

Avukatların Reklam Yasağı Nasıl Olmalı?

Av. Şamil Demir*

Türk avukatların mesleklerini yaparken başka ülkelerdeki emsallerinden en büyük farklarını oluşturan düzenlemelerden biri olarak reklam yasağımızdan bahsedebiliriz. Av.tr sitesi olan ya da başka sitelerin yayınlanmasında emeği geçen avukatlardan, göze batıp reklam yasağının dışlileri arasına takılmamış olanı pek azdır.

Reklam yasağı adı altındaki katı düzenlemenin ilk etkisi, Avukatlık gibi rekabetin yoğun olduğu bir meslekte, avukatların bilgi beceri ve uzmanlıkları ile değil, fiyatlarıyla rekabet etmelerine yol açmasıdır. Ayrıca bu yasaklar iş alanını ifade edemeyen avukatın istemediği işlerle uğraşması, ekonomik kaygılarla, hukuki kapsam olarak dağılık gelen işleri reddedememesi, her konuda az çok ama tam olarak bilgi sahibi olmayan avukatların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Av.tr...

Reklam yasağının en dikkat çeken unsurlarından birisi av.tr alan adı kullanma zorunluluğuna yönelik tercihtir. Türkiye Barolar Birliği alan adı tescili konusunda elinden gelen kolaylığı sağlasa, bu alan adı avukatlar tarafından bir nebze kabul görmüş olsa da hala bilinen bir uzantı değildir. Tescil işlemlerinin üzerinden yürütüldüğü “nic.tr” çok kısıtlı DNS imkânları sağlamaktadır. Örneğin bir avukat internet sitesi istemeyip sadece av.tr uzantılı bir e-posta hesabı kullanmayı tercih ettiğinde, önce alan adını nic.tr den bir dns’e, oradan da e-posta hizmetini alacağı sunucuya yönlendirmesi gerekmektedir. Hâlbuki com, net, org

gibi alan adlarının tescilini sağlayan birçok firma bu ve birçok yan hizmeti ücretsiz olarak sağlamaktadır.

Türkiye’deki avukat sayısına oranla tescil edilmiş av.tr uzantılı alan adlarının sayısı bu alan adının kullanımındaki başarısını gözler önüne serecektir. Eminim ki bütün avukatlar av.tr uzantılı da olsa bir internet sitesine sahip olmak isteyecektir. Buna hayır diyecek bir avukat olamaz. Eğer öyleyse neden hala hepsinin internet sitesi yok? Sebepleri, çoğu avukatın av.tr uzantısından hoşlanmaması, “sitem olsa içine ne yazacağım ki” demesi, tescil işlemlerinin diğer alan adlarına göre çok zor olması, güvenilir site tasarım ve hosting şirketlerinin az olması, kendini ispatlamış olanların pahalı olması, deyim yerindeyse avukatları kazıklamaları gösterilebilir. Pahalılığın ve gelişmemişliğin bir sebebi de Türk internet sektörünün ABD ve Avrupalı rakiplerinin kalite ve fiyatlarıyla rekabet edememeleridir.

Olsa da olur olmasa da...

Türk avukatların internetteki varlığı hem yayın kalitesi, hem alan adı, hem de içerik olarak içler acısı durumdadır. Yayında olan neredeyse her avukat sitesinde yasaklar açısından sıkıntılar göze çarpmaktadır. Yasak olmasaydı yapılanlar etik olur muydu diye düşündürecek uygulamalarla da karşılaşmak mümkün. Örneğin avukatın sitesine reklam alması, haber sitesi veya ajansların haber akışlarını yayınlaması, kaynak göstermeden ve alıntı usullerine uyulmadan başkalarına ait yazı ve makalelerin yayınlanması, müvekkillerin listesinin yayınlanması, “basında biz” köşesi gibi... Reklam yasağının varlığına rağmen baş edilemeyen bu davranışlar, aşırı rekabetle birlikte bazı

1 Avukat, Ankara Barosu

risklerin avukatlarca göze alınmasının bir sonucudur. **Legal 500**¹ de reklam yapan “büyük büroların” canını sıkmamak için biz orta halli avukatlara da uygulanmayan (!) reklam yasağı, Osmanlı döneminden Cumhuriyet dönemine geçişte yürürlükte kalmış, unutulduğu için uygulanmayan mevzuat gibi anlamsız kalmaktadır.

Avukatların ifade hürriyeti geliştirilmelidir

Amacını avukatların “iş elde etmek için reklam sayılabilecek her türlü girişim ve eylemde bulunmalarının önlenmesi” olarak açıklayan yönetmelik, bu amacını aşan kapsam ve ayrıntıda düzenlemeler getirmiştir. Her ne kadar Yönetmeliğin 9. maddesi avukatların, internet dâhil, teknolojinin ve bilimin olanak tanıdığı her tür ortamda avukatlık mesleğinin onur ve kurallarına, avukatlık unvanının gerektirdiği saygı ve güvene, Türkiye Barolar Birliği tarafından belirlenen “Avukatlık Meslek Kuralları”na aykırı olmayacak şekilde **kendisini ifade etme hakkına sahiptir**” hükmünü barındırsa da bu hüküm getirilen kısıtlamalar nedeniyle “**yasak savmaktan**” ileri gidememiştir. “Kendini ifade etme hürriyetine sahiptir” ifadesi, avukatın ilerleyen maddelerde kuşa çevrilen ifade hürriyetini düzenlemektedir.

Peki savunmanın temel unsuru olan avukatın “ifade hürriyetini” kısıtlayan reklam yasağı “makul” bir şekilde yeniden düzenlense nasıl olmalıydı? Şahsen böylesine sıkıntılar yaratan bir düzenlemenin maddeleriyle mücadele ederken makulün ne olduğunu pek net düşünmediğimi fark ettim. Bu öyle bir düzenleme olmalıydı ki hem her avukatların gönüllü bir biçimde uymaya razı olacağı, üzerinde mümkün olduğunca az tereddüt olan, yorum sorunları olmayan daha az ayrıntılı ve günümüz gerekliliklerine uygun...

Saha / mevzuat araştırması yapılmalıdır

Ülkemizde hala Kanun yapma tekniğinin gerekleri olan sosyolojik tahlil, hukuki risk analizi, gerçekleştirme denemeleri ve ihtiyaçlar göz önüne alınmadan, gerçeklerden uzak düzenlemeler yapılmaktadır. Bunun bir sebebi de Cumhuriyetin başından beri kanunlarımızın çeviri usulü hazırlanmasıdır. Avukatlık Kanunumuz, Alman Avukatlık Kanununun bir çevirisidir. Almanya’da son yıllarda yasama ve yargıda

gözlemlenen serbestleştirici yaklaşım sonucunda; 2 Eylül 1994 tarihinden itibaren avukatlar için objektif, aldatıcı olmayan ve bilgi verici reklamlara sınırsız izin verilmeye başlanmıştır. Anlaşılacağı üzere biz kanunlarını aldığımız ülkelerdeki kanun yapma sürecini hiç yaşamadan ve kaynak ülkelerdeki gelişmelerle bağımızı kopararak hukuk yaşantımızı sürdürmekteyiz. Durum böyle olunca, kanunlardan başlayan bu eksiklikler onların uygulanmasını sağlayacak yönetmeliklere de doğrudan etki etmektedir. Bu nedenle yeni bir yönetmelik hazırlanırken yurt dışındaki, özellikle kara avrupası sistemine tabi, Almanya, Fransa; İsviçre gibi ülkelerdeki düzenlemelerin dikkate alınması yanında, Türk avukatların ihtiyaçlarını ve çalışma şartlarını, etik anlayışlarını tespit edecek sosyolojik temelleri olan bir saha araştırması yapılmalıdır. Böylece:

- Türk Avukatların reklamdan ve tanıtımdan ne anladığı,
- hangi fiilleri etik bulup hangilerini bulmadıkları,
- hangi orandan internet sitesi sahibi olunduğu,
- bu internet sitelerinde genellikle nelere yer verildiği,
- toplam site sayısına oranla yüzde kaçının ihlal sayılabilecek unsurlar içerdiği,
- avukatların hangi orandan av.tr uzantılı e-posta adresi kullandığı,
- tabelalardaki tercihlerinin ne yönde geliştiği,
- tabelalarda ve basılı kağıtlarda kullanılan avukatlık bürosu, hukuk bürosu ve avukatlık ortaklığı ifadelerinin oranı ve bunların gerçeği yansıtıp yansıtmadığı,
- avukatlık bürosu ve hukuk bürosu ibarelerinden hangisinin yönetmelikte kabul görmesini istedikleri,
- avukatların; internet sitelerinde, basılı kağıtlarında ve tabelalarında neleri ifade etmek isteyip de yasaklar nedeniyle kaçınmak zorunda kaldıkları
- avukatların kaçının kendi sitesi dışındaki bir sitede makale yayınladığı,
- kaçının şimdiye kadar bir televizyon programına katıldığı veya röportaj verdiği,

1 <http://www.legal500.com/c/turkey>

araştırılarak, en doğru ve ihtiyaçları karşılayan bir düzenleme yapılabilecektir. Ayrıca çerçevesi avukatların ihtiyaç ve anlayışlarına göre belirlenmiş bir yönetmeliğe uyma konusunda daha ciddi davranılacağı ve yaptırımlara gösterilen tepkilerin en aza ineceği şüphesizdir. Eğer bir Avrupa ülkesinin avukatlara yönelik reklam düzenlemeleri esas alınacaksa yukarıda bahsettiğim araştırma neticesinde elde edilecek veriler, o düzenlemenin ülkemiz şartlarına uyarlanmasında büyük kolaylıklar sağlayacaktır.

Bir Reklam Yönetmeliğinde Olması ve Olmaması Gerekenler

Reklamın tanımı

Her hukuki düzenlemede amaç, kapsam ve tanımlar başlıklarına rastlamak mümkündür. Reklam Yasağı Yönetmeliği amaç ve kapsamı belirlemeye çalışmakla birlikte çok önemli bir unsur gözden kaçırılmıştır. O da “Reklamın Tanımı”dır. Hayatımızın her köşesinde var olduğu için herkesin ne olduğunu bildiğini varsaydığımız reklamın tanımının yapılamamış olması, bugün birçok yorum zorluklarına neden olmakta, reklam; niyete göre kimi yerde geniş, kimi yerde dar değerlendirilebilmektedir. Bu tanımın yapılması ve “reklam” ile “tanıtım” arasında kesin bir çizgi çizilmesi gerekmektedir. Böylece “reklam sayılabilecek her türlü girişim ve eylem”in tespitindeki güçlükler de giderilebilecektir.

Reklam, bir mal ve hizmete talep yaratmak amacıyla gerçekleştirilen “aktif” bir eylemdir. Reklam, “para karşılığı” reklam veren ve reklamı yayınlayan tarafların varlığını ortaya çıkarır. Yoksa zaten avukata ihtiyaç duyan kişilerin, doğru avukat seçiminde yararlanabilecekleri “tanıtıcı” bilgileri barındıran bir avukatlık sitesinin pasif halinin, reklam olarak değerlendirilmesi amacını aşan bir yorum olacaktır.

Sadece Türkiye’de mi yasak?

Yönetmelik gereği işlenen fiillerin coğrafi tanımı da açıkça belirtilmelidir. Buna göre Türkiye’de hiçbir reklam faaliyetinde bulunmayan ancak, Alman ve ABD gazete ve internet sitelerine reklam veren meslektaşlarımızın bu fiillerinin yasak kapsamında değerlendirileceğini bilmeleri gerekecektir.

Reklam yasağı yönetmeliği mi, meslek kuralları mı?

Meslek kurallarının geçmişinin eskiye dayandığı ve günümüz gerçeklerini yansıtmadığı, çoğu maddesinin anlamını yitirdiği tartışmasızdır. Meslek kurallarının içerisindeki reklam yasağına ilişkin düzenlemeler çıkarılarak bu konudaki dağınıklığın giderilmesine ihtiyaç vardır. Meslek Kurallarında olmadığı için reklam yasağı yönetmeliği içerisinde düzenlenen meslek kuralı niteliğindeki düzenlemeler de meslek kurallarına taşınmalıdır. Örneğin reklam yasağının amacı, yönetmeliğin 1. maddesinde düzenlenen şu ifadelerle tanımlanabilir mi?:

“...avukatlık sıfatının gerektirdiği saygı ve güvene yakışır şekilde hareket etmelerini, yargılama faaliyetindeki yerlerini ve işlevlerini olumsuzlaştıracak ve yargının görünümünü bozacak davranışlardan kaçınılmasını sağlamaktır.”

Böyle bir düzenleme olsa olsa meslek kuralları içerisinden bir anlam ifade edebilirdi.

Hukuk bürosu muamması...

Sokakta yürürken kafamızı kaldırıp tabelalara baktığımızda birçok “**hukuk bürosu**” tabelasıyla karşılaşırız. Kimilerinde hukuk bürosu ibaresinden sonra sadece bir avukatın adı, kimilerinde ise büroda çalışan avukatların isim listesi bulunuyor. Bu uygulama o kadar yaygın ki neredeyse olağan kabul edilmekte. Ancak yürürlükte olan “**reklam yasağı yönetmeliği**” miz bu durumu da düzenliyor ve yasaklıyor...:

“**Madde 5** - ... Aynı büroda birlikte çalışma halinde, avukatlardan birinin veya bir kaçının adı ve soyadı veya sadece soyadı yanında “avukatlık bürosu” ibaresinin ve avukatlık ortaklığı halinde de; ortaklık sözleşmesinde belirtilen ortaklığın adı ve unvanı yanında “avukatlık ortaklığı” ibaresinin de yer alması zorunludur...”

Yönetmeliğimize göre, birlikte çalışan avukatların bürolarına verebilecekleri isim, avukatlardan birisinin ya da bir kaçının adı, soyadı olabilecek. Ancak yönetmelikte düzenlendiği gibi belirlenecek ad veya soyadların yanında sadece “avukatlık bürosu” ibaresi kullanılabilecektir. Aslında kanıksadığımız “hukuk bürosu” ibaresi bu yönetmelik düzenlemesine göre yasaklanmış durumda. Baro disiplin kurulu kararları

da “hukuk bürosu” ibaresini kullanmanın reklam yasağı ihlali olarak değerlendirildiğini gösteriyor. Her ne kadar yurt dışındaki örneklerden görmeye alıştığımız “law firm”, “law office” şeklindeki ifadelerin tam çevirisi “hukuk firması”, “hukuk bürosu” da olsa, yönetmelik Türkiye için kendine has bir düzenleme getirerek, farklı bir uygulama tercih etmiştir. Bizim yönetmeliğimizde düzenlenen “avukatlık bürosu” ibaresi de “advocacy office” olarak çevrilebilir. Ama İngilizcede hiç böylesi bir kullanıma rastlamak mümkün değildir. Ayrıca baro disiplin kurulları, tek başına çalışan avukatın kullandığı “hukuk bürosu” ifadesini, bu büronun, birden çok avukatın çalıştığı büro olarak algılanabileceği için, yanıltıcı nitelikte bularak disiplin cezası verebilmektedirler.

Hukuk bürosu ifadesinin yoğun kullanımı, yönetmelik hükmünün belirlediği “avukatlık bürosu” ifadesinin de dilimize yerleşmemesi karşısında “avukatlık bürosu” ibaresinin kullanılması ısrardan vazgeçmesi gerekir. Bir binadaki 20 avukatın tabelalarının 2/3 ünde ” X hukuk bürosu” yazıyorsa bu uygulamanın yerleşmediğini kabul etmek gerekir. Büro isimlendirilmesi konusunda kendisine hiç de itibar edilmeyen yönetmeliğin, diğer hükümlerinin saygınlığının sağlanması, kabul görmeyen konularda iyileştirme ve düzenleme yapılmasına bağlıdır.

Avukatlık meslek kurallarında “Genel Kurallar” başlığı altında 11. paragrafta, reklamdan ve “**hukuk bürosun**”dan bahsedilmektedir. 1971 ‘den bu yana yürürlükte olan meslek kuralları, içerisinde geçen “hukuk bürosu” ibaresinin kullanılmasını sağlamış ve bu ifadeyi meşrulaştırmıştır. 40 yıla yakın bir sürede zihinlerde yerleşen ve hala mevzuatta adı geçen hukuk bürosu ibaresi yerine, çeşitli dillere çevrildiğinde hiçbir karşılığı ve anlamı olmayan “avukatlık bürosu” (advocacy office) ve “avukatlık ortaklığı” ifadelerinin yerleştirilmeye çalışılması başarısız olmuştur. Avukatların tabelalarının göreceli olarak yarısından fazlasında “hukuk bürosu” yazması da düzenlemenin başarısını anlatmaktadır. TBB sitesinde de “Yabancı **Hukuk Bürolarıyla** İlgili Çalışmalar²” dan bahsediliyor olması, avukatlık bürosu ve ortak-

lığı ibarelerinin meslek birliğimiz de dahil kimsenin içine sinmediğinin göstergesidir.

Avukatın tabelası

Günümüzde büyük şehirlerde avukatların tabelasını gören kimse o büroya gitmemektedir. Tabelanın işlevi, adresini bilip bürosuna gittiğimiz avukatın o binadaki yerini anlamamızı sağlamasından ileri gidememektedir. Ancak bu durum küçük yerlerde ve turizm bölgelerinde aynı değildir. Avukatların tabelalarında İngilizce, Fransızca ve Almanca dillerinde avukat, ya da avukatlık bürosunun karşılığını yazabilmeleri gerekir. Özellikle turizm bölgelerinde yoğun ihlal nedeniyle anlamını yitirmiş olan yasağın, birliği sağlamak ve ihtiyacı gidermek için genişletilmelidir. Çünkü özellikle tatil bölgelerinden yabancıların avukat ihtiyaçlarını sağlaması açısından kendi dillerinde yazılmış avukat ibaresinin faydası olacaktır. Görülebilme kolaylığı açısından ihtiyaç varsa tabelanın tabanı ışıkla aydınlatılabilir, tabelanın tasarımında renklerine kadar varan düzenlemeden vazgeçilerek bu konuda özgürlük sağlanmalıdır.

Basılı evrak

“*Başlıklı kağıtlar, kartvizitler ve diğer basılı evrak, reklam niteliği taşıyacak aşırılıkta olamaz*” düzenlemesi yapılacak reklam tanımı ile anlamsız hale gelecektir. Çünkü belirlenen şartlardan fazlasını içermeyen tasarımların “aşırılığını” belirlemek ve bu konuda bir standart geliştirmenin imkânı yoktur. Yoksa işin sonu kabartmalı kâğıt kullanılmayacağından kartvizitlerdeki yazıların karakterinin hangisinin “aşırı” olacağına kadar varacaktır... Avukatlar kendilerine özgü tasarımlarla, içerisinde bayrak veya herhangi bir yasa dışı unsur içermeyen amblem ve şekil kullanabilmelidirler. Bu durum bir tabu haline getirilmemeli, avukatların kendi tarzlarını geliştirmelerine izin verilmelidir.

Meslekleşmesi öngörülen arabuluculuk mesleğinin avukatlıkla bağdaşan işler olabilmesi için Avukatlık Kanununda ve Reklam Yasağı Yönetmeliğinde düzenlemeye gidilmeli, avukat ile arabulucu sıfatlarının bir arada kullanılmasının önü açılmalıdır.

Medya ilişkileri

Avukatların medya ilişkileri en çok kontrolden çık-

2 http://www.barobirlik.org.tr/calisma/haberler/yabanci_hukuk_burolari/index.aspx

mış konulardandır. Çünkü popüler davalarda görev alan meslektaşlarımız, medyada boy göstermekten hiç çekinmemektedirler hatta bunu fırsat bilmektedirler. Baroların üyelerini takip etmeleri fiilen mümkün görünmemekte, bu tür ihlaller ancak şikâyet halinde değerlendirilmektedir. Denetimin ve uygulama birliğinin sağlanabilmesi için, Barolar Birliği'nin yaptığı gibi Barolar da, medya takip ajanlarıyla anlaşarak, bölgelerindeki yayınların, demeçlerin değerlendirilmesini sağlayabileceklerdir.

Avukatların mesleki gelişimlerinin sağlanması ve vatandaşımızın avukata gitmeye özendirilmesi medya imkânları kullanılarak özendirilmesine bağlıdır. Bu nedenle kişisel tanıtımdan çok kamu yararı ve mesleki çıkar gözetilen yayın ve programlarda avukatların katılımı bu programları düzenlemeleri ve yönetmeleri özendirilmelidir. Ceza vermek yerine desteklemek yönünde bir anlayış geliştirilmelidir.

Avukatların televizyonlarda kitlelere ücretsiz danışmanlık yapmaları anlamına gelecek soru – cevap programlarına katılımı yasaklanmalıdır. Planlı şekilde sunulan televizyon programlarına katılmanın söz konusu olması halinde, katılımı barolara bildirim yükümlülüğü getirilmeli, böylece denetim imkânları artırılmalıdır. Çeşitli internet sitelerinde, avukatların bürosunda ücret karşılığı vermesi uygun olan bilgilerin alenen paylaşılmasını sağlayarak meslektaşların iş imkânlarının kısıtlanmasına neden olunmasının önüne geçecek düzenlemeler yapılmalı, “hukuki danışmanlık” anlamına gelecek yayınlar yapan video paylaşım siteleriyle mücadele edilmeli³, meslektaşlarımızın bu videoların çekimine katılmamalarını sağlayacak düzenlemeler yapılmalıdır. Bilincin gelişmesi ve uygulamanın oturması ile birlikte ayrıntılı düzenlemelerden vazgeçilerek kurallar sadeleştirilmelidir.

Son olarak İstanbul'da bir uluslararası etkinliğe “ünlü” bir avukatlık bürosunun sponsor olduğu olaydaki gibi, bir çok avukatı derinden rahatsız eden, kuralların uygulanmasında avukatlar arasında çifte standart olduğu yönünde izlenim veren sponsorluk ve bağış ve benzeri uygulamalarının duyurulması yasaklanmalıdır.

3 www.uzmantv.com

İnternet

Avukata [av.tr] ‘den başka sitede hukuki yazı yazmak yasak

Düşüncelerini, makalelerini, bilimsel çalışmalarını internet ortamında yayınlamak isteyen her avukatın kafasına şu takılır: **acaba reklam yasağına aykırı olur mu?** Bir avukatın canını mı sıkmak istiyorsunuz? Önce sitesi var mı diye bakın. Orada mutlaka bir yanlışlık bulursunuz. Ya web tasarımcısından kaynaklanıyordur. Ya da çoğu avukat gibi o avukat da, uzun yönetmeliği baştan sona okuma fırsatı bulamamıştır. Şahsen avukatların “avukat” sıfatlarını kullanmadan hukuk sitesi açabileceklerini düşünüyorum. Ama bunun aksini düşünen avukat sayısı hiç de az değil. Ayrıca yazılan her yazının da sadece reklam yasağına karşı gelmek için yazıldığını düşünmek, iyi niyetli olmayacaktır. Hukuk dergilerinin okunurluğu ve ulaşılabilirliği de düşünüldüğünde, internet kaynakları daha da çok önem kazanıyor. Hukukun gelişimi yeni fikirlere açık olmaya bağlı olduğuna göre, avukatların çalışmalarını her ortamda olduğu gibi internet siteleri yoluyla da duyurabilmesinin önü açılmalıdır. Yasak korkusuyla yayınlanmayan makalelerin hukuk hayatımıza ne gibi bir faydası olacaktır?

Yönetmelikteki avukatlar “**mesleki makalelerini ve bilimsel çalışmalarını yayınlamak amacıyla yalnızca [av.tr] uzantılı internet sitesi açabilir**” hükmü aslında avukatın kendilerine ait ve makalelerini yayınladıkları site dışında, avukatların bir araya gelerek açacakları ve çalışmalarını yayınlayacakları “**hukuk sitelerinin**” de önünü kapatmaktadır. Bu durumda makalesini kendi [av.tr] sitesinde değil de internette sayısı diğer ülkelerle karşılaştırıldığında utandıracak derecede az olan hukuk sitesinde yayınlayan avukat, yasağı ihlal etmiş mi olacaktır? Maalesef öyle görünüyor.

Bahsettiğim engeller, avukatlar tarafından çalışma ve makale yapılması konusundaki motivasyonu da oldukça kötü etkileyecek bir etkidir. Böyle bir ortamda hukuk camiası, genellikle akademik kariyer yapan hukukçular tarafından yazılan, gereksiz ayrıntılar ve atıflar içeren, soğuk ve okuması zor, uygulamadan çok uzak, ütöpik ve hatta yazılmak için yazılmış çalışmalara mahkum olacaktır. En değerli

makaleleri yazabilecek uygulayıcı avukatlar ise yasak nedeniyle bunu aklına getiremeyecektir.

“Herkes [av.tr] sitesinde çalışmasını yayınlatabilir neden tartışıyorsunuz ki” diyen yasak taraftarlarına da şunu hatırlatmak gerekir: Her avukat yazı yayınlamak için [av.tr] alan adı mı almak zorundadır? Alan adı ve hosting ve dizayn maliyetine katlanabilen avukatlar çoğunluğun içinde ne kadarlık bir yüzdeyi teşkil eder? Kaldı ki buna girişen meslektaşlarımız her yeni yazı ve çalışmasını eklemek ve düzetmek için neden teknik desteğe ihtiyaç duysunlar? Piyasadaki dizayn ve hosting şirketlerinin avukatlar için hazırladıkları hangi şablon avukatın kendi yönetiminde makale yayınlamasına elverişlidir? Mümkün olan en az disk alanı ve internet trafiği ile en çok parayı kazanmaya çalışan bu şirketler, avukatların bu yöndeki isteklerini karşılamaya gönüllü olacaklar mıdır? Bu sorunlardaki belirsizlikler görünürde her avukata tannan “av.tr özgürlüğünün” aslında avukatların çalışma yapmasını ve kendisini ifade etmesini engelleyen bir hal aldığını gösteriyor.

Yönetmelikteki arama motorlarına kayıta kullanılabilecek keyword lere ilişkin düzenleme de geçerliliğini yitirmiştir. Çünkü artık hiçbir arama motoru keywordleri dikkate almamaktadır.

Aslında avukatların neredeyse %90 ı [av.tr] uzantılı mail adresi kullanmayarak reklam yasağını ihlal ediyor. Belki de avukatların internet sitelerindeki yeknesaklığı sağlamak için düşünülen [av.tr] siteleri konusundaki düzenleme, e-posta hesapları için de zorunlu tutularak kapsam gereğinden geniş tutulmuştur. Gmail, hotmail gibi ücretsiz ve geniş olanaklar tanıyan e-posta hizmetleri varken, neden alan adı tescilli ve mail server hesabı açmayı gerektiren, web mail ve pop desteği, barındırma alanı tatmin edici olmayan ve söylemesi yazması da bir o kadar zor olan [av.tr] maili kullanmak zorunda kalalım...?

Şahsen avukatların hangi alanlarla uğraştıklarını ifade edebilmeleri gerektiğine inanıyorum. Ancak yönetmelikte yasak olduğu düzenlenmesine rağmen, [av.tr] sitelerde **“hukukun bütün dallarının” uğraş alanı** olarak listelendiğiyle karşılaştığımda, bu yönde yapılacak olan iyileştirmenin kötüye kullanıma açık olduğu, yanıltıcı olabileceği sonucuna varıyorum.

Büyük ve ünlü büroların varlığını kabul etmedikle-

ri, umursamadıkları ve bu nedenle de haklarında hiç bir işlemin yapılmadığı, yalnızca “diğer” avukatların kullanımı için tahsis edilmiş gibi görünen ve dünyada örneği olmayan av.tr alan adından ve yönetmeliğin kapsamını aşan, av.tr uzantılı e-posta kullanma zorunluluğundan vazgeçilmelidir.

Avukatların internet sitelerinde yazılabilecek unsurlar, “reklam” ve “tanıtım”ın ayrımı yapıldıktan sonra yeniden belirlenmelidir. Avukatlar çalışma alanlarını belirtebilmelidirler ama bunu yaparken “hukukun tüm alanlarını” listelememelidirler. Bu kuralın uygulanmasında aşırı ve ayrıntılı düzenleme yapmak yerine “iyi niyet kuralları” esas alınmalıdır. Avukatlar bürolarının fiziki şartlarını, çalışan sayılarını ve bunların niteliklerini duyurabilmelidir.

Doktor, Doçent, Profesör gibi ciddi unvanların kazanılması zor olmak yanında, avukatlar arasında bu unvana sahip olanların sayısı çok azdır. Avukatların vekalet ücretleri ile değil, bilgi ve eğitimleriyle rekabet edebilmelerinin önünün açılabilmesi için, “hukuk alanında” yaptıkları yüksek lisans, katıldıkları eğitim ve yine hukuk alanındaki sertifikalarını duyurabilmelerinin önü açılmalıdır.”Faaliyet alanları” nı duyurmak gibi çoğu avukat sitesinin içinde bulunduğu ihlal hali, alınan eğitimler ve sahip olunan sertifikalarla örtüşen faaliyet alanlarının duyurulabilmesi sağlanacak şekilde düzenlenmelidir. Böylece avukatlar ifade edebilecekleri eğitim ve yeteneklerin sayısını artırma yarışına girecek, hep özlenen kalite artışı kendiliğinden gerçekleşebilecektir. Bu şekilde avukatların siteleri kartvizitlerinin tekrarından öte bir anlam taşımaları ve kişilerin avukat tercihlerinde ihtiyaçlarına uygun olan avukatı bulmalarına yardımcı olacak unsurlar içermelidir. Ayrıca avukatlar, varsa mesleki sorumluluk sigortalarını ve teminat limitlerini duyurabilmelidirler.

Dünyanın neresinde ve hangi ortamda olursa olsun reklam tanımına uyan fiillerin cezalandırılacağına ilişkin irade net bir şekilde sergilenmeli, çeşitli baroların uygulama farklılıkları ve kayırma çabalarının önüne geçilmelidir.

Hukuk siteleri

Mesleki gelişim ve hukuki bilgi zenginliği için makale yayınlayan hukuk sitelerinin varlığı özendirilmelidir. Hukukçu olmayanların yönettiği hukuk siteleriy-

le yasalar çerçevesinde mücadele edilmeli, gereğinde TBB nezdinde bir hukuk siteleri sicili oluşturularak, hukuk sitelerin sahiplerinin ve sorumlularının tespiti sağlanmalı, böylece etik olmayan, meslek kurallarına aykırı, avukatlık mesleğinin çıkarlarına aykırı yayın yapan sitelerin sahipleri ve sorumlularıyla iletişim olanağı sağlanmalı, sitelerin sahiplerinin, editörlerinin sorumlulukları mesleki olarak belirlenmeli gerekli iletişim ve uyarılara rağmen mesleki çıkarları zedeleyecek şekilde yayın yapan siteler ve sorumluları hakkında yaptırımlar düşünülmelidir. Ya da yapılacak tercihe göre bu konuda hiçbir düzenleme yapılmayarak, tek tek ihlali gerçekleştirenler hakkında yaptırım uygulanması yoluna gidilmelidir.

Avukatlar krizi reklam vererek atlatmaya çalışıyor

Avukatların Google aracılığıyla yaptıkları reklamlar artık oldukça göze batmaya başladı. Kullandığım Gmail tabanlı av.tr eposta hizmetinde hemen okuduğum e-postanın sağında, Google da arama yaptığımda hemen sağ tarafta, hukuk forumlarının her köşesinde avukat reklamları var. Tahminimce bu reklamlar vatandaş tarafından değil, çoğunlukla reklamı verenin kim olduğunu merak eden avukatlar tarafından tıklanıyordur. Ayrıca barolardan da tıklanıyor olabilirler...

Av.tr sitesi olan bir meslektaşınız olarak, **sorunlarına internette çözüm arayan insanların birçoğunun ücretsiz danışma peşinde olduğunu söyleyiyim.** Bu nedenle size ücretsiz danışacak kişiler için bir de reklam maliyetine katlanmak akıllıca bir seçim değildir. **Sadece bol bol yardım isteyen insanların mesajlarını, telefonlarını alırsınız.** Gelen mesajların çoğunun yazılış tarzından kopyalanıp yapıştırılarak mümkün olan en çok avukata yollanmak üzere kaleme alındığı rahatlıkla anlaşılabilir. Hatta bazıları hiç çekinmeden 10-20 avukata birden aynı postayı yollayıp sorusunu sorarlar. Sizlerden birinin ya da bir kaçınızın vereceği cevap da bu kişilerin umduğu şeydir. **İşte Google da avukat arayan insanların profili budur.**

İşe dönüşmesi umuduyla verilen her cevapla birlikte mesleğimizi bedavalaştırdığımızı aklımıza getirmemiz gerekir. Yine de reklam veririm, gereksiz para harcarım, göze batır disiplin oluşturması riskini alırım, faydasız e-posta ve telefonlarla cebelleşirim diyorsanız, tercih sizin.

Kısacası

T.C. Anayasasının 135. maddesi uyarınca kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşu olan Türkiye Barolar Birliği'nin; Anayasanın aynı maddesinde belirtildiği gibi, avukatlık mesleğine mensup olanların **“müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleri ile ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak üzere meslek disiplini ve ahlakını korumak”**, şeklinde olması gereken amacını yerine getirirken, Anayasaya aykırı şekilde:

- ihtiyaçları karşılamaktan uzak,
- mesleki faaliyetleri zorlaştıran,
- mesleğin menfaatlerine aykırı,
- mesleğin fikri ve ekonomik gelişimini engelleyen,
- meslektaşlar arasında farklı uygulamalara ve ayrımcılığa neden olan,
- meslek kuruluşlarına olan güveni zedeleyen,
- meslekte disiplinsizlik ve başıbozukluk izlenimine neden olan,

reklam yasağı düzenlemesini yeniden ve çağa uygun şekilde ele alması gerekmektedir.