örnekler genel olarak aldatıcı bir doğaya sahiptir. Oyunlardaki mikro ödeme yöntemleri kapsamında her somut olay özelinde bir değerlendirme yapılmalıdır⁹².

Karşımıza çıkabilecek ilk aldatıcı doğaya sahip örnek, oyunların *ücretsiz* olarak oyunculara sunulmasına rağmen, oyunlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde beklenmedik ödemeler ya da farklı yöntemlerle oyuncuları ödeme yapmaya yöneltmesidir. Oyuncunun makul beklentisinin aksine oyun ücretsiz olarak oynanamayacak bir durumdaysa *ücretsiz* ibaresinin kullanılmaması gerekir⁹³. 2015 yılında İngiltere Rekabet Kurumu (*Competition and Markets Authority (CMA)*) tarafından konuya ilişkin yapılan basın bülteni de bu duruma dikkat çekmektedir⁹⁴. Bültende, çevrimiçi ekstra özellikler getiren satın alma teşviklerinin ya da ebeveynleri satın almaya zorlayan reklamların tüketicinin korunması hükümlerini ihlal edebileceği endişesi duyulmaktadır. Ayrıca bülten, *Google* ve *Apple* gibi platformlardan, platformda yayınlanan oyunlarda satın alım mevcutsa ücretsiz olarak kullanılmasının bırakılması gerektiğini ifade

⁸⁸ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 135; Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 33; Aksoy, "Haksız Ticari Uygulama", 297. Madde hükmü aldatıcı eylemi "yanlış bilgi içeren veya verilen bilgiler doğru olsa bile sunulmasına dair bütün koşullar değerlendirildiğinde, ortalama tüketicii 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 uygulamalar" şeklinde tanımlamıştır. (HTUY m. 29/1)

⁸⁹ HTUY m. 29/2'de sayılan hususlarda aldatıcı ya da aldatma ihtimali olan hususlar aldatıcı kabul edilmektedir. "(2) Aşağıda belirtilen hususlarda tüketicileri aldatan ya da aldatma ihtimali olan eylemler aldatıcı eylem olarak değerlendirilir:

a) Bir mal ya da hizmetin varlığı, mahiyeti, tedariki, faydası, riski, uygulaması, içeriği, aksesuarları, satış sonrası hizmetleri, üretim yöntemi ve tarihi, ifası, amaca uygunluğu, miktarı, teknik özellikleri, menşei, kullanımından beklenen sonuçları, üzerlerinde yapılan test ve kontrollerin sonuçları, çevreye olan etkileri ve diğer önemli özellikleri,

b) Ticari uygulamada bulunanın taahhütlerinin kapsamı, pazarlama sürecinin mahiyeti, sponsor desteği, yetkili otoriteler tarafından mal veya hizmetin onaylandığına ilişkin ifade veya sembolleri,

c) Bir mal veya hizmetin fiyatı, fiyatının hesaplanma yöntemi, ödeme koşulları ya da belirli bir fiyat avantajı,

ç) Tüketicinin sahip olduğu yasal haklar veya karşılaşılabileceği riskler,

d) Bir mal veya hizmete ilişkin servis, yedek parça, değiştirme veya tamir hizmetleri,

e) Ticari uygulamada bulunanın veya temsilcisinin; kimliği, mal varlığı, yetenekleri, statüsü, kurum veya kuruluşlara üyelik bilgileri, sahip olduğu ticari haklar, fikri ve sınai mülkiyet hakları, yetkili otoritelerden ödül ve nişan kazanmış olması gibi nitelikleri, sıfatları, unvanları ve diğer hakları"

⁹⁰ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 135; Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 34-35; Aksoy, "Haksız Ticari Uygulama", 301; Spence-Jones - Xiao, "Loot Boxes", 2.

⁹¹ Spence-Jones - Xiao, "Loot Boxes", 2.

⁹² Abut, "Loot Box".

⁹³ European Commission, "Guidance on the Interpretation and Application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council Concerning Unfair Business-to-Consumer Commercial Practices in the Internal Market" (Brüksel, 29 Aralık 2021); Erik Allison, "The High Cost of Free-To-Play Games: Consumer Protection in the New Digital Playground", *SMU Law Review* 70/2 (Ocak 2017), 469.

⁹⁴ Competition and Markets Authority CMA, "CMA Refers Three Children's Online Games to the ASA", 04 Haziran 2015, 2.

etmektedir.⁹⁵ oyun içi satın İngiltere'deki bu açıklamalar sonrasında hem *Google Play* hem de *Apple Store* oyun içi alım içeren uygulama ve oyunlarda *ücretsiz* ibaresinin kaldırılmasını istemiş ve "*oyun içi ödeme içerir*" ibaresini getirmiştir⁹⁶. Daha sonra İngiltere'de *Office of Fair Trading (OFT)* tarafından video oyunlarında kullanılacak mikro ödeme yöntemlerine yönelik bazı *prensipler* getirilmiştir⁹⁷. Konuya ilişkin birinci prensip oyunlarda kullanılan ödeme yöntemlerinin aldatıcı eylem teşkil etmemesi için bazı örnekler vermiştir. Konuyla ilgili verilen örnek şu şekildedir; at toplama temelinde tasarlanan oyun ücretsiz şeklinde tanıtılmakta ve oyunun ekran görüntülerinde atların tamamen at ile dolu olduğu gösterilmektedir. Fakat, oyuncu bu oyunu indirdiğinde gösterilen atların sadece gerçek parayla alınacağını görmüştür. Bu durum aldatıcı bir örnek teşkil etmektedir. Fakat, böyle bir durumda tüketiciyi yanıltmamak adına oyun geliştiricilerinin, oyundaki birçok farklı at türünün ücretsiz olduğunu belirtmesi; ancak, oyun tanıtımında gösterilen ögelerin 1 liradan 100 liraya kadar ücretli olarak satıldığını açıkça ifade etmesi ve aynı zamanda oyundaki en çok tercih edilen ya da edilecek ögelerin fiyatlarını tüketicilere bildirmesi gerektiği OFT tarafından tavsiye edilmektedir⁹⁸.

Tüketiciyi aldatma ihtimali olan durumlardan bir diğeri oyun içi paraların kullanımınıdır. Bu paralar oyunlarda coin, altın, gümüş, puan, berries, kredi gibi birçok farklı isimle karşımıza çıkmaktadır⁹⁹. Doktrinde belirtildiği gibi ödemeler ne kadar şeffaf olursa, kişinin para harcama olasılığı da o kadar düşük olmaktadır. Bu, kredi kartı gibi şeffaflığın az olduğu durumlarda satın alma olasılığının daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir¹⁰⁰. Oyunlarda kullanılan sanal paralarda benzer şekilde aradaki şeffaflığı ortadan kaldırmaktadır. Bu durum, oyuncuların aldıkları ürünün fiyatını tam olarak kavrayamamasına neden olabilir. Oyuncular, yaptıkları harcamanın tam karşılığını kavrayamayabilir. Bu durum, oyuncuların daha fazla harcama yapmasına ve farkında olmadan zarara uğramalarına neden olur. Değerleme yanlılığı (*valuation bias*) olarak adlandırılan bu durum oyuncuların aşırı harcama yapmasına neden olur¹⁰¹. Oyun yapımcılarının ögeleri yalnızca oyun içi parayla sunmalarının tüketiciler açısından getireceği olumsuzlukları önlemek gerekir. Olumsuzlukları gidermek amacıyla doktrinde oyun içi paranın yanında sanal ögenin ayrıca gerçek para değerinin gösterilmesi gerektiği de ifade edilmektedir¹⁰². Oyunlarda karşılaşılabilecek diğer yanıltıcı olma ihtimali bulunan durum birden çok oyun içi paranın kullanılmasıdır. Örneğin, oyun içinde silah gibi ögelerin satın alınması için altın para, zırh setlerinin satın alınması için gümüş para, oyun içi basit eşyaları almak için bronz para gibi kullanımlar tüketicinin kafasını karıştırmaktadır. Bu durumda tüketici tam olarak aydınlatılmak zorundadır. Aldatıcı eylemin şartları söz konusu ise oyuncuları aldatan şekilde farklı oyun içi para kullanımı haksız ticari uygulama teşkil edebilir¹⁰³.

Oyuncular arasında *nerflemek* olarak tabir edilen, alınan ürünün sonradan gücünün ve özelliklerinin düşürülmesi de aldatıcı ticari uygulamalar açısından incelenmesi gereken bir diğer konudur¹⁰⁴. Bu, oyun yapımcıları tarafından haksız avantaj sağladığı ya da güç dengesini bozduğu düşünülen ögelerin özelliklerinin düşürülerek oyunu daha rekabetçi kılmayı amaçlamaktadır. Böylece oyun içi denge sağlanmaya çalışılır. Fakat, oyuncular açısından bu durumun nasıl ele alınması gerektiği önemli bir konudur. Tüketicilerin bir ürünü alırken dikkat ettiği temel nokta o ögenin sahip olduğu özellikleridir. Ne var ki, oyuncular bu ögeyi aldıktan sonra ögenin özellikleri düşürüldüğünde, başlangıçtaki iradeye aykırı bir durum ortaya çıkar. Oyun yapımcılarının ögenin özelliklerini düşürmesi yahut

⁹⁵ CMA, "Three Children's Online Games".

⁹⁶ Lorraine Conway vd., "Consumer Protection for Online Gaming", (Ağustos 2024).

⁹⁷ Competition and Markets Authority CMA, "The OFT's Principles for Online and App-Based Games", 30 Ocak 2014.

⁹⁸ Prensip 1 CMA, "OFT İlkeleri", s. 2-3.

⁹⁹ Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 24.

¹⁰⁰ Jeffrey Lapuz - Mark D. Griffiths, "The Role of Chips in Poker Gambling: An Empirical Pilot Study", *Gambling Research: Journal of the National Association for Gambling Studies* 22/1 (Haziran 2010), 35.

¹⁰¹ Cerulli-Harms vd., *Loot Box in Online Games*, 24.

¹⁰² European Commission, "2005/29/AT Kılavuzu", 104; Petrovskaya - Zendle, "Predatory Monetisation", 1076.

¹⁰³ Petrovskaya - Zendle, "Predatory Monetisation", 1076.

¹⁰⁴ Petrovskaya - Zendle, "Predatory Monetisation", 1069.

güçsüzleştirilmesi uzun vadede oyunun rekabetçi doğasını koruyup, oyunun oynanabilirliğine katkı sağlar. Lakin, bu durum tüketiciyi aldatıcı bir etkiye de sebep olabilir. Böyle bir halde hukuki açıdan planlı eskitmeye yönelik unsurlar açısından bir inceleme yapılabilir.¹⁰⁵ Durum karşısında nasıl bir yol izleneceği kanımızca ortalama bir oyuncunun iradesine göre çözümlenmelidir. Eğer, ortalama tüketici ürünün güçsüzleşen halini satın alma işlemi esnasında bilseydi bu ögeyi almayacak idiyse aldatıcı ticari eylemden bahsedilmelidir. Bu durumda, oyun yapımcıları, ürün güçsüzleştirildiği zaman iadesine olanak sunulması konusunda kolaylık sağlayarak arada bir denge sağlanması yoluna gidebilirler. Kaldı ki, TKHK m. 8 hükmü, “Ambalajında, etiketinde, tanıtma veya kullanma kılavuzunda, internet portalında ya da reklam ve ilanlarda yer alan özelliklerden bir veya birden fazlasını taşımayan” ürünlerin satın alma kararında etkili olması halinde TBK 219 hükümleri gereği satıcının ayıptan sorumlu tutulması gerekir.¹⁰⁶ hükümlerine başvurulması gerektiğini ifade etmektedir. Böyle bir uygulamanın menfaatler dengesi açısından daha uygun olacağı kanaatindeyiz.

Erken erişim oyunlarında konu açısından incelenmesi gerekir. Erken erişim oyunlar henüz tam olarak bitmemiş, geliştirme aşamasında olan oyunları ifade eder¹⁰⁷. Oyun yapımcıları çeşitli nedenlerden ötürü tamamlanmamış bir oyunu erkenden piyasaya sunma yoluna gidebilirler. Bu nedenler mevcut trendleri kaçırmamak, oyunun geliştirilmesi için gereken bütçeyi toplamak vb. gibi sebeplerdir. Oyunun tamamlanmış hali, tüketicilerin beklentisinden farklı bir şekilde çıkabilir. Böylesi durumlarda oyun yapımcıları tüketicinin tam olarak ne bekleyeceğini açıkça ortaya koymalı ve tüketicileri bilgilendirmelidir¹⁰⁸.

Konuyla bağlantılı bir diğer nokta oyun çıkmadan önce makul beklenti yaratılmasıdır. Bu ortalama bir oyuncunun oyun öncesinde yapılan pazarlama kampanyaları ile de yakından bağlantılıdır. Pazarlama kampanyaları kapsamında oyuncularda oyuna dair bir beklenti oluşur. Bu beklentinin aldatıcı reklamlarla yapılması halinde konuya ilişkin TKHK m. 61 hükmü uygulanabilir¹⁰⁹. Konuyu bir örnekle netleştirmek gerekirse, 2017 yılında piyasaya sunulan *Star Wars Battlefront II* oyununun çıkmasından önce oyuncuların makul beklentisi hayran oldukları hayali dünyada vakit geçirmek ve sevdikleri karakterleri oynayabilmektir. Fakat, oyuncuların hayal ettiği ikonik karakterler *credit* adı verilen oyun içi parayla açılabilir vaziyetteydi. Bu *credit* oyun içinde kazanılabilmekteydi. Lakin, oyuncuların bu karakterleri açabilmeleri için gerekli *credit* miktarı çok fazlaydı ve bu durum oyuncuları gerçek parayla satın almaya itmekteydi¹¹⁰. Oyuncular, bu duruma tepki göstermek amacıyla çeşitli mecralarda oyuna düşük puan vermişlerdir¹¹¹. Olayda, oyun yapımcılarının oyun çıkmadan yapmış olduğu tanıtım ve reklamlar tüketicinin makul beklentisinin aksine bir durum teşkil etmiştir. Bu durum tüketicileri yanıltmıştır. Oyun yapımcıları, tüketicilerin oyundan ne beklemesi gerektiğine yönelik durumları açıkça ifade etmeyerek tüketicinin makul beklentisinin aksine bir satış yöntemi izlemiştir. Bu olaydan çıkarılacak sonuç, oyun yapımcılarının böyle bir durumda gerekli şeffaflık ve açıklığa riayet ederek oyunları hakkında bilgilendirmeleridir. Aksi halde, konu aldatıcı reklam ya da aldatıcı ticari uygulama teşkil edebilir.

Ganimet kutuları, son zamanlarda en fazla üzerinde durulan mikro ödeme yöntemlerinin başında gelmektedir. Ganimet kutusu satışlarında oyun yapımcılarının fiyatlandırma ve ürünün temel

¹⁰⁵ Merve Ayşegül Kulular İbrahim, *Teknolojik Gelişmelerin Negatif Yönü: Hukuki Açıdan Planlı Eskitme* (Ankara: Adalet Yayınevi, 2021), 143 vd.

¹⁰⁶ Kulular İbrahim, *Hukuki Açıdan Planlı Eskitme*, 143-145.

¹⁰⁷ Petrovskaya - Zendle, “Predatory Monetisation”, 1070.

¹⁰⁸ European Commission, “2005/29/AT Kılavuzu”, 104.

¹⁰⁹ Ticari reklamlar TKHK m. 61’de düzenlenmiştir. Madde hükmü ticari reklamları, “Ticari reklam, ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı olarak; bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralınmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla reklam verenler tarafından herhangi bir mecrada yazılı, görsel, işitsel ve benzeri yollarla gerçekleştirilen pazarlama iletişimi niteliğindeki duyurulardır” şeklinde tanımlanmaktadır.

¹¹⁰ Mann, “Loot Boxes and Vulnerable Population”, 229.

¹¹¹ “Star Wars Battlefront II” (Erişim 24 Ağustos 2024).

karakteristik özelliği hakkında bilgilendirme yükümlülüklerine uyması gerekir¹¹². Temel karakteristik özelliğinin rastgelelik ve şans olduğu oyun içi unsurlarda oyun yapımcıları netlik ve şeffaflığa uygun bir yapı sunmalıdır¹¹³. Ganimet kutularının ardındaki algoritma öyle karmaşıktır ki bu durum tüketicilerin anlayamamasına sebep olur¹¹⁴. Bu durumun risklerini dikkate alan Çin gibi bazı ülkeler ganimet kutularının içeriğinin ve içinden çıkacak öğelerin oranlarının gösterilmesini zorunlu kılmıştır¹¹⁵. Benzer şekilde 2017 yılında *Apple*, *Apple Store* üzerinde yer alacak ganimet kutularında yer alan öğelerin çıkma olasılıklarının açıklanması kuralını getirmiştir¹¹⁶. Avrupa'da 2020 yılı sonrasında çıkacak olan oyunlarda (özellikle *Xbox*, *Nintendo* ve *Playstation* gibi oyun yapımcılarından) ve oyun güncellemelerinde ücretli rastgele (*random*) ürünler veren ganimet kutuları ya da kart paketleri gibi öğelerin olasılıklarının açıklanmasını zorunlu tutulmuştur¹¹⁷. Amerika Birleşik Devletleri'nde ganimet kutularının şans içeren ögesi ve çocuk ve savunmasız durumdaki grupları korumak amacıyla ganimet kutularının yasaklanmasını öngören bir tasarı senatoya sunulmuş, lakin süreç olumlu sonuçlanmamıştır¹¹⁸. Eyaletler düzeyinde¹¹⁹ ise kanunlaştırma çalışmaları söz konusu olsa da federal düzeyde bir tasarı olmaması Amerika Birleşik Devletleri doktrininde eleştirilmiş, bu düzenlemenin kritik ve hayati olduğu ifade edilmiştir¹²⁰. Ülkemiz açısından da *kompu gacha* (*complete gacha*) gibi modellerin saldırgan ve sömürücü nitelikte olduğu kanaatindeyiz. Bu nedenle, bu tip sömürücü uygulamaların kullanılması TKHK m. 62 kapsamında yasaktır. Aynı zamanda, yukarıda detaylıca incelendiği gibi Avustralya veya İngiltere'de yapılan değerlendirmeler gibi ülkemiz açısından da ganimet kutuları sonuçta parasal ya da maddi bir ödül olması halinde kumar ve bahis kapsamında değerlendirilebilecektir¹²¹. Kumar dışında kalan durumlarda ise aldatıcı bir eylem olup olmadığı değerlendirilmelidir¹²². Burada değerlendirilen husus oyunlardaki ganimet kutularının parayla satın alınan bir ticari uygulama teşkil etmesidir. Ticari uygulama teşkil etmeyen, oyun mekaniği olarak eklenmiş ve parayla satılmayan ganimet kutuları ya da benzer mekanikler haksız ticari uygulama kapsamında değerlendirilemez. Meğer ki, oyun içi mekaniklerle elde edilen kutuların gerçek hayatta parayla satın alınan öğelerle ilişkisi olsun. Bu duruma bir örnek vermek gerekirse, oyun içinde bulunan ganimet kutularının key, anahtar vb. şeklinde sadece parayla satın alınan bir öğeyle açılması durumunda yine bir ticari uygulamadan bahsetmek gerektiğini düşünmekteyiz. Bu halde, elde edilecek öğenin tüm parçalarının bir bütün halinde değerlendirilmesinin daha uygun olacağı kanaatindeyiz. Dolayısıyla, oyun üreticilerinin ganimet kutusunun kendisini ücretsiz bir şekilde sunması ve fakat ganimet kutularını açmak veya bir ürün elde etmek için gerekli olan olmazsa olmaz bir öğenin parayla satılması halinde, ganimet kutuları için gereken bilgilendirme yükümlülüklerinden kurtulmasının mümkün olmaması gerekir.

¹¹² European Commission, "2005/29/AT Kılavuzu", 105.

¹¹³ European Commission, "2005/29/AT Kılavuzu", 105; Video Games Europe, "Public Consultation for the Fitness Check of EU Consumer Law on Digital Fairness", Şubat 2023, 12 parag. 38.

¹¹⁴ Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 560.

¹¹⁵ Daniel L. King vd., "Unfair Play? Video Games as Exploitative Monetized Services: An Examination of Game Patents from a Consumer Protection Perspective", *Computers in Human Behavior* 101 (Aralık 2019), 132; Nathan Grayson, "Blizzard Reveals Overwatch Loot Box Odds In China", *Kotaku Australia* (blog), Erişim 25 Ağustos 2024; Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 560.

¹¹⁶ Ben Kuchera, "Apple Adds New Rules for Loot Boxes, Requires Disclosure of Probabilities", *Polygon* (blog), 21 Aralık 2017.

¹¹⁷ Video Games Europe, "Digital Fairness", 12 parag. 38.

¹¹⁸ Josh Hawley, A bill to regulate certain pay-to-win microtransactions and sales of loot boxes in interactive digital entertainment products, and for other purposes (ABD Kongre Teklifi), S. 1629, Kanun No. 116th Congress (2019-2020) (Erişim 24 Ağustos 2024).

¹¹⁹ Hawaii senatörü Chris Lee, sosyal medya üzerinden yapmış olduğu bir paylaşımda "küçükler için yapılmış olan oyunlarda bu tarz aldatıcı ve saldırgan pazarlama mekanizmalarının (özellikle kumara yönelik) olmasının küçüklere yönelik tasarlanan oyunlarda yeri olmadığını ve hatta oyunlarda hiç yerinin olmadığını" ifade etmiştir "Highlights of the Predatory Gaming Announcement", haz. Chris Lee (https://www.youtube.com/watch?v=_akwFRuL4os); California Eyaleti için öngörülen bir inceleme için bkz Allison, "The High Cost of Free-To-Play Games", 468-472.

¹²⁰ Alan Gonzalez, "The Growing Issue of Unregulated Gambling: Loot Boxes", *Florida State University* (Erişim 25 Ağustos 2024).

¹²¹ Aynı yönde Abut, "Loot Box".

¹²² Spence-Jones - Xiao, "Loot Boxes", 4; Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 560.

2. Saldırgan satış yöntemleri açısından oyun içi mikro ödeme yöntemleri

Saldırgan ticari uygulamalar tüketicinin özgürce karar almasını engeller. Tüketici üzerinde olumsuz etkileri olan bu durum saldırgan ticari uygulamaların yasaklanmasının ana sebebidir. Tüketici bir mal ya da hizmeti özgür iradesi ile seçmelidir. Tüketicinin acıma, korku, telaş, dini duygular vb. gibi hislerle kendi iradesi dışındaki nedenlere dayalı hareket etmemesi ve seçim yapmaması gerekir¹²³. Tüketicinin özgür iradesini ortadan kaldıran bu yöntemler hem TTK m. 55/1-a/8'de hem TKHK m. 62'de hem HTUY m. 31'de hem de AB Direktifi Art. 8'de yasaklanmıştır. HTUY ve Direktif hükümleri birlikte incelendiğinde tacizle, baskıyla, fiziksel güçle ya da aşırı bir etkiyle tüketicinin seçim özgürlüğünü kısıtlayan ya da gerçekte almayacağı bir kararı almasına yol açan yahut aldatma olasılığı bulunan uygulamalar saldırgan ticari uygulamalar kapsamında kalmaktadır¹²⁴. Bu açıdan saldırgan satış yöntemlerinin şartlarını bir satış yönteminin varlığı ve bu yöntemin müşterinin karar verme özgürlüğünü aşırı derecede kısıtlaması, aksi halde almayacağı bir kararı almasında etkili olması şeklinde sayabiliriz.

Saldırgan satış yönteminden bahsedebilmek için karar verme özgürlüğünü kısıtlayan her durum değil bu özgürlüğü kısıtlayan saldırgan bir yöntem ya da uygulamanın varlığı aranır¹²⁵. HTUY ve Direktif hükümleri kapsamında bu davranışlar zorlama (*coercion*), taciz (*harassment*) ve aşırı etki (*undue influence*) şeklinde ortaya çıkar ve bu durum tüketicinin karar verme iradesini bozar¹²⁶. Bu davranışlar tüketiciyi köşeye sıkıştırır¹²⁷.

Zorlama, taciz veya aşırı etki unsurları incelenirken göz önünde bulundurulması gereken unsurlar Direktif m. 9 ile HTUY m. 31'de belirtilmiştir. Saldırgan ticari uygulamadan bahsedebilmek için göz önünde bulundurulması gereken unsurlar, "*ticari uygulamanın yeri, zamanı, mahiyeti yahut devamlılığı, hakaret veya tehdit içeren bir davranış olup olmadığı, muhakeme yeteneğini bozucu doğal afet gibi durumları kötüye kullanılıp kullanılmadığı, sözleşmeyi feshetme yada başka haklarını kullanmak isterken sözleşme dışı ağır veya orantısız bir engel çıkartılması ve nihayet hukuka aykırı bir eylem bulunup bulunmadığı*" gibi unsurlardır¹²⁸.

Taciz kavramı, daha çok müşterinin özel hayatına veya alanına yapılan müdahaleyi ifade etmektedir¹²⁹. Başka bir deyişle, tüketicinin malı satın alana kadar rahat bırakılmaması, sözlü ya da fiili şekilde ısrarcı davranılması taciz olarak değerlendirilir¹³⁰. Taciz unsuru değerlendirilirken benzer şekilde saldırgan nitelikte bulunması gereken unsurlar dikkate alınmalıdır. Özellikle geç saatlerde yapılan telefon aramaları ve satım ısrarları bu duruma örnek verilebilir¹³¹. Taciz fiilini müşterinin iç dünyasında olması

¹²³ Okan, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 79; Savaş, "Reklam Vasıtasıyla Ortaya Çıkan Saldırgan Ticari Uygulamalar", 233; Sinanoğlu, "Saldırgan Ticari Uygulamalar", 10.

¹²⁴ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 139; Firdevs Savaş, *Haksız Rekabet Hukukunda Saldırgan Satış Yöntemleri* (Ankara: Gazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018), 46.

¹²⁵ Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 45; Müşteriyi ikna etme seviyesinde kalan yöntemlerin tüketicinin karar alma mekanizmasını kullanılamaz hale getirecek seviyede olmadıkça kullanılabilen doktrinde ifade edilmektedir. Kepenek, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 400.

¹²⁶ Allison, "The High Cost of Free-To-Play Games", 460; Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 562; Petrovskaya - Zendle, "Predatory Monetisation", 1067; Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 46; Okan, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 82; Kepenek, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 400-401; Aksoy, "Haksız Ticari Uygulama", 311; Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 36; Alper Çağlar Koyuncu, *Tüketici Hukuku Çerçevesinde Haksız Ticari Uygulamalar* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022), 59; Geraint Howells vd., *European Fair Trading Law* (Londra: Routledge, 2016), 170; Sinanoğlu, "Saldırgan Ticari Uygulamalar", 11; Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 139; Abut, "Loot Box".

¹²⁷ Okan, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 81; Ülgen vd., *Ticari İşletme Hukuku*, 552; Miyale Tanla Özen, *Haksız Rekabetin Elektronik Ortamda Görünüm Biçimleri* (İstanbul: Galatasaray Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023), 39.

¹²⁸ Okan, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 82; Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 50; Howells vd., *Fair Trading*, 171; Chris Willett, "Fairness and Consumer Decision Making under the Unfair Commercial Practices Directive", *Journal of Consumer Policy* 33/3 (Eylül 2010), 259; Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 565.

¹²⁹ Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 51; Kepenek, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 401; Sinanoğlu, "Saldırgan Ticari Uygulamalar", 11; Howells vd., *Fair Trading*, 178.

¹³⁰ Koyuncu, *Haksız Ticari Uygulamalar*, 59.

¹³¹ Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 51.

ve değişen ve zor şartlara dayanması nedeniyle belirlemek kolay değildir. Anılan durum karşısında, Direktif Ek 1'de (Kara Liste) belirtilen durumlar kolaylık sağlamaktadır. Bu kapsamda, özellikle satış baskısı, taciz boyutuna varan uygulamalar, çocukları direkt teşvik gibi durumlar liste kapsamında doğrudan yasaklanmaktadır.

Zorlama kavramı, taciz niteliğine girmeyen ve aşırı etki kapsamında kalmayan ve fakat, fiziksel yolla yapılan baskı da dahil olmak üzere geri kalan tüm saldırgan uygulamaları içerir¹³². Ürüne ilişkin kampanyanın bu gece sona ereceği ya da ürünün tükeneceği veya elimizde az kaldı vb. gibi ifadeler kullanılması da saldırgan satış yöntemi olarak değerlendirilmektedir¹³³.

Aşırı etki ya da haksız tesir ise tüketiciye karşı bir fiziksel güç kullanmadan ya da bu tehditte bulunmadan bile, tüketicinin karar almasını önemli şekilde sınırlayacak düzeyde baskı uygulamak ve bu şekilde güçlü konumun istismar edilmesi anlamına gelmektedir¹³⁴. Burada müşteriye karşı güçlü konum yeterli olmamakta, ayrıca bu konumun karar verme özgürlüğünü etkilemesi de gerekmektedir¹³⁵. Doktrinde, oyunlarda kullanılan bağımlılık yapıcı unsurların ve oyuna odaklanmasını gerektiren oyun tasarımlarının oyuncular üzerinde güçlü bir etki meydana getirdiği ifade edilmektedir¹³⁶.

Oyun sektöründeki büyümeler ve sektördeki aşırı gelişmeler, oyun yapımcılarının daha çok kar edebilmek için çeşitli ticari uygulamalar ve satış yöntemleri kullanmasını da beraberinde getirmiştir. Bu yöntemlerin bazıları da biraz önce açıkladığımız saldırgan ticari uygulamalarla yakından ilişkilidir. Bu yöntemlerden başlıcaları, oyun içi öğelerin kritik zaman algısı, saldırgan ifadelerin kullanılması, harcama yapmadan oyunda ilerlemenin mümkün olmaması şeklinde ifade edilebilir.

Oyun yapımcıları oyuncuları daha çok oyunda tutmak amacıyla birçok yöntem denemektedirler. Oyuncular, ne kadar çok oyuna bağlı olursa o kadar çok oyunda zaman geçirmekte ve oyunda harcama yapmaktadırlar. Oyuncuları oyunda tutmak amacıyla sunulan ganimet kutuları ve oyun içi mikro ödeme tekliflerinin algoritmalar tarafından teklifin zamanlaması da dahil olmak üzere kişiselleştirilmesi bir saldırgan uygulama teşkil edebilir¹³⁷. Teklifin zamanlaması bu durumda önem teşkil edilmektedir. Zamanlamanın niteliği somut olaydaki duruma göre incelenmelidir. Bazı zamanlar saldırgan olarak değerlendirilebilecek teklif, diğer zamanlarda saldırgan olarak değerlendirilemeyebilir¹³⁸. Aynı şekilde, oyun dizaynının görsel efektlerle ve ses unsurlarıyla desteklenmesi önyargı ve manipülatif unsurları içermesi de durumun niteliğine göre saldırgan satış olarak değerlendirilebilir¹³⁹.

Diğer karşılaşılabilecek durum saldırgan ifadelerin kullanılmasıdır. Saldırgan ifadeler, savunmasız tüketiciler veya çocuklar için olumsuz etkiye sebep olabilir. Bu durum çocuklar için satın alma baskısı doğurabilir ve oyun yapımcılarının aşırı etki meydana getirmesine neden olabilir. Dizayn, kullanılan dil veya sunuş özellikleri bu değerlendirmede dikkate alınmalıdır. Örneğin, "*Oyun karakteriniz acıktı! Şimdi ona dondurma verin yoksa mutsuz olacak ya da ölecek*" gibi ifadeler çocuklara yönelik potansiyel kötüye kullanım oluşturabilir¹⁴⁰. Aynı şekilde, kullanılan dilde bir baskı oluşturacak şekilde kullanılmamalıdır.

¹³² Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 53; Kepenek, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 401; Aksoy, "Haksız Ticari Uygulama", 313; Sinanoğlu, "Saldırgan Ticari Uygulamalar", 11; Howells vd., *Fair Trading*, 184-186.

¹³³ Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 55; örneğin, kişinin zaaflarından yararlanarak kişiye satış vb. yapılması da buna bir örnektir. Saticıların, öğrenciler, sokak hayvanları vb. sebepleri ısrarla vurgulayarak ürünlerini satmaları da saldırgan bir yöntemdir. Bu halde, tüketici kendi iradesinden ziyade utanma yahut acıma gibi duygularla hareket etmektedir Sinanoğlu, "Saldırgan Ticari Uygulamalar", 11.

¹³⁴ 2005/29/AT Direktifi, Article 2 (j); HTUY, m. 4.

¹³⁵ Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 61; Kepenek, "Saldırgan Satış Yöntemleri", 402; Koyuncu, *Haksız Ticari Uygulamalar*, 62; Howells vd., *Fair Trading*, 187; Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 563.

¹³⁶ Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 563.

¹³⁷ European Commission, "2005/29/AT Kılavuzu", 104; Kim Schuurman, *Game Design: No Child's Play* (Utrecht, Hollanda: Utrecht University, Yüksek Lisans Tezi, 2023), 46; kritik zamanlamaya yönelik olarak aynı yönde Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 566.

¹³⁸ Cartwright - Hyde, "Loot Boxes", 565.

¹³⁹ European Commission, "2005/29/AT Kılavuzu", 104; Schuurman, *Game Design: No Child's Play*, 46.

¹⁴⁰ CMA, "OFT İlkeleri", Prencip 6.

Örneğin, premium hesap almak için kullanılan “Şimdi Katılın!” ifadesi bir baskı yaratmaktadır. Bu durum, İngiltere’de ASA (İngiltere Reklam Standartları Kurumu)’nın *Moshi Monsters* değerlendirmesinde de dikkate alınmıştır. Anılan oyunun “Süper Moshilerin sana ihtiyacı var” ve “Üyeler süper popüler oluyor” ifadelerinin özellikle çocuklar açısından olumsuz etki yaratabileceği ifade edilmiştir¹⁴¹. Ayrıca, zaman sınırı olarak kullanılan ifadelerin de saldırgan olmaması gerekir. Örneğin, “Sınırlı sayıda ürün teklifi ya da öge, sadece kısa bir zaman için, hemen mağaza gidin ve alın” gibi ifadeler aslında tüm ay boyunca geçerli olmasına rağmen tüketicilere yönelik böyle bir ifadenin kullanılmaması gerekir. Bunun yerine, “sınırlı sayıda öge, bu teklif 25 Aralık tarihine kadar geçerli” şekilde ifadelerin kullanılması gerekir¹⁴².

Oyunlarda bağımlılık yaratılmasına karşılık, oyunun giderek zorlaşması neticesinde artık oyunda para ödemedi ilerlemenin mümkün olmaması da diğer bir saldırgan satış yöntemi olabilir¹⁴³. *Pay-or-wait* (öde ya da bekle) olarak ifade edilen yöntemde oyuncular ödeme yapmadıkları zaman beklemek zorundadırlar¹⁴⁴. Bu bekleme süresi çoğu zaman o kadar fazla olmaktadır ki, ödeme yapmadan bu süreyi beklemek neredeyse imkansızdır. Örneğin, bir binanın tamamlanması için başlangıçta 10 saniye gibi süreler söz konusu iken ilerleyen aşamalarda bu süre 2 güne 3 güne kadar çıkabilmektedir. *Pay or grind* (öde ya da eziyet çek) modelinde ise oyuncular öde ya da bekle modelinden ziyade bir hedefe ulaşabilmek için aşırı zaman ya da efor harcamak zorunda kalmaktadırlar. Yapılan bir çalışmada bu durumda oyuncuların, oyunun sanki sadece para ödetmek için bu şekilde dizayn edildiği izlenimine kapıldıkları belirtilmiştir¹⁴⁵. Bu durum, her somut olay açısından incelenmeli ve saldırgan ticari uygulamaların şartlarının mevcudiyeti değerlendirilmelidir.

Sonuç olarak, saldırgan bir ticari uygulamanın mevcut olması ve bu uygulamanın satın alma kararında etkili olması halinde bir saldırgan ticari uygulamadan bahsedilecektir. Bu durum, günlük hayatta birçok farklı şekilde karşımıza çıkabilecek ve değişen pazarlama stratejileri sayesinde de farklı birçok şekilde meydana gelebilecektir. Oyunlarda kullanılan başlıca saldırgan yöntemler haricinde birçok farklı yöntem de ilerleyen süreçlerde söz konusu olabilecektir. Bu nedenle *per se* bir yasaktan söz edebilmek mümkün olmamakta bunun yerine her somut olayın özellikleri göz önünde bulundurularak bir değerlendirme yapılması gerekmektedir¹⁴⁶.

B. Haksız rekabet hükümleri (TTK m. 54 vd.) kapsamında mikro ödeme yöntemleri ve haksız ticari uygulamalar ile ilişkisi

Serbest piyasa ekonomisinin bir gereği olan rekabet, piyasanın sağlıklı işleyebilmesi için gerekli unsurlardan biridir. Diğer bir deyişle, serbest piyasa ekonomisi ise rekabetin varlığını zorunlu kılar¹⁴⁷. Rekabetin varlığını korumak için TTK m. 54 ve devamı ile TBK m. 57’de haksız rekabete ilişkin hükümler getirilmiştir. TBK m. 57’de gerçek olmayan haberleri yayma ve ilanlar ile dürüstlük kuralına uymayan diğer davranışlar yüzünden müşterileri azalan ya da bu tehlikeye giren kişi, bu davranışlara son verilmesini ve kusurun varlığı halinde zararın giderilmesini isteyebilir. Ticari işlere ilişkin TTK hükümleri saklı tutulmuştur. Fakat, TTK’de düzenlenen m. 54 ve devamı hükümlerinin hem ticari hem de ticari olmayan rekabeti kapsamaması ve daha geniş bir uygulama alanı olması karşısında TBK m. 57

¹⁴¹ Advertising Standards Authority ASA, “ASA Ruling on Mind Candy Ltd Kararı” (Erişim 25 Ağustos 2024); aynı yönde Cartwright - Hyde, “Loot Boxes”, 566.

¹⁴² CMA, “OFT İlkeleri”, Prensipten 6.

¹⁴³ Cartwright - Hyde, “Loot Boxes”, 564; Petrovskaya - Zendle, “Predatory Monetisation”, 1076; ayrıca bkz. Zagal vd., “Dark Patterns in the Design of Games”, 4.

¹⁴⁴ Detaylı bilgi için bkz. Petrovskaya - Zendle, “Predatory Monetisation”, 1069; Schuurman, *Game Design: No Child’s Play*, 13; Van Rooij vd., “Behavioral Design in Video Games”, 2; Zagal vd., “Dark Patterns in the Design of Games”, 4.

¹⁴⁵ Petrovskaya - Zendle, “Predatory Monetisation”, 1068-1069.

¹⁴⁶ Aynı yönde, Abut, “Loot Box”.

¹⁴⁷ Sinanoğlu, “Saldırgan Ticari Uygulamalar”.

hükümünün uygulama alanı kalmadığı doktrinde kabul edilmektedir¹⁴⁸. Buna karşılık, bir görüş ise ekonomik kullanımın tüm kötüye kullanım hallerinin önüne geçmek amacıyla farklı bir kanun hazırlanması ve haksız rekabet hükümlerinin bu kanuna konularak, TBK hükümlerinin yürürlükten kaldırılmasının en doğru çözüm olduğunu ifade etmektedir.¹⁴⁹ Yargıtay Hukuk Genel Kurulu ise 2017/11-117 esas ve 1883 karar sayılı 11.12.2018 tarihinde vermiş olduğu kararda, ticari olsun olmasın tüm haksız rekabet hallerinde TTK hükümlerinin uygulanacağını kabul etmiştir. TTK m. 54 vd.'nda düzenlenen haksız rekabet hükümlerinin temel amacı “tüm katılanların menfaatine dürüst ve bozulmamış” rekabetin sağlanmasıdır¹⁵⁰. Ayrıca, hüküm yalnızca rakipleri koruyan bir kapsama sahip değildir. Kaldı ki, haksız rekabetin varlığı için rekabet ilişkisi olması da gerekmez¹⁵¹. TTK m. 54 ve devamında ile düzenlenen korumanın TKHK ve HTUY'da düzenlenen durumlardan daha geniş bir koruma sağladığı kabul edilir¹⁵².

Haksız rekabeti genel olarak düzenleyen TTK m. 54/2'de genel bir hüküm ortaya konulmuş ve haksız rekabetin, “rakipler arasında veya tedarik edenle müşteriler arasında” meydana gelecek aldatici ya da dürüstlük kuralına aykırı davranışları ve ticari uygulamaları kapsadığı ifade edilmiştir. TTK m. 55'te ise örnek olarak toplam altı bent halinde haksız rekabet oluşturabilecek durumlar sayılmıştır. Bu kapsama giren davranışlar ya da ticari uygulamalar ayrıca genel hükümlere bakılmaksızın haksız rekabet hali oluşturacaktır. Fakat, burada sayılmayan durumlar için genel hüküm kapsamında olan TTK m. 54/2 hükümlerine göre sonuca varılmalıdır¹⁵³.

Çalışmamızla bağlantılı olan nokta TTK m. 55/1/a/8'de düzenlenen saldırgan satış yöntemlerinin varlığıdır. Hüküm, “Müşterinin karar verme özgürlüğünün özellikle saldırgan satış yöntemleri ile sınırlandırılması” önlemeyi amaçlamaktadır. Bu hüküm, TKHK'nda düzenlenen haksız ticari uygulamalardan daha geniş bir kapsama sahiptir. Hükümde, müşteriler kavramı tercih edilmiştir. Bu kavram tüketici kavramından daha geniş bir ifade olup tüketici kavramını da içine alan bir anlam içermektedir¹⁵⁴. Doktrinde, TKHK ve HTUY'un tüketicileri haksız ticari uygulamalara karşı koruma amacı güderken TTK m. 54 ve devamı hükümlerinin amacının hukuka ve dürüstlük kuralına aykırı rekabeti önlemek olduğu ifade edilmektedir. Her ne kadar menfaatler farklı olsa da amacın gerçekleşmesi tüketicilerin menfaatini korur¹⁵⁵. Tüketicilere karşı yapılacak olan haksız rekabet hallerini düzenleyen TKHK m. 62 hükümleri ile TTK m. 54 ve devamında düzenlenen haksız rekabet hükümlerinin paralel hükümler olduğu söylenebilir¹⁵⁶. Bu açıdan TTK m. 54 ve devamındaki hükümlerinin TKHK m. 62 ve HTUY'dan daha geniş bir koruma sağladığı söylenebilir¹⁵⁷.

Bu kapsamda, oyunlarda karşımıza çıkacak olan saldırgan satış yöntemlerine yönelik olarak hem TTK 54 ve devamı hem de TKHK ve HTUY hükümleri bir koruma sağlamaktadır. Fakat, TKHK hükümlerinin hem sonraki kanun hem de özel kanun olması neticesinde kapsamı içindeki durumlara öncelikli olarak uygulanması gerekir¹⁵⁸.

¹⁴⁸ Bozer - Göle, *Ticari İşletme Hukuku*, 234; Bu tarz bir düzenlemenin uygun olmadığı ve eleştiriye açık olduğu yönünde Tamer Bozkurt, *Ticari İşletme Hukuku* (Ankara: Yetkin Yayınları, 2022), 387; Ceylan, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 131; Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 21; Sabih Arkan, *Ticari İşletme Hukuku* (Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 2023), 354.

¹⁴⁹ Arkan, *Ticari İşletme Hukuku*, 354.

¹⁵⁰ Bozkurt, *Ticari İşletme Hukuku*, 381; Rıza Ayhan - Hayrettin Çağlar, *Ticari İşletme Hukuku: Genel Esaslar* (Ankara: Yetkin Yayınları, 2017), 381; Bozer - Göle, *Ticari İşletme Hukuku*, 242.

¹⁵¹ Bozkurt, *Ticari İşletme Hukuku*, 382; Bozer - Göle, *Ticari İşletme Hukuku*, 243.

¹⁵² Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 29.

¹⁵³ Bozkurt, *Ticari İşletme Hukuku*, 394; Sinanoğlu, “Saldırgan Ticari Uygulamalar”, 6.

¹⁵⁴ Sinanoğlu, “Saldırgan Ticari Uygulamalar”, 6.

¹⁵⁵ Topçuoğlu, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 19-21; Ceylan, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 130.

¹⁵⁶ Ceylan, “Haksız Ticari Uygulamalar”, 130.

¹⁵⁷ Doktrinde Ülgen vd. TKHK 62 hükümlerinin madde gerekçesiyle birlikte değerlendirildiğinde “haksız rekabet” hükümlerinin özel bir hali olduğunu ifade etmektedir. Ülgen vd., *Ticari İşletme Hukuku*, 523.

¹⁵⁸ Kepenek, “Saldırgan Satış Yöntemleri”, 405.

III. Haksız Oyun İçi Mikro Ödeme Yöntemlerine Karşı Yaptırım ve İspat Yükü

Ticari uygulamanın haksız olduğu iddiasında ispat yükü büyük önem taşır. Haksız bir ticari uygulama söz konusu ise bu durumu iddia eden kişi ispat etmek zorunda kalmayacak, ticari uygulamada bulunan taraf uygulamanın haksız olmadığını ispat edecektir (TKHK m. 62/2)¹⁵⁹. Bu durumun tüketici lehine bir düzenleme olduğu kabul edilmektedir¹⁶⁰. Ayrıca, satıcı veya sağlayıcı (oyun yapımcısı veya dağıtıcı) TKHK m. 62/4 hükmünde ve THUY m. 29, 30 ve 31 hükümlerinde haksız kabul edilen uygulamaların aksini ispat etse de sorumluluktan kurtulamaz¹⁶¹.

TKHK m. 62 hükmü aynı zamanda TTK m. 54/2'nin özel bir görünümüdür. Dolayısıyla HTUY, TTK m. 55'te belirtilen hallerden oluşur¹⁶². Bu açıdan kabul edilen görüş, TKHK kapsamında haksız ticari uygulamalara yönelik olarak da TTK m. 56'de düzenlenen yaptırımların uygulanacağı yönündedir¹⁶³. TTK m. 56 ve devamı hükümlerinde mağdurun açabileceği davalar, TTK m. 61'de dava harici ihtiyati tedbirler düzenlenmiştir. Mağdur açısından açılacak tespit, men ve iade davalarında failin kusuru önemli değilken, tazminat davasında failin kusurlu olması aranır¹⁶⁴. Tespit davası yalnızca rekabetin varlığını tespit edecektir. Zararın giderilmesi veya tazmini için TTK 56 ve devamında belirtilen davaların açılması gerekir.¹⁶⁵ Men davasında ise rekabetin durdurulması ya da önlenmesi amaçlanır ve rekabetin olması önemli değildir. Zira, haksız rekabet tehlikesinin olması ya da bu eylemin tekrarlanabilecek olması durumlarında da men davası açılabilir.¹⁶⁶

Oyuncuların, haksız ticari uygulamalar kapsamında bedelin iadesini istemeleri durumu da söz konusu olabilir. Bu durumda, bedelin iadesi isteminin hukuki dayanağı önem teşkil eder. Bu hukuki dayanak iki kısımda incelenmelidir. İlk kısım, oyun yapımcılarının saldırgan satış yöntemleri gibi haksız ticari uygulamalar söz konusu olduğu durumlarda oyuncuların tazminat ve bedel iadesi istemesidir. Doktrinde Ceylan'ın¹⁶⁷ da ifade ettiği gibi, TKHK m. 62 ve HTUY' ekinde sayılan durumlar aynı zamanda TTK m. 55'te belirtilen haksız rekabet hükümlerini oluşturmaktadır ve TTK m. 56'daki hukuki korumalar kapsamında tazminat talebinde bulunmak mümkündür. Tazminat talebi için kusurun olması aranır.¹⁶⁸ *Nerflemek* gibi durumlar söz konusu olduğunda ise ortada TKHK m. 8 kapsamında bir ayıptan söz edilir. Hukuki açıdan ayıp olarak nitelendirilebilecek böyle durumlarda oyuncular TKHK m. 11 ve m. 15 hükümleri uyarınca ücretsiz onarım, ayıp oranında bedelden indirim ve sözleşmeden dönme haklarını haizdir. Ayrıca TKHK m. 15 gereğince oyuncular bu maddedeki seçimlik haklarının yanı sıra TBK hükümleri uyarınca tazminat da talep edebilir. Oyuncular tarafından hem tazminat hem de seçimlik haklar sağlayıcıya yöneltilecek; ancak tüketici hizmeti kabul ederse sağlayıcı sorumluluktan kurtulacaktır.¹⁶⁹

TKHK m. 77'de ise başvurulabilecek idari yollar düzenlenmiştir¹⁷⁰. Maddenin 13'üncü fıkrası, TKHK m. 62 hükümlerine aykırı bir haksız ticari uygulamanın varlığı halinde bu uygulamanın 3 aya kadar ya da tamamen durdurulmasına veya beş bin Türk lirasına kadar idari para cezasına karar verilebilir. Haksız ticari uygulamanın ülke genelinde yapılması halinde bu ceza elli bin Türk lirasıdır. Aykırılık reklam yoluyla işlendiyse maddenin 12'nci fıkrası uygulama alanı bulacaktır. (TKHK m. 77/13). Bu açıdan

¹⁵⁹ Bozer - Göle, *Ticari İşletme Hukuku*, 239; Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 142; Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 32.

¹⁶⁰ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 142; Ülgen vd., *Ticari İşletme Hukuku*, 523.

¹⁶¹ Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 40; Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 142.

¹⁶² Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 143.

¹⁶³ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 143; Abut, "Loot Box"; Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 44.

¹⁶⁴ Savaş, *Saldırgan Satış Yöntemleri*, 98; Bozer - Göle, *Ticari İşletme Hukuku*, 266-268; Bozkurt, *Ticari İşletme Hukuku*, 407-409; Arkan, *Ticari İşletme Hukuku*, 357.

¹⁶⁵ Kulular İbrahim, *Hukuki Açından Planlı Eskitme*, 134.

¹⁶⁶ Kulular İbrahim, *Hukuki Açından Planlı Eskitme*, 135.

¹⁶⁷ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 143.

¹⁶⁸ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 143; Kulular İbrahim, *Hukuki Açından Planlı Eskitme*, 132 vd.

¹⁶⁹ Kulular İbrahim, *Hukuki Açından Planlı Eskitme*, 165.

¹⁷⁰ Abut, "Loot Box"; Ülgen vd., *Ticari İşletme Hukuku*, 523.

yetkili mercii Reklam Kurulu olup, bu görevini re'sen ya da tüketicilerin başvurusu üzerine yerine getirir. Kurul tarafından verilen bu karar ise Ticaret Bakanlığınca yerine getirilir¹⁷¹.

Sonuç

Oyun sektörünün giderek büyümesi ve oyun yapımcılarının bu alana yaptığı devasa yatırımlar, oyun yapımcılarının bir oyundan maksimum kar almak istemesine yol açmaktadır. Bu nedenle birçok pazarlama stratejisi ve para kazanma yöntemi oyunlarda kullanılmaya başlanmıştır. Mikro ödeme olarak ifade edilen bu yöntemlerin günümüzde belki de en çok kullanılanı ganimet kutuları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra diğer başka mikro ödeme yöntemleri de söz konusudur. Bu yöntemlerin sık kullanılmaya başlanması beraberinde güçsüz olan tüketiciyi koruma endişesini de getirmiştir. Zira, güçlü konumda olan oyun yapımcıları tüketicileri kolaylıkla sömürücü uygulamaları meydana getirebilir. Bu durum, özellikle zayıf ve korumaya muhtaç tüketiciler ve çocuklar açısından önem arz etmektedir. Zayıf olan tüketicinin nasıl korunması gerektiği ise bu noktada önem kazanmaktadır. Bu noktada, 2005/29/EC Avrupa Birliği Direktifinde çeşitli hükümler getirilmiş, ülkemizde ise bu Direktif doğrultusunda TKHK m. 62 ve HTUY hükümleri yürürlüğe girmiştir. Bu hükümler doğrultusunda zayıf olan oyunculara hem bu hükümler çerçevesinde hem de TTK m. 54 ve devamında düzenlenen haksız rekabet hükümleri çerçevesinde bir koruma sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu koruma kapsamında oyuncular, TTK m. 56'da düzenlenen davaları açma hakkına sahiptir. Bu davalar hukuka aykırılığın belirlenmesi için tespit davası, bu aykırılığın önlenmesi için haksız rekabetin men'i davası ve ortaya çıkan zararın ortadan kaldırılması amacıyla tazminat davası şeklinde sayılabilir.

Haksız ticari uygulamalar kapsamında kalan aldatıcı ve saldırgan uygulamaların bulunduğu mikro ödeme yöntemleri yasaktır. Aldatıcı kapsamda kalan, aldatıcı eylemler ve aldatıcı ihmaller hem direktif hem de HTUY kapsamında yasaklanmıştır. Bu açıdan, bir ürünün özellikle ücretsiz olarak sunulmasına karşılık, oyunun oynanışının mikro ödemelere bağlı olması durumunda aldatıcı olacağı ifade edilmektedir. Aynı şekilde oyun içi paralarında tüketiciyi yanıltmaması gerekir. Ganimet kutularının riskli yapısı ve kumarla bağlantılı yapısı da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı şekilde kullanmamayı gerektirir. Bu nedenle, ganimet kutuları bazı ülkelerde kumar ve bahis olarak değerlendirilmesine rağmen ülkemiz açısından bu durumun söz konusu olmayacağı ve fakat haksız ticari uygulamalar kapsamında kalacağı ifade edilmelidir. Ayrıca, oyunlarda kullanılan mikro ödeme yöntemleri aldatıcı eylem ve ihmal teşkil etmemelidir.

Diğer bir husus ise oyunlarda kullanılan mikro ödeme yöntemlerinin saldırgan ticari uygulama teşkil etmesidir. Zorlama, taciz veya aşırı etki hem direktif hem de HTUY kapsamında karşımıza çıkan saldırgan ticari uygulamalardır. Oyunlardaki mikro ödeme yöntemlerinin saldırgan ticari uygulama teşkil edebilecek başlıcaları kritik zaman algısı, saldırgan ifadelerin kullanılması, harcama yapmadan oyunda ilerlemenin mümkün olmaması şeklinde karşımıza gelebilir. Fakat, bunların her somut olay neticesinde ayrı ayrı ele alınması gerekli olup per se bir yasaktan söz etmek mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla, kullanılan her mikro ödeme yönteminin nitelikleri dikkate alınarak etki temelli bir inceleme yapılması gerektiğini söylemek mümkündür.

Haksız rekabet hükümleri de oyunculara yönelik diğer bir hukuki korumadır. Haksız rekabet hükümleri, haksız ticari uygulamalardan daha geniş bir koruma sağlamaktadır. Bu kapsamda, TKHK korumasından yararlanamayan oyuncuların şartları varsa TTK m. 54 ve devamındaki haksız rekabet hükümlerine göre hareket etmeleri mümkündür. Burada açılan davanın niteliğine göre taraflar belirlenir. Bu taraflar haksız rekabeti işleyenler ile tüketiciler ya da zarar görenler veya zarar görme tehlikesi olan rakipler ve tüketiciler olarak sayılabilir. Lakin, tüketiciler TTK m. 56/2 hükümleri gereği men davası açamayacaktır. Ayrıca tespit, men veya düzeltme davası söz konusu ise ticaret ve sanayi odaları, mesleki örgütler, sivil

¹⁷¹ Ceylan, "Haksız Ticari Uygulamalar", 144; Topçuoğlu, "Haksız Ticari Uygulamalar", 52; Ülgen vd., *Ticari İşletme Hukuku*, 523.

toplum kuruluşları veya kamu kurumları da davacı taraf olabilecek; ama TTK m. 56/3 gereği tazminat davasının tarafı olamayacaktır. Fakat, aynı olayda hem haksız ticari uygulama hem de haksız rekabet söz konusu ise TKHK hükümlerinin öncelikli olarak uygulanması gerekecektir. Rakip oyun üreticileri dava açması isterse TKHK hükümlerinden yararlanamayacaktır. Bu kapsamda, aynı olayda tüketici niteliğini haiz olmayan tacirlerin haksız ticari uygulamalara karşı TTK hükümlerine göre, tüketici niteliğini haiz oyuncuların ise TKHK hükümlerine başvurması gerekir.

Son olarak, tüketiciler (oyuncular) haksız ticari uygulamalara söz konusu olduğunda, haksız rekabete ilişkin TTK .56 hükmüne göre men, tespit, iade ve kusur varsa tazminat davası açabilecekleri doktrinde kabul edilmektedir. Ayrıca, oyuncular karşılaştıkları *nerfleme* eylemi gibi THKH m. 8 uyarınca ayıp teşkil eden durumlarda TKHK m. 11 ve m. 15 hükümleri gereğince ayıptan doğan seçimlik haklarını kullanabilecektir. Oyuncular, idari cezalar için reklam kuruluna da başvurabilirler. Reklam kurulu re'sen ya da talep üzerine inceleme yapabilir. Haksız şartın meydana gelmediğinin ispat yükü ticari uygulamayı uygulayan satıcı ya da sağlayıcıdadır. Satıcılar, HTUY m. 29,30 ve 31 hükümleri söz konusu ise aksini ispat ederek sorumluluktan kurtulamaz. Ayrıca, TTK m. 62 hükümleri gereğince özellikle yanıltıcı bilgi verme neticesinde bir haksız rekabet suçu söz konusu ise dava açma hakkı olanların şikayeti üzerine iki yıla kadar hapis ve adli para cezası da söz konusu olabilir.

Kaynakça

- Abut, Ahmet. "Haksız Ticari Uygulama Kavramı Perspektifinden 'Loot Box'". Erişim 25 Ağustos 2024. <https://hukukbulteni.khas.edu.tr/bulten/54>.
- Ağca, Mahmut Enes. "Y ve Z Kuşağına Ait Oyuncuların Dijital Oyunlardaki Şans Paketlerine İlişkin (Loot Box) Değerlendirmelerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma: FIFA Ultimate Team Örneği". *TRT Akademi* 7/16 (Eylül 2022), 1006-1031.
- Aksoy, Mehmet Ali. "2005/29/AT Haksız Ticari Uygulamalar Direktifinde Düzenlenen Haksız Rekabet Halleri ve Uygulama Örnekleri". *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası* 73/1 (Kasım 2016), 279-318.
- Allison, Erik. "The High Cost of Free-To-Play Games: Consumer Protection in the New Digital Playground". *SMU Law Review* 70/2 (Ocak 2017), 449-473. https://scholar.smu.edu/smulr/vol70/iss2/7/?utm_source=scholar.smu.edu%2Fsmulr%2Fvol70%2Fiss2%2F7&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages.
- Arkan, Sabih. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 29. Baskı., 2023.
- ASA, Advertising Standards Authority. "ASA Ruling on Mind Candy Ltd Kararı". Erişim 25 Ağustos 2024. <https://www.asa.org.uk/rulings/mind-candy-ltd-a15-305018.html>.
- Ayhan, Rıza - Çağlar, Hayrettin. *Ticari İşletme Hukuku: Genel Esaslar*. Ankara: Yetkin Yayınları, 2017.
- Babayiğit, Beşir. "Kumar Oynama ve Kumar Oynanması İçin Yer ve İmkan Sağlama Fiilleri". *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi* 34 (Nisan 2018), 283-315.
- Behuria, Sworup. "Microtransactions as a Business Model in Video Gaming Industry: Its Comparison with Traditional Model and Effect on Other Industries". *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4418003>.
- Bozer, Ali - Göle, Celal. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 8. Baskı., 2023.
- Bozkurt, Tamer. *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Yetkin Yayınları, 5. Baskı., 2022.
- Cartwright, Peter - Hyde, Richard. "Virtual Coercion and the Vulnerable Consumer: 'Loot Boxes' as Aggressive Commercial Practices". *Legal Studies Cambridge* 42/4 (Mart 2022), 555-575. <https://doi.org/10.1017/lst.2022.7>.
- Cermak, Daniel. "Micro-Transactions, Massive Headaches: International Regulation of Video Game Loot Boxes". *Michigan State International Law Review* 28/2 (Ocak 2020), 273-322.
- Cerulli-Harms, Annette vd. *Loot Boxes in Online Games and Their Effect on Consumers, in Particular Young Consumers*. Luxembourg: Internal Market and Consumer Protection (IMCO), 16 Temmuz 2020. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU\(2020\)652727_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU(2020)652727_EN.pdf).
- Ceylan, Ebru. "Tüketici Hukukunda Haksız Ticari Uygulamalar ve Uygulama Örnekleri". *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi* 15 (Haziran 2020), 123-147. <https://doi.org/10.18771/mdergi.757341>.
- Clement, Jessica. "Online Gaming". *Statista*. 2024. Erişim 24 Ağustos 2024. <https://www.statista.com/topics/1551/online-gaming/>.

- CMA, Competition and Markets Authority. "CMA Refers Three Children's Online Games to the ASA", 04 Haziran 2015. <https://www.gov.uk/government/news/cma-refers-three-childrens-online-games-to-the-asa>.
- CMA, Competition and Markets Authority. "The OFT's Principles for Online and App-Based Games", 30 Ocak 2014. <https://www.gov.uk/government/publications/principles-for-online-and-app-based-games>.
- Conway, Lorraine vd. "Consumer Protection for Online Gaming". <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CDP-2016-0163/CDP-2016-0163.pdf>.
- Crawford, Chris. *The Art of Computer Game Design*. Berkeley, California: Osborne/McGraw-Hill, 1984.
- Çelik, Emin. "Mobil Oyunların Fikri Mülkiyet Hukukunda Korunması". *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 9/1 (Ocak 2023), 139-152. <https://doi.org/10.54699/andhd.1218431>.
- Doğan, Derya - Özocak, Gürkan. "Dijital Oyunlar, Multimedya Yaratımlar ve Güncel Hukuki Problemler". <https://www.ozocak.com/Dosyalar/b2f71e.pdf>.
- Durmuş, Enes. *Bilgisayar Oyunlarının Türk Hukukunda Korunması*. İstanbul: İstanbul Şehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- Erkin, Eren. *Türk Kumar, Bahis ve Şans Oyunları Mevzuatı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 1. Baskı., 2022.
- European Commission. "Guidance on the Interpretation and Application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council Concerning Unfair Business-to-Consumer Commercial Practices in the Internal Market". Brüksel, 29 Aralık 2021. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(05\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(05)).
- FTC, Federal Trade Commission. "FTC Video Game Loot Box Workshop". https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/staff-perspective-paper-loot-box-workshop/loot_box_workshop_staff_perspective.pdf.
- Gainsbury, Sally vd. "Who Pays to Play Freemium Games? The Profiles and Motivations of Players Who Make Purchases Within Social Casino Games". *Journal of Behavioral Addictions* 5/2 (Haziran 2016), 221-230. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.031>.
- Gambling Commission. *Virtual Currencies, Esports and Social Casino Gaming - Position Paper*. Birleşik Krallık: Gambling Commission, 2017. <https://assets.ctfassets.net/j16ev64qyf6l/4A644HlpG1g2ymq11HdPOT/ca6272c45f1b2874d09eabe39515a527/Virtual-currencies-eSports-and-social-casino-gaming.pdf>.
- Gibson, Erin vd. "The Relationship between Videogame Micro-Transactions and Problem Gaming and Gambling: A Systematic Review". *Computers in Human Behavior* 131 (Haziran 2022), 107219. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107219>.
- Gonzalez, Alan. "The Growing Issue of Unregulated Gambling: Loot Boxes". *Florida State University*. Erişim 25 Ağustos 2024. <https://law.fsu.edu/growing-issue-unregulated-gambling-loot-boxes>.
- Grayson, Nathan. "Blizzard Reveals Overwatch Loot Box Odds In China". *Kotaku Australia* (blog), 05 Mayıs 2017. <https://www.kotaku.com.au/2017/05/blizzard-reveals-overwatch-loot-box-odds-in-china/>.
- Greenspan, David vd. "Video Games and IP: A Global Perspective". Erişim 24 Ağustos 2024. https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2014/02/article_0002.html.

- Griffiths, Mark D. "Is The Buying of Loot Boxes in Video Games a Form of Gambling or Gaming?" *Gaming Law Review* 22/1 (Şubat 2018), 52-54. <https://doi.org/10.1089/blr.2018.2216>.
- Hamari, Juho vd. "Why Do Players Buy In-Game Content? An Empirical Study on Concrete Purchase Motivations". *Computers in Human Behavior* 68 (Mart 2017), 538-564. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.045>.
- Hawley, Josh. ABD Kongre Teklifi, A bill to regulate certain pay-to-win microtransactions and sales of loot boxes in interactive digital entertainment products, and for other purposes (Kanun No. 116th Congress (2019-2020)). S. 1629. Erişim 24 Ağustos 2024. <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/1629>.
- Hildeman, Kiara. "Glorified Gambling: Moral and Legal Issues Within the Gacha Gaming Industry". *Washington Journal of Law, Technology & Arts*. <https://wjta.com/2022/12/07/glorified-gambling-moral-and-legal-issues-within-the-gacha-gaming-industry/>.
- Howells, Geraint vd. *European Fair Trading Law*. Londra: Routledge, 1st Edition., 2016. <https://doi.org/10.4324/9781315580890>.
- Karakehya, Hakan. "Kumar Oynanması İçin Yer ve İmkan Sağlama Suçu". *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi Prof.Dr. Nur Centel'e Armağan* 19/2 (Aralık 2013), 699-713.
- Karasu, Rauf vd. *Fikri Mülkiyet Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 7 Baskı., 2023.
- Karasu, Rauf - Zorluoğlu Yılmaz, Ayça. "Fahiş Fiyatın Sözleşmenin Geçerliliğine Etkisi". *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 27/4 (Ekim 2023), 65-99. <https://doi.org/10.34246/ahbvuhfd.1310689>.
- Karimov, Elanur. "Bilgisayar (Video) Oyunlarının Fikir ve Sanat Eserleri Kapsamında Korunmasında Uygun Eser Kategorisi Sorunu". *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi* 7/1 (Haziran 2021), 93-110.
- Kaya, Muhammed Afif. *Video Oyunlarının Fikir ve Sanat Eserleri Hukukunda Korunması*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018.
- Kaynak Koç, Selva - Tevetoğlu, Mete. "Bilgisayar Oyunlarının Telif Hakkı Korumasından Yararlanması". *Fikri ve Sınai Haklar Dergisi* 8/30 (Temmuz 2012), 55-91.
- Kepek, Almıla. "Türk Hukukunda Saldırgan Satış Yöntemleri". *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 7/2 (Temmuz 2021), 395-410.
- King, Daniel L. vd. "Unfair Play? Video Games as Exploitative Monetized Services: An Examination of Game Patents from a Consumer Protection Perspective". *Computers in Human Behavior* 101 (Aralık 2019), 131-143. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.017>.
- Koeder, Marco Josef vd. "Lootboxes" in Digital Games - A Gamble with Consumers in Need of Regulation? *An Evaluation Based on Learnings from Japan*. 22nd ITS Biennial Conference, Seoul 2018. Beyond The Boundaries: Challenges For Business, Policy And Society. International Telecommunications Society (ITS), 2018. International Telecommunications Society (ITS), RePEc - Econpapers. <https://econpapers.repec.org/paper/zbwitsb18/190385.htm>.
- Koral, Fahriye - Alptekin, Kamil. "Dijital Oyun Bağımlılığı: Bir Derleme Çalışması". *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11 (Ekim 2023), 283-308. <https://doi.org/10.54557/karataysad.1237807>.

- Kovšca, Vladimir vd. "The Impact of Microtransactions on the Development of Computer Game Business Models". *EMC Review - Časopis Za Ekonomiju - APEIRON* 26/2 (Ekim 2023). <https://doi.org/10.7251/EMC2302462K>.
- Koyuncu, Alper Çağlar. *Tüketici Hukuku Çerçevesinde Haksız Ticari Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 1. Baskı, 2022.
- Kuchera, Ben. "Apple Adds New Rules for Loot Boxes, Requires Disclosure of Probabilities". *Polygon* (blog), 21 Aralık 2017. <https://www.polygon.com/2017/12/21/16805392/loot-box-odds-rules-apple-app-store>.
- Kulular İbrahim, Merve Ayşegül. *Teknolojik Gelişmelerin Negatif Yönü: Hukuki Açıdan Planlı Eskitme*. Ankara: Adalet Yayınevi, 1. Baskı, 2021.
- Lapuz, Jeffrey - Griffiths, Mark D. "The Role of Chips in Poker Gambling: An Empirical Pilot Study". *Gambling Research: Journal of the National Association for Gambling Studies* 22/1 (Haziran 2010), 34-39. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:167457869>.
- Mann, Alexander. "Pseudo-Gambling and Whaling: How Loot Boxes Pray on Vulnerable Populations and How to Curtail Future Predatory Behavior". *Washington Journal of Law, Technology & Arts* 15/3 (Haziran 2020), 200-246. https://digitalcommons.law.uw.edu/wjlta/vol15/iss3/4/?utm_source=digitalcommons.law.uw.edu%2Fwjta%2Fvol15%2Fiss3%2F4&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages.
- Okan, Neval. "Saldırgan Satış Yöntemlerine Karşı Tüketicilerin Korunması". *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 2/4 (Ekim 2016), 73-85.
- Özen, Miyale Tanla. *Haksız Rekabetin Elektronik Ortamda Görünüm Biçimleri*. İstanbul: Galatasaray Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2023.
- Petrovskaya, Elena - Zendle, David. "Predatory Monetisation? A Categorisation of Unfair, Misleading and Aggressive Monetisation Techniques in Digital Games from the Player Perspective". *Journal of Business Ethics* 181/4 (Aralık 2022), 1065-1081. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04970-6>.
- Ramos, Andy vd. *The Legal Status of Video Games : Comparative Analysis in National Approaches*. İsviçre: World Intellectual Property Organization (WIPO), 2013. <http://tind.wipo.int/record/28964>.
- Savaş, Firdevs. *Haksız Rekabet Hukukunda Saldırgan Satış Yöntemleri*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018.
- Savaş, Firdevs. "Reklam Vasıtasıyla Ortaya Çıkan Saldırgan Ticari Uygulamalar". *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 18/2 (Kasım 2017), 227-248.
- Schuurman, Kim. *Game Design: No Child's Play*. Utrecht, Hollanda: Utrecht University, Yüksek Lisans Tezi, 2023. https://defenceforchildren.nl/media/6897/msc-thesis-game-design_k-schuurman-utrecht-university-2023.pdf.
- Schwiddessen, Sebastian - Karius, Philipp. "Watch Your Loot Boxes! – Recent Developments and Legal Assessment in Selected Key Jurisdictions from a Gambling Law Perspective". *Interactive Entertainment Law Review* 1/1 (Haziran 2018), 17-43. <https://doi.org/10.4337/ielr.2018.01.02>.
- Sezgin, Serra - Uzunoglu, Sarphan. "Loot Box Ekonomisi ve Dijital Karaborsalar: Fifa Örneği". *The Journal of Social Science* 6/11 (Şubat 2022), 125-138. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.1059661>.

- Sharledow, Cole. "Gamble-to-Win: Regulating Video Game Loot Boxes Under the FTC's Unfair and Deceptive Practices Doctrines". *J. Bus. & Tech. L.* 18/2 (Mayıs 2023), 331-352. <https://digitalcommons.law.umaryland.edu/jbtl/vol18/iss2/7/>.
- Sinanoglu, Asena. "Saldırgan Ticari Uygulamaların Tüketici Hukukunda İncelenmesi ve Konunun Haksız Rekabet Boyutu". *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 13/1 (Haziran 2022), 1-15. <https://doi.org/10.21492/inuhfd.981631>.
- Spence-Jones, George - Xiao, Leon Y. "Loot Boxes – Video Gaming Industry's Hidden Treasure or a Pandora's Box That Misleads Consumers?", 1-8. <https://goughsq.co.uk/wp-content/uploads/2020/11/Article-Loot-Boxes-November-2020.pdf>.
- Tevetoğlu, Mete. "Eski ama Eskimeyen Bir Tartışma 'Loot Box'". *Tevetoglu Legal*. 10 Ekim 2019. Erişim 24 Ağustos 2024. <https://www.tevetoglu.av.tr/tr/yayinlar/eski-ama-eskimeyen-bir-tartisma-loot-box-2022-05-22-105824>.
- Topçuoğlu, Metin. "Türk Ticaret Kanunu ve Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Açısından Haksız Ticari Uygulamalar". *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi* 7/24 (Ocak 2016), 15-57. <https://www.jurix.com.tr/article/23538?u=0&c=0>.
- Uysal, Emin Hamdi. *Fikri Mülkiyet Hukukunda Bilgisayar Oyunlarının Korunması*. Ankara: Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Ülgen, Hüseyin vd. *Ticari İşletme Hukuku*. İstanbul: XII Levha Yayınları, 5. Baskı., 2015.
- Van Rooij, Antonius J. vd. "Behavioral Design in Video Games: A Roadmap for Ethical and Responsible Games That Contribute to Long-Term Consumer Health and Well-Being". *Trimbos Institute, Eindhoven University of Technology & Leiden University for the Dutch Ministry of the Interior and Kingdom Relations* 2/2 (Haziran 2024), 1-3. <https://doi.org/10.1145/3672088>.
- Video Games Europe. "Public Consultation for the Fitness Check of EU Consumer Law on Digital Fairness", Şubat 2023. <https://www.videogameseurope.eu/wp-content/uploads/2023/10/Video-Games-Europe-reply-to-the-Digital-Fairness-REFIT-consultation-policy-paper-FINAL.pdf>.
- Walker, Alex. "Victoria's Gambling Regulator: Loot Boxes 'Constitute Gambling'". *Kotaku Australia* (blog), 22 Kasım 2017. <https://www.kotaku.com.au/2017/11/victorias-gambling-regulator-loot-boxes-constitute-gambling/>.
- Welsh, Oli. "\$25 WOW Horse Makes Millions". *Eurogamer.net*. 22 Nisan 2010. Erişim 24 Ağustos 2024. <https://www.eurogamer.net/usd25-wow-horse-makes-millions>.
- Willett, Chris. "Fairness and Consumer Decision Making under the Unfair Commercial Practices Directive". *Journal of Consumer Policy* 33/3 (Eylül 2010), 247-273. <https://doi.org/10.1007/s10603-010-9128-3>.
- Yetiş, Hakan. *Video Oyunlarının Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku Kapsamında Değerlendirilmesi*. İzmir: İzmir Ekonomi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Zagal, José Pablo vd. "Dark Patterns in the Design of Games". *International Conference on Foundations of Digital Games*, 2013. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:17683705>.
- FSEK, Fikri ve Sanat Eserleri Kanunu (Kanun No. 5846). Resmi Gazete 7981. (05 Aralık 1951). Erişim 24 Ağustos 2024. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.3.5846.pdf>.

2005/29/AT Direktifi, Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında 11.6.2005 tarihli 2005/29/AT sayılı Avrupa Birliği Direktifi. (11 Haziran 2005). Erişim 24 Ağustos 2024. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>.

“Highlights of the Predatory Gaming Announcement”. haz. Chris Lee. Yayın Tarihi 21 Kasım 2017. https://www.youtube.com/watch?v=_akwFRuL4os.

“Oyun Sektörü Raporu 2023”. Gaming In Turkey, 2023. <https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr#raporuindir>.

“Star Wars Battlefront II”. Erişim 24 Ağustos 2024. <https://www.metacritic.com/game/star-wars-battlefront-ii/>.

HTUY, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği (Kanun No. Resmi Gazete 29232). (10 Ocak 2015).

Makale Bilgi Formu

Yazarın Katkıları: Makale tek yazarlıdır. Yazar makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Telif Beyanı: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.