

146520

T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İNTERNET ALAN ADLARININ KORUNMASI

Tezi Hazırlayan
Tamer SOYSAL

146520

Tezi Yöneten
Doç. Dr. İsmail KAYAR

İşletme Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Haziran 2004
KAYSERİ

Bu çalışma, jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

...../...../.....

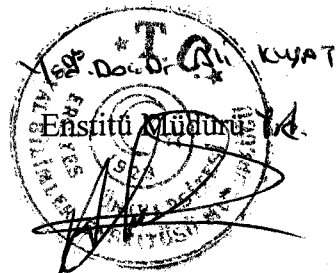
JÜRİ:

Üye : Prof. Dr. Faruk ANDAC *[Signature]*
Üye : Doç. Dr. İsmail KAYAR (Danışman) *[Signature]*
Üye : Yard. Doç. Dr. N. Ayşe BOZTOSUN *[Signature]*

ONAY

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 25.08.2004 tarih ve 18..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

25.08.2004



TEŞEKKÜR

Tez çalışmalarım boyunca, benden yardımlarını esirgemeyen, tez hocam Sayın Doç. Dr. İsmail Kayar'a,

Böyle bir konuda tez hazırlama fikrini açtığımda bana destek olan ve yol gösteren Adalet Bakanlığı Avrupa Birliği Genel Müdürü Sayın Dr. Hakim Ayşe Saadet Arıkan'a,

Öğrenim hayatım boyunca maddi ve manevi destek olan aileme, teşekkürü bir borç bilirim.

INTERNET ALAN ADLARININ KORUNMASI

ÖZET

Internet ABD'nin geliştirdiği ARPANET projesinin sonucu ortaya çıkan daha önce benzeri görülmemiş bir iletişim platformudur. Internet alan adları internette kullanıcılarının dolaşım yeteneklerini kolaylaştıran merkezi bir fonksiyon hizmeti görmektedir. Internetin hızla gelişiminin bir sonucu olarak internet alan adları kullanımı da hızla artmıştır. Internet alan adları sisteminin ilk zamanlarında Network Solutions Inc (NSI), alan adlarını "first-come-first served, ilk gelen-ilk alır" kuralına dayalı olarak dağıtmıştır. 1998 sonlarında Internet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu-ICANN'ın kurulması ile alan adları sisteminin yönetimi el değiştirmiş ancak bu değişikliğe rağmen alan adlarının dağıtımındaki "first-come, first served" kuralı temel kayıt yöntemi olarak varlığını korumuştur. Bu alandaki düzenleme eksikliği, düşük alan adı kayıt ücretleri ile birleşince, bazı insanları bu alandaki boşlukları değerlendirmeye yöneltmiştir. Tanınmış ve meşhur markaları, ünlü kişilerin adlarını kendi adlarına daha önce tescil ettiren kişiler, bu yolla kısa yoldan vurgunlar yapmak istemişlerdir. Bu girişim siber uzayda benzeri görülmemiş yeni kazanç olanakları yaratmış ve "siber-korsanlık" veya "cyberquatting" olarak adlandırılmıştır. Internette ticaret olanaklarının artması ve e-ticaret'in hızla gelişimi, internet alan adlarını da korunmaya değer ayrı bir haklar kategorisi olarak gündeme getirmiştir. Internet alan adı sahiplerinin sözkonusu durumlarda hak kayıplarının olmaması için alan adlarının da korunması zarureti ortaya çıkmaktadır. Ancak alan adlarının korunabilmesi için, öncelikle alan adlarının, kendisi gibi ayırt edici ad ve işaretlerden olan diğer haklara (markalar, ticaret ünvanları, işletme adları), kişi adlarına veya başka haklara tecavüz halinin olmaması gerekmektedir. Çünkü bu durumlarda mevcut durumlarda üstün hakkı olan tarafın, bu alan adını kullanma menfaatinin daha yüksek olduğu kabul edilecek ve kendi üstün hakkı ile bağlantılı olan alan adlarını kullanma hakkı olan tarafın alan adı da bu suretle korunmuş olacaktır.

Marka hukuku temel olarak sektörel, coğrafi veya ulusal prensiplerin temel alınması ile oluşturulmuş kuralları bütündür. Oysa internet doğası gereği ulusal sınırları aşan uluslararası bir yapıya sahiptir. Bu temel farklılıktan dolayı internet alan adları ile markalar ve diğer fikri haklar arasında çatışma kaçınılmaz olmaktadır. Sonuç olarak, bu konuda bir düzenleme eksikliği kendini hissettirmiş, ilgili kuruluşlar ile birlikte Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'nün ortak çalışmaları sonucunda ICANN, 24 Ekim 1999 tarihinde "Alan İsmi Anlaşmazlıklarının Halli için Yeknesak Politikalar (The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy-UDRP) kabul etmiş, 29 Kasım 1999 tarihinde, ilk servis sağlayıcı kurum olarak WIPO onaylanmış ve politikalar 1 Aralık 1999'da uygulamaya konmuştur. WIPO ikinci süreç nihai raporunda kişisel isimlerin (personal names), ilaç etken maddeleri için Dünya Sağlık Örgütü'nce belirlenen Uluslararası Mülkiyet dışı isimlerin (International Nonproprietary Names-INNS), Uluslararası kuruluşların isimleri (Names of International Intergovernmental Organizations), coğrafi işaretler (Geographical Identifiers) ve Ticari isimlerin (trade names) alan adları ile ihtilaflarında marka benzeri koruma mekanizmaları geliştirilmesi tartışılmıştır.

Alan adları ile ilgili uyuşmazlıkların artması üzerine, ABD'de yargısal bir çözüm olarak 29 Kasım 1999 tarihinde uzay korsanları ile mücadele için, "Anticybersquatting Consumer Protection Act-Uzaykorsanlığına karşı Tüketiciyi Koruma Kanunu" yürürlüğe girmiştir.

Alan isimlerinin korunması her ülkenin hukuk sistemlerinde farklı kanun ve hükümlerle sağlanmaktadır. Alman hukukunda alan isimleri öncelikle isimler ve şahsiyet hakları ile ilgili hükümlerle korunmaktadır. İsviçre, Hollanda, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde bu koruma, marka hukukunun hükümlerine göre sağlanmaktadır. Somut olayın şartlarına göre uygulanacak kanun hükümleri de değişebilmektedir. Alan adlarının herhangi bir fikri hak olarak kayıtlı olmaması durumunda alan adları haksız rekabet hükümleri ve medeni hukuktaki ismin korunması hükmüne dayanarak korunabilecektir.

Internet alan adları ile ilgili düzenlemeler yapılırken internetin özgürlükçü karakteri ile fikri hakların korunması arasında bir denge kurularak düzenlemeler yapılması ise kaçınılmazdır.

Anahtar sözcükler : Internet Alan Adları, Fikri Mülkiyet Hakları, Marka Hukuku, UDRP, ACPA.



PROTECTION OF INTERNET DOMAIN NAMES

ABSTRACT

Internet has evolved from a United States government research project -called ARPANET- into considerable international medium of communication. Domain names make it easier for users to find and remember specific locations on the World Wide Web. When a user enters the name of a business or product into their web browser, the domain name directs the user's to correct IP address. Domain names are prime real estate on the information superhighway. In this evolution, the domain name system has played major role by providing internet navigation. As the commercial importance of the Internet increased, domain names and trademarks have come into conflict, a situation exacerbated by the fact that each domain name must be unique. Domain name registration basis rule is "first come, first serve". Some people register domain names resembling well-known trademarks or well-known individuals, called "cyberquatting". The "first come, first serve" rule also encourages persons without a legitimate interest in a domain name to register the names and marks of others for profit, either by selling the domain name to someone with a legitimate interest or by using the name to direct traffic to a site and increase advertising revenue.

Disputes over rights to domain names, which serve a source-identifying function in cyberspace, arise at the heart of this intersection between international trademark law and the Internet. Conflicts between domain names and pre-existing trademark rights arise from the combination of the similarities and differences in their respective functions.

The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP), which was adopted by the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) in 1 January 2000 as a consequence of the first WIPO Process. The Second WIPO Process concerns a

range of identifiers other than trademarks like personal names, geographical identifiers, trade names and names of international intergovernmental organizations. It is directed at examining the bad faith and misleading registration and use of those identifiers as domain names.

In USA, cybersquatting provisions of the Act add a new section to the Lanham Act, which provides new causes of action for cyberquatting.

Some countries apply trade mark law to domain name disputes like USA, England and Switzerland; others like Germany apply civil law. The remedies can changeable for specific disputes. To protect the Internet domain name, unfair competition law or individuals name protecting in Civil Law can be applying.

Arrangements, need to find a balance between the protection of intellectual property rights, and the liberty character of Internet.

Key words : Internet Domain Names, Intellectual Property Rights, Trademark Law, UDRP, ACPA.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	vi
KISALTMALAR.....	ix

GİRİŞ.....	1
------------	---

BÖLÜM 1

BİLGİSAYAR VE İNTERNET.....	4
1.1. Bilgisayarlar.....	4
1.1.1. Bilgisayarın Tanımı.....	4
1.1.2. Bilgisayarın Tarihi.....	5
1.1.3. Bilgisayarın Çeşitleri.....	8
1.1.4. Bilgisayar Ağları.....	9
1.2. İnternet.....	10
1.2.1. İnternetin Tanımı ve Teknik Yapısı.....	10
1.2.1.1.1. Protokoller.....	12
1.2.1.1.2. İnternet Servis Sağlayıcıları (ISS'ler).....	14
1.2.2. İnternetin Tarihi Gelişimi.....	15
1.2.3. İnternet ve Yeni Ekonomi.....	22

BÖLÜM 2

İNTERNET ALAN ADLARI SİSTEMİ.....	27
2.1. İnternet Protokol Numarası ve Alan Adları.....	27
2.2. Alan Adları Sisteminin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi.....	32
2.2.1. Jenerik Birinci Derece Alan İsimleri Mutabakat metni (gTLD-MoU).....	34
2.2.2. Yeşil Kitap (Green Paper).....	37
2.2.3. Beyaz Kitap (White Paper).....	39
2.3. İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu-ICANN	43
2.3.1. ICANN Organizasyon Yapısı	43
2.3.2. ICANN Kayıt Kurumu Akreditasyon Politikası	49

2.4. Internet Tahsisli Sayılar Otoritesi-IANA	51
2.5. Internet Alan Adları Yönetiminde Ülke Örnekleri ve Türkiye	54
2.5.1. Türkiye Alan Adları Yönetimi	57
2.5.1.1.Türkiye’de Internetin ve Alan Adları Sisteminin Gelişimi	57
2.5.1.2.ODTÜ Alan Adları Yönetimi, İşleyiş ve Kurallar	59
2.5.1.3.Internet Üst Kurulu ve DNS Çalışma Grubu	64
2.6. Alan Adı Kayıt İstatistikleri	65

BÖLÜM 3

INTERNET ALAN ADLARININ KORUNMASI.....	68
3.1. Genel Olarak	68
3.2. Internet Alan Adlarının Hukuki Niteliği	71
3.2.1. Alan Adlarının Hak Niteliğinde Olmadığı Görüşü	71
3.2.2. Alan Adlarının Fikri Mülkiyet Hukuku Kapsamında Ayırt Edici Ad ve İşaretlerden Olduğu Görüşü	72
3.2.3. Internet Alan Adlarının Medeni Hukuk Anlamında Birer İsim Olduğu Görüşü	75
3.3. Alan Adları ile Diğer Ayırt Edici Ad ve İşaretler İlişkisi	78
3.3.1. Alan Adlarının Marka Olarak Tescil Edilmesi	78
3.3.2. Alan Adlarının Ticaret Unvanı ve İşletme Adı Olarak Tescil Edilmesi	79
3.4. Ticari İşletme ile İlgili Hukuki İşlemlerde Alan Adının Durumu	82
3.4.1. Ticari İşletmenin Unsuru Olarak Alan Adları	82
3.4.2. Ticari İşletmenin Devri Halinde Alan Adlarının Durumu	83
3.4.3. Ticari İşletmenin Rehni Halinde Alan Adlarının Durumu	84
3.4.4. Ticari İşletmenin İflası Halinde ve Haciz Halinde Alan Adlarının Durumu	86
3.5. Alan Adları ile İlgili Çalışma ve Düzenlemeler	87
3.5.1. NSI Çözüm Usulü	87
3.5.2. WIPO Çalışmaları	90
3.5.2.1. WIPO Çalışma Süreçleri	92
3.5.2.1.1. WIPO Birinci Çalışma Süreci	92
3.5.2.1.2. WIPO İkinci Çalışma Süreci	95
3.5.3. UDRP Uyuşmazlık Çözüm Prosedürü	97
3.5.3.1. Kısa Tarihçe ve Yetkili Tahkim Kuruluşları	97
3.5.3.2. ICANN Tahkim Kuralları Kapsamı	99

3.5.3.3. UDRP Kuralları ve Karar Örnekleri	100
3.5.3.4. UDRP Usul Kuralları	112
3.5.4. NOMİNET Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması	115
3.5.5. Federal Trademark Dilution Act-FIDA	119
3.5.6. Anticyberquatting Consumer Protection Act-ACPA	123
3.6. Benzer Hakların Alan Adı Olarak Kullanılması	130
3.6.1. Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması	130
3.6.1.1. Genel Olarak	130
3.6.1.2. Türk Hukukunda Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması	132
3.6.1.3. Markanın Alan Adı Olarak Kullanılmasında Ülke Örnekleri.....	136
3.6.2. Ticaret Unvanı, İşletme Adı ve Kişi İsimlerinin Alan Adı Olarak Kullanılması.....	139
3.6.3. Coğrafi İşaret ve Coğrafi Yer Adlarının Alan Adı Olarak Kullanılması	144
3.6.4. Cins ve Meslek İsimlerinin Alan Adı Olarak Kullanılması	148
3.6.5. Eser Adlarının Alan Adı Olarak Kullanılması	152
3.7. Alan Adlarının Korunmasında Haksız Rekabet Kurallarının Uygulanması ve Kanunlar İhtilafı Sorunu	155
3.7.1. Alan Adının Korunmasında Haksız Rekabet Hükümlerinin Uygulanması	155
3.7.2. Alan Adı Davalarında Kanunlar İhtilafı Sorunu	157
SONUÇ	161
KAYNAKÇA	164
EKLER	
EK 1 : UDRP Kuralları.....	176
EK 2 : NOMİNET Kuralları.....	184
EK 3 : Federal Trademark Dilution Act	192
EK 4 : Anticybersquatting Consumer Protection Act.....	204

KISALTMALAR

ACPA	: Anticybersquatting Consumer Protection Act, Uzaykorsanlığına karşı Tüketicuyu Koruma Kanunu
ARPA	: Advanced Research Projects Agency, İleri Araştırma Projeleri Dairesi
ARPANET	: ARPA Network, ARPA ağı
BK	: Borçlar Kanunu
ccTLD:	: Ülke Kodu birinci derece alan isimleri
CORE	: Council of Registrars, Kayıt Kurumları Konseyi
DARPA	: Defence Advanced Research Projects Agency, Savunma Konulu İleri Araştırma Projesi Dairesi
DNS	: Domain Name System, Alan Adları Sistemi
DNSO	: Domain Name Supporting Organization, Alan İsimleri Destek Kuruluşu
EARN	: European Academic and Research Network, Avrupa Akademik ve Araştırma Ağları
FIDA	: Federal Trademark Dilution Act
FSEK	: Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
gTLD	: Generic Top Level Domains, Jenerik birinci derece alan isimleri
IAB	: Internet Architecture Board, İnternet Mimarisi Kurulu
IAHC	: International Ad-Hoc Committee, Özel Seçilmiş Uluslararası Komite
IANA	: Internet Assigned Numbers Authority, İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi
ICANN	: Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu
IESG	: Internet Engineering Steering Group, İnternet Mühendisliği Yönetim
IETF	: Internet Engineering Task Force, İnternet Mühendisliği Çalışma Grubu
IMP	: Interface Message Processors, Arayüz İşlemcileri
INTA	: International Trademark Association, Uluslararası Markalar Birliği
INTERNIC	: Internet Network Information Center, Ağ Bilgi Merkezi
IPTO	: Information Processing Techniques Office, Bilgi İşlem Teknikleri Dairesi
ISO	: International Standart Organisation, Uluslararası Standardizasyon Kurumu

ISOC	: Internet Society, İnternet Topluluğu
ITU	: International Telecommunication Union, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği
İ.İ.K	: İcra ve İflas Kanunu
İSS	: İnternet Servis Sağlayıcı
MK	: Türk Medeni Kanunu
MÖHUK	: Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun
NASA	: National Aeronautics and Space Administration, Ulusal Havacılık ve Uzay Bilimleri Dairesi
NSF	: National Science Foundation, Ulusal Bilim Kurumu
NSI	: Network Solutions Inc.
NTIA	: National Telecommunications and Information Administration, Uluslararası Telekomünikasyon ve Bilgi İdaresi
POC	: Policy Oversight Committee, Politika İzleme Komitesi
RIRs	: Regional Internet Registrars, Bölgesel Kayıt Kurumları
RUDRP	: Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, UDRP Usul Kuralları
SLD	: Second Level Domain, İkinci Derece Alan Adı
SRS	: Shared Registration System, Paylaşırılmış Kayıt Sistemi
TİRK	: Ticari İşletme Rehni Kanunu
TK	: Türk Ticaret Kanunu
TLD	: Top Level Domain, Birinci Derece Alan Adı
TPE	: Türk Patent Enstitüsü
TR-NET	: Türkiye İnternet Proje Grubu
TRIPS	: Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, Fikir Mülkiyeti Haklarının Ticari Niteliklerine İlişkin Anlaşma
TÜVAKA	: Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı
UDRP	: The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, Alan İsmi Anlaşmazlıklarının Halli için Yeknesak Politikalar
ULAKNET	: Ulusal Akademik Kurumları Ağı
URL	: Uniform Resource Locator
WIPO	: World Intellectual Property Organization, Dünya Fikri Haklar Teşkilatı

GİRİŞ

Bilim, teknoloji ve özellikle bilişim teknolojilerinde yaşanan sürekli değişim, yaşamın tüm boyutlarını değiştirmekte ve bunun sonucunda mevcut kurum ve kuralları değişime zorlamaktadır. İnternet, yirminci yüzyılın en önemli paradigma değişimlerinden birisi olmuştur. Var olan modelleri bir bir değiştiren, rotaları yenileten muhteşem bir deniz feneri gibi Dünya insanını yirmibirinci yüzyıla taşıyan en önemli ışıktır.¹

İnternet, haberleşme araçları içerisinde en hızlı yaygınlaşan bir açık ağ sistemidir. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'nin 1999 yılı verilerine göre; telefon 74 yılda 50 milyon kişiye ulaşmışken; radyo 38 yıl, televizyon 13 yılda 50 milyon kişiye ulaşmıştır. İnternet ise bu sayıdaki insana 4 yıl gibi kısa bir sürede ulaşmıştır.² Hızla gelişen bu yeni ve daha önce benzeri görülmemiş iletişim platformu, bir yandan daha önce görülmeyen tipte hukuki ilişkiler ortaya çıkarırken; öte yandan korunmaya değer yeni haklar kategorileri oluşturmuştur.

İnternetin yapısı, getirdiği yenilikler ve uluslararası özelliği, ülkelerin yasal düzenlemeleri gerçekleştirirken sahip oldukları klasik anlayışı terk etmeleri zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. Yapılacak yasal düzenlemelerde, bilginin evrensel bir şekilde yayılmasını sağlayan bilişim teknolojilerinin yaşamsal önemi ve katılımcı yapısının ön planda tutulması önem arz etmektedir. İnternetin herhangi bir merkezden kontrol edilememesi, uluslararası bir nitelik taşıması, siberuzay denilen bu yeni ortama dünyanın herhangi bir yerinden katılımın mümkün olması gibi hususlar bu teknolojiyle ilgili yasal düzenlemelerin özgürlükçü bir yaklaşımla, son derece saydam ve paylaşımcı bir süreçten geçirilerek yapılması zarureti ortaya çıkarmaktadır. Ancak, düzen bulunmayan yerde kuvvet egemen olur, kaos ortaya çıkar. Keyfe bağlı bir düzen

¹ Sait Güran, Teoman Akünel, Köksal Bayraktar ve Diğerleri; **İnternet ve Hukuk, Superonline Workshop Metni**, İstanbul 2000, s.1

² International Telecommunication Union, **“Challenges to the Network, Internet For Development”**, October 1999, http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/inet/1999/chal_exsum.pdf

içerisinde yaşayan insanların gerçekten özgür oldukları söylenemez. Bu düzeni sağlayacak aygıt ise hukuktur.

İnternetin yapısı gereği önceleri teknik bir görevi yerine getirmek üzere hayata geçirilen ve ağların ağı internete bağlı bilgisayarları tanımlamaya yarayan “Internet Alan Adları Sistemi-Internet Domain Name System”, internet kullanıcılarının hızla artması sonucunda, ticari bir nitelik taşımaya başlamıştır. Yeni iletişim platformunda, kişiler ve firmalar kendi adları ile alan adları almak suretiyle faaliyette bulunmaya başlamışlardır. Ancak, internet alan adları sistemi ile markalar, ticaret unvanı, işletme adları, kişi adları gibi diğer benzer işaretlerin kayıt sistemi arasında bir bağlantının olmaması, siberkorsanlık da denilen “cyberquatting” oluşumuna sebep olmuştur. Cyberquatting yöntemi ile kendi markalarından veya kendi isimlerinden oluşan alan adlarını kullanmaya hakkı olan kişilerden önce bu alan adlarını tescil ettiren kişiler, bu alan adlarını asıl sahiplerine satmaya çalışarak haksız kazanç elde etmeye çalışmışlardır. Böylece asıl hak sahipleri mağdur olmaya başlamıştır. 2005 yılında 720 milyon kullanıcısının olması beklenen internette, hakların korunması önem arz etmektedir. Bilhassa ünlü kişilerin ve ünlü markaların kendi adlarından oluşan alan adlarını kullanma haklarının korunması gerekmektedir. Hukukun, buna kayıtsız kalması düşünülemez. İnternetin uluslararası niteliği ile görece özgürlükçü yapısını da gözardı etmeden hukukun bu alanda hak sahiplerini korumak için düzenlemeler yapması gecikmemiştir. Öte yandan mevcut kanunların, olabildiği ölçüde bu yeni tip uyumsuzluklara uygulanması için de bir engel bulunmamaktadır.

Türkiye’de matbaanın geç bir zaman diliminde kullanılmaya başlanması hiç şüphesiz Batı ile Doğu arasındaki bugün bulunan gelişmişlik farkının temel nedenlerindendir. Batı’da Aydınlanma döneminin önemli yapı taşlarından olan Rene Descartes’in (1596-1650) “Metod Üzerine Konuşmalar”³ adlı eseri Türkiye’de 250 yıllık bir gecikmeyle 1895’de tercüme edilmiştir. Geçmişte küresel dünyamızda gerçekleşen gelişmelere ulaşmak büyük zorluklar içeriyordu. Bugün ise gerek bilim ve teknolojiadaki bölgesel gelişmeler gerekse daha önce benzeri görülmemiş bir iletişim platformu olarak ortaya çıkan internet sayesinde Dünya’nın her tarafında olan gelişmelere anında ulaşmak

³ Rene Descartes (1596-1650), “Discours de le Methode (Yöntem Üzerine Konuşma) adıyla 1637 yılında yazdığı eserinde insanın aklını iyi kullanması ve bilimlerde gerçeği araması için bir yöntem önerisinde bulunur.

mümkün hale gelmiştir. İnternet, eşsiz bir kütüphane olarak ulaşmak isteyen kişilerin hizmetindedir. Bu yeni imkanlar sayesinde gelişmeler her yerden takip edilebilmekte ve mevcut sorunlara aynı anda çözümler aranmaktadır. İnternet alan adları da böylesi sorunlardandır. Alan adları ile ilgili Dünya'nın her tarafında aynı problemler yaşanmakta ve çözümler aranmaktadır. Dolayısıyla bu tez ile Dünya'daki gelişmelerle aynı paralelde sorunlar ve mevcut çözüm olanakları ortaya konulurken; öte yandan olası uyuşmazlıkların Türkiye'de çıkması halinde mahkemelerin uygulaması olası kanun maddeleri değerlendirilmiştir. Hukukçular için bu tür konuların zorluğu konunun hukukun birden çok dalını ilgilendirmesi yanında teknik yönünün de ağır basmasıdır. Bu nedenle tezin ilk bölümünde bilgisayar ve internet açıklanmıştır. İlk bölümün ortaya koyduğu en önemli hususiyet pek çok bilimsel makalede internetin ABD'nin soğuk savaş şartlarında SSCB'den gelecek olası bir nükleer savaş sırasında bağlantıyı sağlamak için ortaya konulduğu savını çürütmesidir. İnternetin tarihi gelişim içerisinde bilim çevrelerince bilinçli bir çalışma olarak yürütüldüğünün altı çizilmektedir. Tezin ikinci bölümünde "İnternet alan adları" sistemi ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Konu ile ilgili hukuki değerlendirmeler yapabilmek ve çözüm önerileri sunabilmek için konunun teknik yanının iyi bir şekilde bilinmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda internet alan adları sistemi ve bu konudaki çözüm çalışmaları kronolojik olarak açıklanmış ve son olarak bu bölümde Türkiye'de internetin ve internet alan adları sisteminin gelişimi aktarılmıştır. Ayrıca alan adları ile ilgili karşılaştırmalı istatistiklerle konunun önemine dikkat çekilmiştir. Tezin üçüncü bölümünde ise, konunun hukuki değerlendirmesi yapılmıştır. İnternet alan adlarının hukuki niteliği değerlendirilmiş, benzer haklarla alan adları karşılaştırılmış ve konu ile ilgili Dünya'da ortaya konulan uyuşmazlık çözüm prosedürleri örnekler davalarla açıklanmıştır. İnternet alan adlarının korunabilmesi için öncelikle başka fikri haklarla bir çatışma yaratmaması gerekmektedir. Bu durum da tezde ayrıntılı olarak incelenmiştir. Üçüncü bölümün sonunda olası alan adı davalarında kanunlar ihtilafı problemi değerlendirilmiştir. Son bölümde ise sonuç ve değerlendirmeler kısmı yer almıştır.

Türkiye'de bu konuda hazırlanan ilk önemli kaynak ve tez olan bu çalışma hukukçular, ve konu ile ilgilenen kişiler için derli ve toplu ilk kaynak olacak ve yeni çalışmalara olanak sağlayacaktır.

BÖLÜM 1

BİLGİSAYAR VE İNTERNET

1.1. Bilgisayarlar

1.1.1. Bilgisayarın Tanımı

Bilgisayar terimi, İngilizce “computer” kelimesinin dilimizdeki karşılığıdır.¹ Hesaplayıcı (computer veya calculator), kendisine verilen belirli verilerden (data) belirli hesap neticeleri elde etmeye yarayan mekanik ve/veya elektronik tertibatların genel adıdır ve bilgisayarda esas olarak bir hesaplayıcıdır (computer). Bir konuyu çözümleyebilmek, arzu edilen sonucu elde etmek için bazı ön bilgilerin bilinmesi gerekir. Bu ön bilgilere bilgisayar dilinde “veri(data)” adı verilir.²

Bilgisayar için ilk çıktığı zamanlardan beri “hesaplayıcı”, “hesap donanımı”, “hesap makinesi”, “hesap otomatu”, “veri işlem donanımı”, “veri işlem makinesi”, “program dağıtıcısı”, “elektronik hesaplayıcı” gibi çeşitli belirsiz ve indirgemeci isimler kullanılmıştır. Ancak 1974’deki uluslararası ISO (International Standard Organization) Konferansından sonra, “calculator” (hesap makinesi) ya da “data processing machine” (bilgi işlem makinesi) gibi deyimlerin terk edilmesine karar verilmiş, bundan böyle “computer” sözcüğünün bilgisayarın tek adı olarak kullanılması tavsiye edilmiştir.³

Bilgisayarlar değişik alanlarda iş görebilecek ve bir görevden öbürüne kolaylıkla geçebilecek biçimde tasarlanmıştır. Bilgisayar, sayılar, sözcükler, resimler ve başka

¹ Turhan Özkan; **Bütün Yönleriyle Bilgisayar ve Basic Programlama Dili Esasları**, Beta Yayınları, İstanbul 1994, s.3

² Gazi Güder; **Bilgi İşlem Terimleri Sözlüğü**, İstanbul 1986, s.108

³ İfrah; s. 9,

makinelere gelen sinyaller gibi verileri (data) aldığı komutlar uyarınca işleyerek çeşitli sonuçlara ulaşabilen bir makinedir.⁴ Bilgisayar, bir giriş-çıkış aygıtı, bir bellek ve karakter zincirleri biçiminde dile getirilmiş veriler üzerinde her türlü dönüştürme işlemini yapabilen bir işletim organından oluşan; fiziksel olanaklarının sınırları içinde her türlü simgesel hesaba yapabilen; bütün bunları da belleğe kaydedilmiş programlarla yönetilen bir kumanda organının denetiminde yapan yapay bir otomattır.⁵

1.1.2. Bilgisayarın Tarihi

Bilgisayarların gelişimi üç ana başlık altında incelenebilir.

1. Elektronik öncesi dönem: Paranın bulunmasından önce insanlar, mal değiş tokuşu ile alışveriş yapıyorlar ve bu yüzden bir hesaplama aracına gereksinim duymuyorlardı. Ancak paranın M.Ö. 3000 yıllarında alışverişe girmesiyle birlikte, zihinlerde hesaplama ve sayma fikri oluşmaya başladı. Sayıların miktarı büyüdükçe, birtakım hesaplama kolaylıkları aranmaya başlanmıştır. Bu alanda bilinen ilk alet sayıları temsil eden boncukların tellere geçirilerek oluşturulması ile “Abaküs” oldu.⁶ Bilhassa Çinli tacirler binlerce yıl hızlı ve kesin hesap yapmada abaküsü kullanmışlardır.⁷

1642 yılında , Fransız bilim adamı Blaise Pascal, çark ve dişli çubukları kullanarak mekanik bir hesap makinesi yaptı.⁸ Pascal’ın gerçekleştirdiği ve “Machine Arithmetique” adını verdiği bu hesap makinesi sadece toplama ve çıkarma işlemleri yapabiliyordu. 1820 yılında C.X.Thomas adlı bilim adamı Pascal’ın hesap makinesine çarpma ve bölme yeteneklerini de eklemeyi başarmıştır.

Aynı yıllarda, dokuma tekstil imalatçısı Joseph Marie Jacquard, halı dokuma tezgahının iplerini kontrol etmek için kullanılabilecek bir “programlama” yöntemi buldu. Bu yöntemde, bir dizi kart üzerine açılmış delikler, iğn her geçişinde hangi ipin alçalıp hangisinin yükseleceğini kontrol ediyor, böylece halı istenen desende dokunabiliyordu.⁹

⁴ Temel Britannica Ansiklopedisi, **Bilgisayar Maddesi**, Cilt 3, Beşinci Baskı, Ana Yayıncılık, İstanbul 1992, s.179.

⁵ Georges Ifrah; **Bilgisayar Ne Sayar** (Çev.:Kurtuluş Dinçer), Tübitak Yayınları, Ankara 2002, s.38

⁶ Özkan; s.9

⁷ Naci Altan; **Bilgisayar Kullanım Kılavuzu**, Sistem Yayıncılık, İstanbul 2003, s.4

⁸ Altan; s.4

⁹ Joanna Buick;Zoran Jevtic; **Sibey Uzay** (Çev.:Doğan Şahiner),Milliyet Yayınları, İstanbul 1997,s.45

İngiliz matematikçi Charles Babbage bu yöntemden etkilenerek, Pascal'ın makinesindeki zorlukları aşmaya yönelik çalışmalar yaptı. 1822'de, işlemleri art arda yapabilen, işlemlerin makine tarafından denetlendiği bir hesap makinesi tasarladı. Farklara dayanarak çalışan bu makineye "Difference Engine" adını verdi. Bu model makinenin, amaçlanan biçimini üretmeye günün teknik koşulları yetersiz kaldığı için uygulamaya konulamadı.¹⁰

19. Yüzyılda, bilgisayarın gelişmesine katkısı olan bir diğer gelişme 1880 dolaylarında bir yarışma sonunda ortaya çıkmıştır. 1880 yılında A.B.D.'nin nüfusu 62 milyon idi ve beş yılda bir nüfus sayımı yapılmıyordu. O yıllarda, sayım sonuçlarının değerlendirilmesi yaklaşık beş yıl sürüyordu. Bu gerçekten hareketle, gelecek yıllarda yapılacak nüfus sayımı sonuçlarının değerlendirilmesinin, bir sonraki sayıma kadar bitmeyeceği anlaşıldı. Bu nedenle, sayım sonuçlarını değerlendirmeyi hızlandıracak yeni bir sistemin geliştirilmesi için yapılacak araştırmalarının destekleneceği açıklandı. Bu araştırma desteğinden yararlanmak isteyen Amerikalı İstatistikçi Herman Hollerith " Sayım Makinesi " adını verdiği bir makine geliştirdi. Bu makine ile her vatandaşa ilişkin bilgiler bir kart üzerine, daha önceden belirlenmiş alanlara delikler açılarak işleniyordu, Daha sonra bu kartlar sayım makinesi tarafından okunabiliyordu. Hollerith'in geliştirdiği sayım makinesi 1890 ABD nüfus sayımlarında kullanılmış¹¹ ve sayım sonuçlarını, bir önceki değerlendirme süresinin üçte biri kadar az zamanda vermiştir. Bu makine ile teknoloji tarihine ilk defa olarak "programlanabilen" otomasyon sistemi girmiş oluyordu. Hollerith'den bir süre sonra Harvard Üniversitesinden Howard Aiken, 1944'de, ilk tam otomasyonlu ve genel amaçlı hesaplamayı gerçekleştirdi; ancak o da kendisinden öncekiler gibi, elektronik değil, mekanikti ve çarklardan oluşuyordu.¹²

2. Elektronik dönem: İlk elektronik bilgisayar çalışmaları II. Dünya Savaşı yıllarında başlar. Bu dönemde, ABD ordusu, balistik yörünge hesaplarını hızlı bir biçimde yapabilecek bir makinenin arayışı içindedir. Bu nedenle Pennsylvania Üniversitesinde 1942 yılında başlatılan bir çalışma 1945 yılında sonuçlandı ve ilk modern bilgisayar

¹⁰ Buick; Jevtic,s.45; Altan;s.4

¹¹ Altan; s.4

¹² Durmuş Hocaoglu ; "İnternet ve Küreselleşme",Karizma Dergisi, Ocak-Mart 2003, s.67

olarak bilinen ENIAC “Electronic Numerical Integrator and Calculator” ortaya çıktı.¹³ 30 metre boyunda ve 30 ton ağırlığında olan Eniac, günümüz bilgisayarlarının atası sayılır. Eniac bir toplama işlemini 200 mikro saniyede, bir çarpma işlemini 2300 mikro saniyede yapabiliyordu. Aynı yıllarda Almanlar “Zuse”; İngilizler “Edsac” isimli ilk elektronik bilgisayarları yaptılar. Bu ilk bilgisayarlar, radyo lambalarıyla çalışan, çok ısı yayan, büyük hacimli, kullanımı zor makinelerdi. Transistörler, modern bilgisayarların gelişiminde bir kilometre taşı oldu. 1947 yılında bulunan transistör, Bell laboratuvarlarında çalışan John Bardeen, Walter H.Brattain ve William Shockley’e 1956 yılında Nobel Fizik Ödülünü kazandırdı.¹⁴ Bu sayede bilgisayarlar, öncekilere göre küçülmüş ve daha az ısı yayar hale gelmiştir. Giderek bilgisayarların standart olarak üretilmesi, dolayısıyla bilgisayar sayılarının ve bilgisayar kullanıcılarının artması, kullanıcılara kolay gelecek ve makineden bağımsız programlama dillerinin geliştirilmesinin gerektiğini ortaya çıkardı. Bu nedenle bu dönemlerde daha çok bilimsel ve mühendislik çalışmaları için FORTRAN; ticari uygulamalar için COBOL programlama dili ve bu diller için derleyiciler geliştirildi. Entegre devrelerdeki son gelişmelerle, yüzlerce ve binlerce transistörden oluşan ekipmanları küçük bir silikon gövdeye sığdırmak imkan dahiline girmiştir.

3. Mikrobilgisayar dönemi: 1971 yılına gelindiğinde, yarı iletken teknolojisinde önemli bir sıçrama daha gözlendi. Bu yeni gelişme, bilgisayarın temel elemanı veya beyni olarak kabul edilen Merkezi İşlem Biriminin (MİB) tek bir tüm devre içine sığdırılmasıdır. Böylece birçok entegre elemanın yapabileceği işlem, bir tek entegre devreye sığdırılmıştır. Bu sayede bilgisayarların hacimleri iyice küçülmüş, artık herkesin satın alabileceği ve kullanabileceği kişisel bilgisayarlar (personal computer) üretilmeye başlanmıştır.

¹³ Hocaoglu, s.67; Özkan, s.4

¹⁴ George Basalla, *Teknolojinin Evrimi*, Tübitak Yayınları, Ankara 2000, s.57

1.1.3. Bilgisayarın Çeşitleri

Bilgisayarlar, işlem hızları, işlem yetenekleri ve fiziksel boyutlarına göre şöyle sınıflandırılabilir:¹⁵

1. Süperminibilgisayarlar: Giriş bilgilerini kabul etme, yapılan ön tanımlamalara göre girilen bilgileri işleme ve işlenen verileri çıkış olarak verme şeklinde üç işlem yapan bilgisayarlardır. 1965’lerde başlayarak üretilen entegre devreleri, transistörlerle donatılmış bilgisayarlardır.

2. Mainframe olarak adlandırılan bilgisayarlar: Çok yaygın işlemler yapmak üzere düzenlenmiş yüksek seviyeli anabilgisayarlardır.

3. Minibilgisayarlar: Terminal bağlantılı kullanıcılar tarafından, yüksek seviyede giriş-çıkış yapacak şekilde tasarlanmış orta ölçekteki bilgisayarlardır.

4. İş istasyonu olarak kullanılan bilgisayarlar: En son teknoloji ile donatılmış, ağ ortamında sunucu bilgisayara bağlı bir iş istasyonu olarak kullanılan ve bireysel amaçlı çalıştırılan bilgisayarlardır.

5. Mikrobilgisayarlar: Tek bir mikroişlemciye göre tasarlanarak yapılmış, boyut olarak daha küçük bilgisayarlardır. Ev ve ofis ortamında yerel ağ ortamında küçük bir iş istasyonu olarak da kullanılabilir.

6. Dizüstü (Laptop) bilgisayarlar: Pille ve regülatörle şehir ceryanı ile çalışan, küçük bir çanta büyüklüğünde taşınabilir bilgisayarlardır. Dizüstü bilgisayarlarda yüksek çözünürlüklü düz sıvı kristal ekran (LCD), fare yerine dokunulmaya duyarlı yüzeyi parmak hareketleri ile kullanılan izleme birimi (trackpad) kullanılır. Dizüstü bilgisayarların süper hafif olan modelleri ‘Notebook’ olarak adlandırılır.

Bilgisayarlar Çalışma Modlarına göre ise şöyle sınıflandırılabilir:¹⁶

a- Analog Bilgisayarlar: Rakamlarla değil, fiziksel büyüklüklerin kontrolü esası üzerine çalışan daha çok mühendislik hesaplarında ve bilimsel çalışmalarda kullanılan düşük maliyetli bilgisayarlardır. Bugün analog bilgisayarlar, yerlerini düşük maliyetli dijital bilgisayarlara bırakmıştır.

¹⁵ Altan, s.6

¹⁶ Altan, s.6; Özkan, s.7

b- Dijital Bilgisayarlar: Sayısal bilgisayarlardır. “0” ve “1” den oluşan rakamlarla çalışır. Bu rakamlara İngilizcede ikili sayı anlamına gelen “binary digit” kelimelerinden türetilmiş “bit” adı verilir.¹⁷ Yan yana gelmiş 8 bit (byte) bir karaktere karşılık kullanılır. Dijital bilgisayarlarda sonuçlar önceden verilen programa göre otomatik olarak yapılır. Dijital bilgisayarlar günümüzde, dijital/analog çeviriciler yardımıyla analog bilgisayarların işlevlerini de yapabilmektedir.

1.1.4. Bilgisayar Ağları

Bilgisayar ağı, bilgisayarların ve çevre birimlerinin haberleşmek için bağlandıkları bir sistemdir. Ağlar, kişisel bilgisayarların (PC) hızla yaygınlaşmasıyla, bilgilerin ve çevre birimlerinin paylaşılması ihtiyacı sonucu ortaya çıkmıştır. Bilgisayar ağına bağlı bir bilgisayar diğer ağa bağlı bir bilgisayar ile bağlantı içindedir. Ağ sayesinde kullanıcılar, belirli izinler ve haklar çerçevesinde diğer bilgisayarların sabit diskindeki verilere erişebilirler. Bilgisayar ağları yan yana duran iki bilgisayardan oluşabileceği gibi, milyonlarca bilgisayardan da oluşabilir. Bilgisayarlar arasındaki bağlantı, fiber optik, bakır tel, radyo link sistemi veya haberleşme uyduları tarafından bağlanabilir.

Bilgisayar ağları coğrafi bakımdan şöyle sınıflandırılabilir:¹⁸

a- Yerel İletişim Ağları (Local Area Network-LAN): Yerel İletişim Ağları, küçük bir alandaki bilgisayarların birbirine bağlanmasıyla oluşan bir sistemdir. Bu alan, bir oda, bir bina, binalar veya bir üniversite kampüsü olabilir. Kullanım alanı 1-2 km’ dir.

b- Geniş Ağlar (Wide Area Network-WAN): Yerel iletişim ağları belirli bir mesafeyi aşan, diğer ağlarla telefon hattı, kablo, uydu veya radyo dalgalarıyla iletişim kurar. Yerel iletişim ağlarının birbirleriyle bağlanmasıyla oluşan bu ağa geniş ağlar adı verilir. Geniş ağlar, bir ülkeye yayılmış bir bilgisayar ağı olabileceği gibi, kıtalararası bir ağ da olabilir.

¹⁷ Altan, s.5

¹⁸ Rıfat Çölkese; Network, TCP/IP, UNIX El Kitabı, Papatya Yayıncılık, İstanbul 2002, s.18 vd.

1.2. Internet

1.2.1. Internetin Tanımı ve Teknik Yapısı

Internet, birden fazla haberleşme ağının (network), birlikte meydana getirdikleri bir iletişim ortamıdır (platformudur). Bu iletişim ağları, bilgisayarlar ile oluşturulmaktadır. Diğer bir deyişle, İnternet bilgisayarlar arasında kurulmuş bulunan bir haberleşme ağıdır.¹⁹ "İnternet" kelimesi, ingilizce "International Network (Uluslararası Çalışma Ağı)"un kısaltılmışıdır.²⁰ İnternet, kısaca "ağların küresel ağı (global network of networks)" olarak da tanımlanmaktadır.²¹ İnternet, insanların gittikçe artan "üretilen bilgiyi saklama/paylaşma ve ona kolayca ulaşma" istekleri sonrasında ortaya çıkan bir teknolojidir. Bu teknoloji yardımıyla pek çok alandaki bilgilere kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde erişilebilmektedir. Bir başka ifade ile, internet tüm ülkelerde kayıtlı üyesi bulunan olağanüstü kapsamı olan bir uluslararası iletişim şebekesidir.²² Temel amaç, iletişim olduğu için, ağı meydana getiren bilgisayarların arasında bağlantı kurulması gerekmektedir. Bunun sağlanması için de "ortak bir dil" kullanılmaktadır (İnternet Protokolü -TCP/IP-Transmission Control Protocol/İnternet Protocol). TCP/IP kullanımı ile, bilgisayarlar birbirleri ile iletişim kurarak "konuşabilmekte", karşılıklı olarak bilgi aktarabilmektedirler. Diğer bir ifade ile, kişiler bu yöntemden yararlanarak, birbirleri ile iletişim kurmakta ve bilgi alış-verişinde bulunabilmektedirler. Fiili iletişim ise, yüksek kapasiteli telefon hatları üzerinden yapılmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri Yüksek Mahkemesi bir kararında İnternet'i şöyle tarif etmiştir: "İnternet birbirleri ile bağlı bulunan bilgisayarlardan oluşan uluslararası ağıdır ... İnternet, bireylerin dünya çapında haberleşmesi için tamamen yeni ve benzeri olmayan bir ortamdır...".²³ Bir başka tanıma göre internet, TCP/IP protokol takımı ile kontrol edilen, birbirinden tamamen farklı işletim sistemlerine sahip bilgisayar sistemleri arasında paket anahtarlama veri iletimini destekleyen, birbirleri arasındaki bağlantıların

¹⁹ Sait Güran, Teoman Akunal, Köksal Bayraktar ve Diğerleri; **İnternet ve Hukuk, Superonline Workshop Metni**, İstanbul 2000, s.4

²⁰ Savaş Bozbel; "İnternet Üzerinden Yapılan Hukuki İşlemler", Yargıtay Dergisi, Ocak –Nisan 2001,cilt 27,sayı 1-2, s.749

²¹ "State of the Internet 2000", United States Internet Council&ITTA Inc., September 2000

²² Kayihan İçel; **Kitle Haberleşme Hukuku**, İstanbul 2001, s.7; "A Brief History of Internet", <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml#tokyotrip> (Mayıs 2003)

²³ Güran ve diğerleri, s.11; <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml#tokyotrip>

telekomünikasyon altyapısı ile sağlandığı küresel bir bilgisayar şebekesidir.²⁴ TCP/IP uyumlu olması koşulu ile, dünyanın herhangi bir yerindeki bilgisayar ağı İnternet'e katılabileceği gibi, haberleşme menzili elverdiği nisbette, uzaydaki bir bilgisayardan da İnternet'e bağlanmak mümkündür. Bu altyapıyı yani interneti işleten, idare eden, denetleyen bir merkezî otorite söz konusu değildir. Diğer sosyal oluşumlarla karşılaştırıldığında, kendiliğinden geliştiği görülmektedir.

İnternetin teknik gelişimi ise, 1986 yılında oluşturulan ve internetin geliştirilmesi ve protokol mühendisliği alanlarında hizmet vermekte olan “İnternet Mühendisliği Çalışma Grubu (Internet Engineering Task Force-IETF)” ve bu grubun alt çalışma grupları olan “İnternet Mimarisi Kurulu (Internet Architecture Board-IAB)” ve “İnternet Mühendisliği Yönetim Grubu (Internet Engineering Steering Group-IESG)”nın çalışmaları ile “İnternet Topluluğu (Internet Society-ISOC)” ve “İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi (Internet Assigned Numbers Authority-IANA)” ile koordinasyon halinde katılımcı karar alma mekanizmaları aracılığıyla oluşturulan protokoller tarafından yönlendirilmektedir. ISOC, 1991 yılında internete resmi bir yapı sağlamak ve interneti geliştirmek üzere kurulmuştur. Ancak yine de, internet üzerinde yasal bir otorite olarak çalışan bir merkezi kural koyucu bulunmamaktadır.²⁵

İnternet, birbirine bağlı bilgisayarlardan oluşan bir bilgi ağı, bilgi otobanıdır. İnternet için “enformasyon otoyolu” deyimini ilk kez ABD eski Başkan Yardımcısı Al Gore kullanmıştır.²⁶ Dünya’nın herhangi bir yerinden bu sisteme katılmak teorik olarak mümkün olmakla birlikte bu sisteme girmek için veya kendi web sitenizi sunabilmeniz için “provider-İnternet Servis Sağlayıcıları-ISS” denilen kuruluşların devreyi girmesi gerekmektedir. ISS’lere ulaşım ise modem denilen telefon sinyallerini bilgiye çeviren aletlerle telefon üzerinden gerçekleşmektedir. Bilgisayarların kendi aralarında konuşmaları –en yaygın sistem olarak- TCP/IP yöntemi ile olmaktadır. İnternet sitelerinin izlenebilmesi için ise “Browser” (Internet Explorer, Netscape gibi) denilen internet tarayıcılarına ihtiyaç vardır. Bu “browserler” sayesinde genelde “HTML” dili

²⁴ Müberra Güngör, Gökhan Evren; “İnternet Sektörü ve Türkiye İncelemeleri”, Telekomünikasyon Kurumu, Ankara 2002, s.5

²⁵ Hasibe Işık; İnternet Alan İsimleri Sistemi-Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki, DPT Yayınları, Ankara 2001, s.8

²⁶ J.Buick, Z.Jevtic; s.130

ile yazılan internet sayfaları adeta tercüme edilmektedir. Dolayısıyla internete girebilmek için PC, Modem, Telefon Bağlantısı ve Internet Servis Sağlayıcıların bir araya gelmesi gerekmektedir.

1.2.1.1. Protokoller

Protokol sözcüğü uzun bir süre diplomatik anlaşmalar için kullanılan bir diplomasi terimi olmuştur. Antik Yunan'da "protokollon" bir cildin ilk sayfası, el yazmasının kaynağı ve tarihini içeren bir özet olarak papirüs kağıdının en üstüne iliştirilmiş şeffaf kağıda deniliyordu. Daha sonra protokol sözcüğü, ağ kullanıcıları arasında ortak bir karar gereksinimi sonucu bilgisayar şebekelendirme diline girmiştir.²⁷

Internet üzerindeki bilgi iletimi ve paylaşımı bazı kurallar dahilinde yapılmaktadır. Bu kurallara kısaca "internet protokolleri" ya da "TCP/IP protokoller ailesi" denmektedir.²⁸ Bir başka deyişle, TCP/IP protokolleri bilgisayarlar arası veri iletişiminin sınırlarını ve çerçevesini koymaktadır. Protokoller, şebeke içindeki bilgisayarların birbirleriyle haberleşmek için kullandıkları kural ve sinyaller bütünüdür.

Bilgisayarlar arasında veri iletişimini sağlamak için ihtiyaç duyulan bu protokoller, ağa bağlı olan, birbirlerinden farklı işletim sistemlerine sahip milyonlarca bilgisayarın, birbirleriyle iletişimini ve mesaj trafiğinin kurallarını oluşturarak etkin bir iletişim sağlanmasını gerçekleştirir. TCP/IP aynı zamanda bilgisayarlar ile veri iletme, alma birimleri arasında organizasyonu sağlayan, böylece bir yerden diğerine veri iletişimini mümkün kılan pek çok veri iletişim protokolüne verilen genel addır.²⁹

İnternet ağ mimarisi dört katmanlı bir yapıya sahiptir. Her katmanda yapılacak görevler protokol tanımlamaları ile belirlenmiştir. Bu katmanlar ve protokoller şunlardır.³⁰

²⁷ Katie Hafner, Matthew Lyon; **İnternet Tarihi** (Çev.:Sinem Yazıcıoğlu), Güncel Yayıncılık, İstanbul 2000, s.161

²⁸ İçel, s.411; Ankara Ticaret Odası (ATO), **Elektronik Ticaret ve İnternet**, Ankara 1999, s.20; Hasan Sınar; **İnternet ve Ceza Hukuku**, İstanbul 2001, s.21.

²⁹ ATO, s.20

³⁰ Çölkesen, s.62 vd.

a- Uygulama Katmanı Protokolleri:

1. SMTP (Simple Mail Transport Protocol): Ağ içerisindeki kullanıcılar arasındaki elektronik mektup alışveriş kurallarını düzenler.
2. SNMP (Simple Network Managment Protocol): Ağ içerisinde bulunan yönlendirici, anahtar gibi cihazların yönetimi için kullanılır.
3. TELNET (Remote Login): Internet üzerindeki iki bilgisayarın, işletim sistemlerine bağlı olmaksızın birindeki bir kullanıcıya, diğeri üzerinde çalışma olanağı veren bir uzaktan bağlantı programıdır.³¹
4. FTP (File Transfer Protocol): Bir bilgisayardan başka bir bilgisayarı dosya aktarımı için bağlanmayı sağlar. Internet üzerinden nesne değişimini olanaklı kılar.³²
5. NNTP(Network News Transport Protocol): Postalama hizmetlerinin aktarılmasını sağlayan protokoldür.
6. HTTP (Hyper Text Transfer Protocol): Web sayfalarının bilgi, dosya ve resim gibi verileri aktarmasına olanak veren protokoldür.

b- Ulaşım Katmanı Protokolleri

1. TCP (Transmission Control Protocol): Bir üst katmandan gelen verilerin, uygun büyüklükteki parçalara bölünerek, kolay aktarımını sağlar. Parçalar sıraya konulur ve sıra numaraları verilir. Kaybolan veya bozuk gelen parçaların tekrarlanmasına olanak verir. Kısaca veri paketlerinin ne şekilde iletiminin yapılacağını ve diğer uç noktada ne şekilde birleştirileceğini kapsamaktadır.³³
2. UDP(User Datagram Protocol): Sorgulama ve sınama amaçlı, küçük boyutlu verilerin aktarılmasını sağlar. Veri küçük olduğu için parçalanmaya gerek duyulmaz.

c- Yönlendirme Katmanı Protokolleri

1. IP (Internet Protocol): Bir üst katmandan gelen segmentleri alıcıya, uygun yoldan ve hatasız ulaştırmakla yükümlüdür. Gelen veriye internet protokol başlığı ekleyerek karşı sisteme iletilmesi için fiziksel katmana gönderir. IP'in başlıca görevi, iletimi yapılacak olan verinin

³¹ Mustafa Akgül; **Internet Sunucu Araçları ve Yönetimi**, Bilkent Üniversitesi Ankara, Kasım 1999, s.11

³² Akgül, s.57

³³ M.Güngör, G.Evren; s.5

paketlenmesi ve iletim sırasında izlenecek sanal yola dair bir yönlendirme adresi verilmesini içermektir.³⁴

2. ICMP(Internet Control Message Protocol): Fiziksel katmandan önceki protokoldür. Bir üst katmandan gelen verileri alıcıya ulaştırmakla yükümlüdür.

d- Fiziksel Katman: Bu katman üzerinde herhangi bir protokol tanımlanmamıştır. Üst katmanlardan gelen veriler burada toplanır ve alıcıya iletilir.

1.2.1.2 İnternet Servis Sağlayıcılar (ISS'ler)

Geniş anlamda internet hizmeti sunan herhangi bir oluşuma internet servis sağlayıcı denilebilir. Bu tanım çerçevesinde çevirmeli internet erişimi sunan bir işletmeciden, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (International Telecommunication Union-ITU)'ne kadar internet hizmeti veren her kuruluş ISS olarak görülebilir. Ancak sıkça kullanılan anlamıyla internet servis sağlayıcı kavramı "İnternet Erişim Sağlayıcı" kavramına karşılık gelmektedir.³⁵

İnternet Servis Sağlayıcılar, kendisine ait bilgisayar donanımı ve yerel şebekeden kiraladığı hatlar aracılığı ile kullanıcıları yerel ve uluslararası internet omurgalarına taşımak işini yerine getirirler. Bir başka deyişle, kendi bilgisayarlarını kullanıcıların internete ulaşabilmeleri için bir giriş kapısı olarak hizmete sunan internet sujesine verilen isimdir.³⁶ ISS'ler insanların internet'e bağlanmalarını, internet üzerinden iletişim kurmalarını ve internetin sağladığı olanakları kullanmalarını sağlayan aracı unsurdur.³⁷ İnternete bağlanmada köprü vazifesini görürler.

³⁴ M.Güngör, G.Evren; s. 5

³⁵ M.Güngör, G.Evren; s.7

³⁶ Sınar s. 41

³⁷ Güran ve diğerleri, s.18

1.2.2. Internetin Tarihi Gelişimi

Marshall Mc. Luhan, 1960 yılında yazdığı “Understanding Media: The Extensions of Man” adlı kitabında toplumda tarihsel olarak iletişimin aldığı biçimlerden yola çıkarak toplumsal değişmeyi üç dönemde incelemektedir:

- 1- Sözlü iletişimin egemen olduğu yazı öncesi toplum
- 2- Yazı ve yazılı basının egemen olduğu dönem
- 3- Elektronik iletişim araçlarının egemen olduğu son dönem

Mc. Luhan, bu kitabında, son dönem olan elektronik iletişim çağında, en üstün iletişim olanaklarının sağlandığı ilk dönemdeki iletişim ortamına çok yakın bir sözlü iletişim ortamının olacağını ifade etmektedir.³⁸ Mc. Luhan bu dönemi “global village”(evrensel köy) tabirine ulaşılabilecek dönem olarak nitelendirmektedir.

1945 yılında ilk modern bilgisayar sayılan ENIAC’ın ortaya çıkmasından sonra ABD’de bilgisayar bilimlerine olan ilgi artmıştır. Joseph Carl Robnett Licklider (1915-1990),³⁹ Harvard Üniversitesinin Psiko-akustik Laboratuvarında çalışan bir bilim insanıydı. Uzmanlık alanı psiko-akustik idi. Yani seslerin insan sinir sistemine etkileri konusunda çalışmalar yapıyordu. Licklider’a göre bilgisayarlar yalnızca hesap makineleri değildi. Bilgisayarlar tüm insanların bir parçası gibi çalışabilir; insan zekasının boyutunu genişletip analitik güçlerimizi yükseltebilirdi. Licklider, Marshall Mc. Luhan’ın “elektronik medya” gücünü destekleyen görüşünü benimsemişti. Teknolojik ilerleme sayesinde, pek çok vatandaş yönetim süreci hakkında bilgi sahibi olabilecek, yönetimle ilgilenecek ve yönetime aktif olarak katılabilecekti. Licklider daha 1960’larda, büyük bir ağ şebekesine bağlanmış olan, kendi deyişiyle “ev bilgisayar konsolları” ve “televizyon setleri” düşünüyordu. Ona göre “politik ilerlemenin büyük bir telekonferans olması gerekecektir; bilgiyi etkili bir biçimde alıp veren bir sistem kurulmalıydı.” Licklider bilgisayarların insanların yaşamlarında oynayabileceği rol hakkındaki bu düşüncelerini 1960 yılında “İnsan-Makine Ortak Yaşamı” adlı seminer bildirisinde topluma açıkladı. Licklider bu seminerde “çok uzun yıllar geçmeden insan beyniyle bilgisayarların yakın bir ikili oluşturacağına ve sonuçtaki ikilinin daha önce hiçbir insan beyninin düşünüp işlemediği verileri bugün tanıdığımız bilgi işleyen

³⁸ Mc. Luhan Marshall, *Understanding Media: Extensions of Man*, MC Graw-Hill, New York, 1966. s: 110-117

³⁹ “Biographical Memoirs”; <http://books.nap.edu/html/biomems/jlicklider.html> (Kasım 2003)

makinelere ulaşılmayan bir yöntemle düşüneceğine umutla bakıyorum.”⁴⁰ demiştir. Bu çalışma ile Licklider psikoloji ekseninden çıkıp tamamen bilgisayar alanına girmişti.

1957 yılında Rusların “Sputnik” adlı uyduyu uzaya göndermesinin ardından, ABD’de bilimsel araştırma ve geliştirme çalışmalarının durumu yeniden gözden geçirilmek zorunda kaldı. Bunun için bağımsız bir araştırma geliştirme dairesi kurulmalıydı. SSCB’nin hemen bir ay sonra “Sputnik 2” yi de uzaya göndermesi çalışmaları hızlandırdı. 7 Ocak 1958’de bu amaçla Başkan Eisenhower kongreye bir mektup yazarak Advanced Research Projects Agency (ARPA- İleri Araştırma Projeleri Dairesi)’nin kuruluşu için ödenek istedi. Daha sonra 1958’in hemen başlarında General Electric’in başkan yardımcısı Roy Johnson, ARPA’nın ilk müdürü olarak aday gösterildi. Adaylığından beş gün sonra da ödenek kongre tarafından onaylandı ve böylece ARPA, Savunma Bakanlığına bağlı bir kuruluş olarak resmen faaliyete geçmiş oldu. ARPA’nın amacı, Sputnik sonrası dönemde, artan araştırma geliştirme çalışmalarının koordine edileceği ve rekabete ayak uyduracak bir yapı ve proje ortamı yaratmaktı. Gerçekten de Washington’un “dış mücadele” adlı araştırma geliştirme harcaması 1959 ile 1964 arasında 5 milyar dolardan 13 milyar dolara çıktı.⁴¹ 1959’da 70 kişilik bir merkez çalışanları topluluğu ile ARPA yoluna devam etmiştir. ARPA daha başından bir idealin peşindeydi. ARPA’nın ilk müdürü Roy Johnson’u General Electric’teki 160.000 dolarlık işinden, 18.000 dolarlık ARPA müdürlüğüne atanmaya ikna eden Savunma Bakanı Neil Mc. Elroy idi. Johnson, ABD’nin araştırma geliştirme programına bir yönetim sorunu olarak yaklaştı. Görevi, SSCB’nin yerini alabilmek için insanlara gereken her şeyi yapmaya teşvik etmekte.

Eisenhower yönetiminin daha ARPA kurulmadan “National Aeronautics and Space Administration” (NASA-Ulusal Havacılık ve Uzay Bilimleri Dairesi) kurulması, Savunma Düzenleme Yasasının Kongre’den geçirilmesi, Savunma Araştırma ve Mühendisliği Müdürlüğü Dairesi kurulması gibi daha büyük planları vardı. Ancak bu büyük planların gerçekleştirilmesi daha uzun süreceği için kısa vadede ARPA kurularak araştırma geliştirme projeleri devam ettirildi. Ancak 1958’nin sonlarında NASA yasalaştı. NASA’nın kurulmasından sonra uzay projeleri ve füze programları

⁴⁰ K.Hafner, M.Lyon; s. 36

⁴¹ K.Hafner, M.Lyon; s.20

ARPA'dan çekilmiş, ARPA'nın bütçesi 150 milyon dolara kadar düşmüştür. Bunun üzerine ARPA müdürü Roy Johnson istifa etti. Ayrılırken, ARPA'nın geleceği için dört alternatifli bir öneri hazırladı. Bunlar ARPA'yı feshetmek, onu geliştirmek, hiçbir değişiklik yapmamak veya görevini yeniden tanımlamaktı. Geride kalan analizciler dördüncü alternatifi yani ARPA'nın görevini yeniden tanımlamayı seçtiler. ARPA bundan böyle daha uzun vadeli projeler için, bilim çevreleri ve üniversiteler ile koordinasyon halinde “yüksek riskli, yüksek kazançlı” araştırma geliştirme çabaları yapacaktı. Dolayısıyla bugün internetin ortaya çıkmasında olası bir nükleer savaş sırasındaki güvenlik ve iletişimi sağlamak amacının bulunduğu savı doğru değildir.

1962 yılında ARPA müdürü olan Jack Ruina, Licklider'a ARPA'nın Davranış Bilimleri Bölümünün başına geçmesini önerdi. Licklider'a bir de “Q-32” adında bir bilgisayar verilecekti. Licklider şu koşulla görevi kabul etti: “Kendisine programı uygun gördüğü yönde sürdürme özgürlüğü verilecekti.”⁴² Licklider 1 Ekim 1962 yılında “ARPA Davranış Bilimleri Bölümü Müdürü” olarak göreve başladı. Licklider ülkenin ileri gelen bilgisayar merkezlerini bulup onlarla çalışma kontratları yaptı. Stanford'dan, MIT'den, UCLA'dan, Berkeley'den ve birçok şirketten dönemin en iyi bilgisayar uzmanlarına ulaşip onları ARPA bünyesine kattı. Licklider, bu uzman topluluğa “Galaksilerarası Bilgisayar Ağı” adını verdi.⁴³ Licklider onlara “Birçok farklı merkezin birbirine bağlandığı, her birinin son derece bireysel olup kendine özgü bir dil ve çalışma biçimine sahip olduğu bir durumu düşünün.” diyordu. Licklider, ARPA'dan 1964'de ayrıldığında, dairenin ilgisini savaş oyunları senaryolarıyla oyalanan bir komuta sistemleri laboratuvarında araştırma ve geliştirme hesapları yapmaktan çıkarmış, zaman-paylaşım sistemleri, bilgisayar grafikleri ve gelişmiş bilgisayar dillerindeki ileri araştırmalara kaydırmıştı. Komuta ve Kontrol Araştırmaları adını taşıyan dairenin ismi “Bilgi İşlem Teknikleri Dairesi” olarak değiştirilmişti.⁴⁴ Bilgi İşlem Teknikleri Dairesi (Information Processing Techniques Office- IPTO), ARPA'nın tek bağımsız kolu konumundaydı.⁴⁵

⁴² K.Hafner, M.Lyon; s.38

⁴³ K.Hafner, M.Lyon; s.38

⁴⁴ K.Hafner, M.Lyon; s. 41

⁴⁵ K.Hafner, M.Lyon; s.10

ARPA'nın sonraki müdürü Charles Herzfeld, Ruina yönetimine göre daha çabuk yatırım kararları veren, esnek bir yapıdaydı. 1966 yılında Herzfeld genç ve gelecek vadeden bir bilim insanı olan Bob Taylor'u IPTO'nun başına geçirdi. Bob Taylor'un da yüksek lisans tezi psiko-akustik ile ilgiliydi. Licklider'dan çok etkilenmişti. Daha sonra Bob Taylor, Licklider ile her zaman tartıştığı "ağ deneyi" fikrini hayata geçirmek için ödenek aldı ve projenin başına genç ve yetenekli bir bilgisayar uzmanı olan ve bugün internetin babası sayılan kişilerden Larry Roberts'i geçirdi. Proje araştırmacıların bilgisayar kaynaklarını paylaşabilmeleri için ülkedeki bilimsel laboratuvarlardaki bilgileri birbirine bağlamak gibi barışçı bir amaç taşımaktaydı. ARPANET'in nükleer saldırılar karşısında ulusal güvenliği korumak için kurulduğu fikri dedikodudan öte değildir.⁴⁶

Paul Baran adlı bir elektrik mühendisi, 1946'da ikinci dünya savaşında geliştirilmiş işlem araştırmaları yeteneğini korumak için kurulan RAND şirketinde çalışıyordu. Baran'da RAND'da bilgisayar ağları üzerinde çalışmalar yapıyordu. Baran dijital bilgisayarlar aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurabilen, yapısı vücuttaki sinir ağları sistemine benzeyen bir ağ tasarlıyordu. Rand verileri ileti öbeklerine bölerek, her öbeği telefon hatları matrisinden geçirerek, herhangi bir savaş anında iletişimin devam ettirilmesi fikrine dayanıyordu.

1965'in sonlarında İngiltere'de Londra'da Britanya Ulusal Fizik Laboratuvarında çalışan Donald Watts Davies adlı bilim adamı da Baran'ın çalışmaları ile benzer çalışmalar yapıyor ve telefon hatlarını kullanarak bir bilgisayar ağı üzerinde yoğunlaşıyordu. 1967'de Michigan'da Ann Arbor toplantısı ve ardından 1967 yılının sonlarında Tennessee eyaletinin Gatlinburg kentinde düzenlenen bir başka bilgisayar konferansında bilgisayar ağı kurulması fikri tartışıldı. Bu ikinci konferansta, İngiltere'deki Donald Davies'in Ulusal Fizik Laboratuvarı ekibi de bir bildiri sundu. Paul Baran'ın RAND raporları ise daha önce ARPA'ya ulaştırılmıştı. Larry Roberts, ağ fikirleri konusunda, topluluğun dışarıdan bir danışmanı gibi sürekli Paul Baran ile fikir alışverişinde bulunuyordu.⁴⁷

⁴⁶ K.Hafner, M.Lyon ; s.8

⁴⁷ K.Hafner, M.Lyon ;s.84

Temmuz 1968’de Larry Roberts bilgisayar ağı ARPA Network için (ARPANET) teklif talepleri taslağını bitirdi. Roberts ağı kontrol edecek ara bilgisayarları “arayüz işlemcileri” (IMP-interface message processors) olarak tanımlıyordu. IMP’ler ağı birbirine bağlanma, verileri gönderip alma, hataları kontrol etme, hata durumunda iletiyi yeniden aktarma, verileri yönlendirme ve iletilerin beklenen noktalara ulaşp ulaşmadığını doğrulama işlevlerini yerine getirmekle görevliydi.

ARPANET kurulması ve ilk IMPlerin kurulması amacıyla yapılan ihale, Massachusetts eyaletinin Cambridge kentindeki küçük bir danışma şirketi olan “Bolt Beranek and Newman Şirketi”(BBN)’ne verildi. Bu şirketin özelliği, Licklider’in 1962’de ARPA’daki görevinden önce ve 1964’de ARPA’dan ayrıldıktan sonra çalıştığı şirket olmasıydı. Teklifini 6 Eylül 1968 yılında yapan BBN şirketi ihaleyi aldıktan sonra hemen ilk arayüz işlemcinin kurulması için çalışmalara başladı. Çok geçmeden çalışma grubu kendine Ağ Çalışma Topluluğu (Network Working Group- NWG) adını verdi. İlk ara işlemci UCLA’da 1 Eylül 1969’da kuruldu. İkinci ara işlemci ise bir ay sonra 1 Ekim 1969’da kuruldu.

Böylece, iki arayüz işlemcisinin kurulması ile ağ yaşama geçirildi. Üçüncü işlemci 1 Kasım 1969’da California Üniversitesinin Santa Barbara Kampüsünde kuruldu. Dördüncü işlemci UTAH Üniversitesinde kuruldu.⁴⁸ Beşinci ve altıncı düğümler, ARPA ve ihaleyi alan firma olan BBN’de kuruldu. Yedinci, sekizinci ve dokuzuncu düğümler MIT (Massachusetts Institute of Technology)’de, RAND’da ve Harvard Üniversitesinde kuruldu. 1970 sonlarına gelindiğinde 14 bağlantı yapılmıştı.

Bilgisayar düğümleri hızla kuruluyordu ancak 1972’lere gelindiğinde, ARPANET, bilgisayar araştırma çevreleri merkezi dışında hiç bilinmiyordu. ARPA ağı adeta, üzerinde araba olmayan bir otoban gibi büyüyen bir linkler ve düğümler ağıydı.⁴⁹ Larry Roberts, ağ fikrini artık topluma açıklama zamanının geldiğini düşünüyordu. Bu amaçla 1972 Ekim ayında Washington’da Hilton Otelinde toplanacak “Birinci Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansı”nda bu fikri açıklama ve bir de bağlantı yaparak

⁴⁸ K.Hafner, M.Lyon; s. 171

⁴⁹ K.Hafner, M.Lyon ; s.194

tanıtmaya karar verdi. Larry Roberts konferansın düzenleme komitesindeydi. ARPANET bu konferansta federal bir araştırma etkinliği olarak tanıtıldı.

ARPA, 1972'den itibaren askeri kuruluşların istekleri doğrultusunda bazı çalışmalar gerçekleştirdi ve bu çalışmalar sonucunda ARPA'nın adı "Defense Advanced Research Projects Agency (Savunma konulu İleri Araştırma Projeleri Dairesi-DARPA) olarak değiştirildi. Ancak ARPANET adı varlığını sürdürdü.⁵⁰ 1973'de ağ ile ilgili bir başka çalışma "İnternetting Project" başlatıldı.⁵¹ Amaç, ARPANET ağını uluslararası hale getirmek, diğer ülkelerde geliştirilen ağlarla bağlı hale getirmek ve ağların ağını kurmaktır.

Bob Kahn ve Vinc Cerf yapılan uzun çalışmalar sonucu ağdaki iletişimi standartlaştıracak "Paket Ağlararası İletişim için bir Protokol" adlı bildirilerini 1973 yılı sonlarında tamamladılar.⁵² İletilere TCP (Transmission-Control Protocol- İletim Kontrol Protokolleri) adı verildi. TCP'nin yaratılması ağlararası iletişime olanak sağladı. 1978'de TCP yasal olarak TCP/IP⁵³ adını aldı.⁵⁴ Uluslararası Standardizasyon Kurumu⁵⁵'nin geliştirdiği, OSI⁵⁶ adlı yeni ağlararası protokol ise, TCP/IP protokolü karşısında tutulmadı. 1 Ocak 1983'de ARPANET resmi olarak TCP/IP protokolüne geçiş yaptı.

1983 yılında Savunma İletişimleri Dairesi ARPANET'in güvenlik sorunu yaşayabilecekleri kadar büyümüş olduğuna karar verdi. Daire, ağı gizli askeri bilgileri taşıyan MILNET ve birleşik ağ için ARPANET olarak iki parçaya böldü. O tarihteki toplam düğüm sayısı 113 idi. Bu düğümlerin 68'ini MILNET; 45'ini de ARPANET aldı.⁵⁷ 1950 yılında kurulan ve bilimde temel araştırmaları destekleyerek ve bilimsel eğitimi güçlendirerek bilimde ilerleme kaydetmek üzere kurulan Ulusal Bilim Kurumu (National Science Foundation-NSF), 1970'lerde bilgisayar alanında yükselişe geçti.

⁵⁰ K.Hafner, M.Lyon; s.241

⁵¹ "A brief history of the Internet and Related Networks", Cerf V.G, <http://www.isoc.org/internet/cerf.htm>(Mayıs 2003)

⁵² K.Hafner, M.Lyon., s.248

⁵³ Transmission Control Protocol/Internet Protocol/(İletim Denetimi Protokolü/İnternet Protokolü)

⁵⁴ K.Hafner, M.Lyon., s.261

⁵⁵ International Organization for Standardization-ISO

⁵⁶ Open systems interconnection-ağlararası açık sistemler-OSI

⁵⁷ K.Hafner, M.Lyon., s. 275

Ulusal Bilim Kurumu akademik bilgisayar biliminde kullanılacak bir ağ yaratmakla uğraşmaktaydı. 1974 tarihli bir raporda kurumun bir danışma heyeti benzer bir hizmetin “coğrafi olarak birbirinden ayrı ya da birbirine uzak yerler arasında kaynakların paylaşılması, ileri iletişim ve işbirliği sunacak öncü bir ortam yaratacağı” sonucuna vardılar.⁵⁸

1979’un Mayıs ayında Wisconsin Üniversitesi Bilgisayar Bilimi Ana Bilim Dalı Başkanı Larry Landweber, CSNET⁵⁹ adı verilecek yeni bir Bilgisayar Bilimi Araştırma Ağı’nın kurulabilme olasılığını tartışmak üzere altı üniversitenin temsilcileriyle bir toplantı yaptı. 1981’de CSNET kuruldu.⁶⁰ 1980’lerin sonunda CSNET’in başarısı üzerine başka ağlar da kurulmaya başladı. IBM sistemleri arasında hiçbir sınırlamanın olmadığı paylaşımcı bir ağ olan BITNET (Because It’s Time Network) , Bell Laboratuvarlarında oluşturulan UUCP ağı, USENET adlı bir haber ağı, NASA’nın SPAN (Space Plasma Analysis Network- Uzay Plazma Analizi Ağı) ağları kuruldu. Bu ağların hepsi TCP/IP protokolü ile iletişime girebildiğinden, ağların tümü adım adım, Internet Protokolünün ilk sözcüğünden alınan “Internet” adını aldı.⁶¹ Daha sonra CSNET büyüyerek Ulusal Bilim Kurumunun katkılarıyla ülkeye yayılmış tüm akademik kurumların katıldığı NSFNET adlı omurga ağı 1990 yılında kuruldu.⁶² İlerleyen yıllarda bazı özel kuruluşlara ait ağlarda (UUNet, PSINet, CERFNet gibi) bu omurgaya bağlantı sağlamıştır.

Zamanla piyasaya, araştırma kurumları ve üniversitelerin yanı sıra özel kuruluşlar da hızla girmeye başladı. Kanada’da CDNET kuruldu. NSFNET, ARPANET hatlarından yirmibeş kat hızlı hatların kullanılmasıyla hızla internetin omurgası olmaya doğru ilerledi.⁶³ NSFNET program ağlarını demokratik bir yapıya kavuşturmuştu. 1989’un sonunda ARPANET tamamen yeni omurgaya bağlandı.

⁵⁸ K.Hafner, M.Lyon., s. 265

⁵⁹ Computer Science Network

⁶⁰ “From Modest Beginnings”; <http://www.nsf.gov/od/lpa/news/publicat/nsf0050/internet/modest.htm> (Haziran 2003)

⁶¹ K.Hafner, M.Lyon., s. 269

⁶² “Economic and Social Significance of Information Technologies, History of Internet”; <http://www.nsf.gov/sbe/srs/seind98/access/c8/c8s1.htm#c8s112> (Haziran 2003)

⁶³ “Economic and Social Significance of Information Technologies, History of Internet”; <http://www.nsf.gov/sbe/srs/seind98/access/c8/c8s1.htm#c8s112>

ARPANET ağına hızla büyümesinde ve tüm dünyayı kapsayan ağların ağı internete dönüşmesinde üç önemli dönüm noktası olmuştur. Bunlardan ilki 1973 Mayıs'ında Xerox PARC şirketinden bir araştırmacı Bob Metcalfe'nin Ethernet'i bulmasıdır. Ethernet, kısa mesafeli, ya da yerel denilen ağların bağlanmasını kolaylaştırdı.⁶⁴ Yerel ağların birbirleriyle iletişimini sağlayan Ethernet sayesinde, üniversiteler önce kendi yerel ağlarını (LAN-Local Area Network) oluşturuyorlar; sonra da ARPANET'e bağlanıyorlardı. İkinci önemli gelişme, 1990 yılında Cenevre yakınlarında Avrupa Parçacık Fiziği Laboratuvarındaki⁶⁵ araştırmacıların Internet'in çoklu ortam dalı olan World Wide Web'i yaratmaları oldu. Tim Berners-Lee'nin HTTP protokolünü kullanarak, dünyadaki bilgisayar uzmanları interneti işaretleyip kliklenecek programlarla daha kolay gezilecek duruma getirdiler. Üçüncü önemli gelişme ise, 1993 yılında Illinois Üniversitesindeki araştırmacılar tarafından yaratılmış olan "Mosaic"⁶⁶ adlı internette gezmeyi kolaylaştırıcı, gözetici web'i interneti hiçbir yazılımın olmadığı kadar popüleştirmeye yardımcı oldu.⁶⁷ 1991 yılının Mart ayında Ulusal Bilim Kurumunun internetin ticari kullanımına izin vermesi ile de kullanıcı sayısı hızla arttı. Bu gelişmelerle internet kullanıcı sayısı 1993'ten 1996'ya kadar olan sürede iki katı kadar artarak 34 milyona çıktı.⁶⁸

1.2.3. İnternet ve Yeni Ekonomi

Alvin Toffler, yeni iletişim teknolojilerinin son derece demokratik ve devrimci özellikler taşıyan bir toplum meydana getireceğine inanmaktaydı. 1980 yılında yayımladığı "Üçüncü Dalga" adlı kitabında sözkonusu yeni toplum düzeninden bahsetmekte ve tarihe farklı bir bakış açısı getirmektedir.⁶⁹

Toffler, tarihin dönemleri belirleyen "dalgalardan" birbirleri ile çatışması sonucu ilerlediğini ve dönemselsel olarak üç dalga olduğunu birbirini takip ettiğini belirtmektedir. Birinci dalga, tarımın bulunmasından sonra ortaya çıkmıştır. Daha sonra sanayileşmeyle

⁶⁴ K.Hafner, M.Lyon., s. 264

⁶⁵ European Center for Particle Research (CERN)

⁶⁶ "a graphical (hypermedia) browser for exploring the Web"

⁶⁷ "Economic and Social Significance of Information Technologies, History of Internet";

<http://www.nsf.gov/sbe/srs/seind98/access/c8/c8s1.htm#c8s1l2>

⁶⁸ "Number of World Wide Users"; <http://www.nsf.gov/sbe/srs/seind98/c8/fig08-03.htm> (Temmuz 2003)

⁶⁹ Alvin Toffler; *The Third Wave*, William Morrow and Company Inc., New York, 1980, S: 300-305

belirlenen ikinci dalga, birinci dalgayla çatışmış ve onun yerini almıştır. ABD’de beyaz yakalı hizmetler sektöründe çalışanların sayısının mavi yakalı sanayi işçilerini ilk kez geçtiği 1955 yılında üçüncü dalga ortaya çıkmış ve ikinci dalga güçleriyle çatışmaya başlamıştır. Toffler, Üçüncü dalga için Mc.Luhan ve diğerlerinin kullandığı global köy, enformasyon çağı, elektronik çağı, endüstri sonrası toplum gibi kavramları yetersiz bulur. Üçüncü dalga yeni bir dönemin başlangıcıdır. En önemli özelliği “kitlesizleştirme” (de massification)’dir. Toffler, bu dönemde toplumsal gelişmenin yeni iletişim araçları ile sağlanacağına inanmaktadır. Üçüncü dalga toplumu, kitlesizleştirilmiş bir global toplum olacaktır. Çeşitlenme yeni iletişim araçları ile daha da ilerleyecek, herkes veri bankalarını kullanarak istedikleri bilgilere ulaşabilecek, tüketicinin aynı zamanda program üreticisi haline gelmesi sağlanacaktır.⁷⁰

Sanayi devriminden sonra 1940’larda bilgisayarların hayatımıza girmesiyle toplumsal hayatımızda önemli değişimler dönemi başlamıştır. Yeni iletişim teknolojileri ve küreselleşme temelinde gelişen ve 1995 yılında Amerikan Ulusal Bilim Kurumunun interneti ticari olarak yaygınlaştırmaya başlamasıyla bu hızlı dönüşüm süreci ortaya ‘Yeni Ekonomi’ kavramını çıkarmıştır. Özellikle 1996-2000 yılları arasında ABD’de düşük enflasyon ve tahminlerin üzerinde yakalanan büyüme oranları, bu gelişmede ABD’nin bilişim ve iletişim teknolojilerine yaptığı yatırımların etkisi olduğu kanaatini güçlendirmektedir. Her ne kadar önemli akademisyenlerce, bu dönemdeki sıçramanın sadece ekonomideki yeni enstrümanlardan kaynaklanmadığı ve yeni ekonomi kavramına biçilen rolün niteliği tartışılrsa da, bilhassa internettin toplum hayatında yaygınlaşmaya başlaması ile hızla büyüyen küresel internet ağı, daha önce görülmeyen bir elektronik ortam yarattı. Bu gelişme hayatımıza e-ticaret, e-devlet, e-toplum, e-hizmet, e-gazete, e-öğrenim, e-banka ve e-dönüşüm gibi kavramların girmesine sebep oldu. Günümüzde şirketlerin ve kurumların internet sitesi ve elektronik posta adresi olmaması garipsenir hale geldi. Bilgisayar ve iletişim teknolojileri ile gelen bu değişim, hayatımızın elektronikleştiğinin ve hayatın tüm alanlarında daha az zamanda, daha kolay ve verimli işler yapmak anlamlarını taşımaktadır.

⁷⁰ Zeynep Demirhan; “Yeni İletişim Teknolojilerinin Türkiye’ye Girişi Konusunda uygulanan Politikalar ve Sosyo-Ekonomik Gelişmeye Etkileri”, Uzmanlık Tezi, DPT-Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü Araştırma Dairesi Başkanlığı Ekim 1993, Ankara, s.24

İlk kez 1984 yılında Willim Gibson "Neuromancer" adlı bilim-kurgu kitabında "cyberspace" (siber-uzay) terimini kullanmış, bu terim kısa sürede, internet literatürüne girmiştir. Küresel telekomünikasyon ve görsel-işitsel yeniden-üretim teknolojileriyle enformasyon, depolama, depolanan enformasyonun yeniden elde edilmesi teknolojilerinin hem rastlantı eseri hem de uygun zamanda birleşmesi 'siber-uzay' tanımını ortaya çıkarmıştır.⁷¹ Siber-uzayın ortaya çıkması, hiç şüphesiz ekonomik ilişkilerin seyir alanını genişletmiştir. İnternetin web teknolojisi aracılığıyla geniş kitlelere yayılması, önceleri sadece belli bir finansal güce sahip olan büyük işletmelerin yararlanabildiği bilişim teknolojilerinin görece olarak küçük ölçekli işletmeler ve hatta girişimci bireyler tarafından da ticari amaçlı olarak kullanılabilmesine imkan sağlamıştır. Sanal Şirket kavramının bir adım ötesine geçilmesine neden olan bu gelişme ile "Ağla Bütünleşik Şirket" ve "E-Ticaret Topluluğu" dönemine girilmiştir. Dünyayı küresel bir elektronik köy (global village) haline getirmiş olan yeni teknolojilere dayanan ve bilgi üretiminin merkezi önem kazandığı bilgi toplumunun talep ve ihtiyaçlarını sanayi toplumunun organizasyonları karşılayamaz duruma gelmişlerdir.⁷² Küresel rekabette söz sahibi olmak isteyen işletmeler gerek stratejik anlayışlarında gerek organizasyon yapılarında köklü değişikliklere gitmişlerdir.

Yaşadığımız çağda organizasyonların bilgi tabanlı duruma gelmeleri, bilgi teknolojilerinin gelişmesi ve entegre olması, robot teknolojisinden faydalanılması organizasyon yapılarında önemli ölçüde dönüşümlere neden olmuştur. Geleneksel organizasyon yapılarından oval modellere doğru gerçekleşen bu dönüşüm ile katılımcı yönetim anlayışı yaygınlaşmakta, kurumsal kademe sayısı azalmakta ve bilgi çalışanlarının önemi artmaktadır.⁷³ Bütün bu gelişmeler şebeke (network) organizasyon yapılarına ilgiyi arttırmış ve yepyeni bir organizasyon çeşidi olarak Sanal (virtual) organizasyon yapılarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Sanal 'virtual' kavramı, fiilen mevcut olmayan fakat sanki varmış gibi görülen, algılanan anlamındadır. Sanal gerçeklik de bu fiilen olmayan bir olayın sanki mevcutmuş gibi algılanması, sanki gerçekmiş gibi görülmesini ifade etmektedir.⁷⁴ Sanal iletişimde mesajla veya mesajı

⁷¹ J.Buick, Z. Jevtic., s. 4

⁷² Veysel Bozkurt, **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2000, s. 3.

⁷³ Adem Ögüt, **Bilgi Çağında Yönetim**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2001, s. 89.

⁷⁴ Tamer Koçel, **İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyonlarda Davranış Klasik-Modern-Çağdaş Yaklaşımlar**, Beta Basım Yayın Dağıtım AŞ., İstanbul, 1998, s. 319.

gönderenle birden fazla duyu organı ile algılama sürecine girilir. Bu sayede varlıkların coğrafi mekan ve zamanla olan bağları kopmakta ve nesneleri farklı boyutlarıyla algılamak mümkün olmaktadır. Farklı mekanlarda bulunanlar, birbirleriyle ‘interaktif’ bir biçimde iletişim kurabilmektedirler.⁷⁵

Günümüzdeki işletmeler açısından ideal kuruluş ve yerleşim yeri kavramı köklü değişime uğramıştır. Bilgi ağının oluşturduğu imkanlar sayesinde sanal organizasyonlarda örgütsel faaliyetleri yerine getirenlerin aynı mekanda bulunması gerekmemekte, çalışanlar farklı mekanlardan üretimin değişik süreçlerine katılabilmektedirler.⁷⁶

Küresel rekabette etkin olmak isteyen işletmeler teknoloji ve takım ruhu kavramlarını birleştirerek “sanal takım” kavramını ortaya çıkarmışlardır. Sanal takım, ortak olarak paylaşılmış bir amacı gerçekleştirmek için teknolojiyi kullanarak, zaman, mekan ve örgüt sınırlarından bağımsız olarak faaliyet gösteren insan grubu olarak tanımlanmaktadır.⁷⁷ Ancak sanal takımlar, organizasyonların sadece teknolojiyi kullanarak verimliliği artırmak için kullandıkları bir yöntem değil, birçok şirketin gelecekte kendilerine başarı sağlayacağına inandıkları stratejik araçlardan birisidir. Sanal takımların, şirketlere klasik uygulamalar sonucunda elde etmeleri imkansız olan sonuçları elde etme olanağı vereceği düşünülmektedir.

Siber-uzayın yeni bir ticari pazar olarak ortaya çıkması e-ticaret kavramını gündeme getirmiştir. Aralık 1995’de 16 milyon olan internet kullanıcılarının sayısı hızla artarak Mayıs 2002’de 580 milyona ulaşmıştır.⁷⁸ Bu rakamın 2005 yılında 720 milyona çıkacağı tahmin edilmektedir.⁷⁹ Hiç şüphesiz, böylesi bir büyüklük, işletmeleri bu alana yönlendirmiş ve internet üzerinden yapılan ticaret hacmini arttırmıştır. 1996’da 100 milyar USD’ı bulan e-ticaret hacmi, 2000 yılında 650 milyar USD’a çıktı. Firmadan firmaya elektronik ticaret toplam elektronik ticaretin yaklaşık % 75’ini oluşturmakta ve

⁷⁵ Hasan Tutar, *Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi*, Hayat Yayıncılık, İstanbul, 2000, s. 125.

⁷⁶ Hasan Çoban, *Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş*, DPT Yayınları, Mart 1996, s. 43.

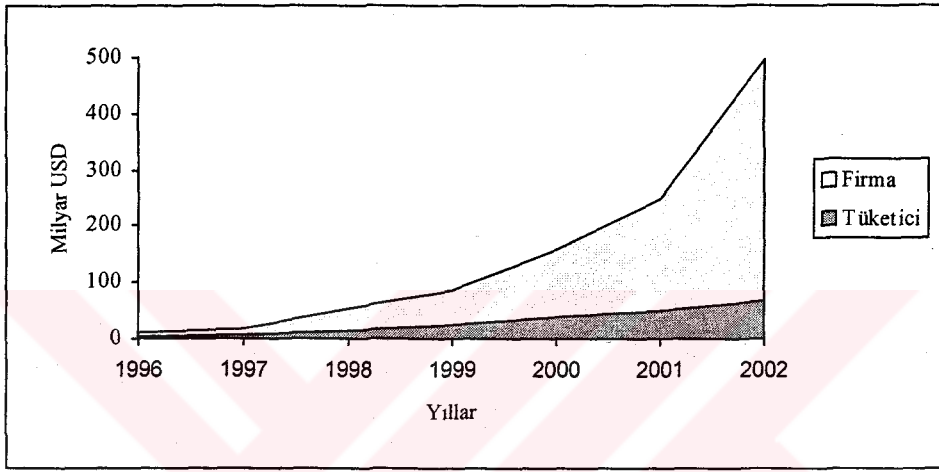
⁷⁷ Asuman Akdoğan, Selen Oflazer, “Bilgi Çağında Fark Yaratacak Yeni Bir Örgütsel Araç: Sanal Ekipler”, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Tebliğleri, http://www.ceterisparibus.net/kongre/kocaeli_1.htm (Ağustos 2003)

⁷⁸ The Worlds Leading Sector for Internet Trends&Statistics, “How many online”, http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/world.html (Eylül 2003)

⁷⁹ Bozbel S.; *İnternet üzerinden yapılan*, s. 752

önemli bir gelişme trendi izlemektedir. 1997 yılında 12 milyar USD'lık internet temelli satışların 7 milyarını firmadan firmaya, 5 milyarını firmadan tüketiciye satışlar oluştururken bu rakamlar 1998'de 22 ve 12 milyar USD, 1999'da 47 ve 22 milyar USD, 2000'de 97 ve 37 milyar USD, 2001'de 176 ve 59 milyar USD ve 2003'de ise 338 ve 94 milyar USD olarak tahmin edilmektedir.⁸⁰

Elektronik Ticaret hacminin gelişim trendi Şekil 1.1.'de görülmektedir.



Şekil 1.1. Elektronik Ticaretin Gelişim Trendi (*)

Bir teknolojik devrimi ifade eden yeni ekonomi kavramı ile birlikte işletmelerin alışılmış çalışma yöntemleri de değişti. Öyle ki, yeni ekonomi ile birlikte ABD'de kurulan 'ewatchfactory' adlı şirket müşterilerinin online siparişlerine göre saat üretimi yapmaya başladı. Üstelik şirket, müşterilerin saatleri kendi isteklerine göre internet üzerinden tasarımlarına da imkan tanıyor. Müşteriler, internet üzerinden fotoğraf göndererek saatin ön yüzünde yer alan arka planı kendi taleplerine göre oluşturabileceği gibi, otomobil markaları, futbol veya basketbol takımlarının yıldızları ve logoları ya da buna benzer pek çok karakteri arka plan olarak kullanabiliyor. İnternet üzerinden belirlenen özelliklerle, kendi markasını dahi yaratma fırsatı verilen müşterilerin saatleri iki hafta içerisinde adreslerine teslim edilebiliyor.⁸¹

⁸⁰ Veysel Bozkurt; "Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Boyutu", Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, s.66.

* Our Competitive Future: Building The Knowledge Driven Economy, UK, Department of Trade and Industry Publishing, London, 1998, s.5'ten IDC, 1998. www.dti.gov.uk

⁸¹ "Yeni Nesil Saat Fabrikası"; <http://www.milliyet.com.tr/content/teknoloji/tek011/tekno07.html>, 18 Şubat 2004. ; www.ewatchfactory.com (Şubat 2004)

BÖLÜM 2

INTERNET ALAN ADLARI SİSTEMİ

2.1. Internet Protokol Numarası ve Alan Adları

Alan adları sistemi internette kullanıcıların dolaşım yeteneklerini kolaylaştıran merkezi bir fonksiyon hizmeti görmektedir. Bu ise iki bileşenin yardımı ile yerine getirilir: alan ismi (domain name) ve buna karşı gelen Internet Protokolleri (IP) numarası. Temelde alan adları sistemi internet protokol sistemine dayanmaktadır. Internet'e bağlı her bilgisayara bir IP numarası atanır. Bu numara aynı zamanda IP adresi olarak da tanımlanır ve birbirlerinden ayrılmış dört rakam kümesinden oluşur. Mevcut durumda aktif olarak kullanılan iki çeşit IP adres protokolü vardır. Bunlardan ilki 1 Ocak 1983'den beri kullanılan ve bugün en yaygın olan IP 4 versiyonu (Ipv4)'dur. Diğer ise henüz çok fazla kullanılmayan IP 6 versiyonu (Ipv6) 'dur. Yaygın olarak kullanılan Ipv4 protokolünde her internet alan adı 32 Bit'den oluşmaktadır.¹ Buna göre ikili sayı sisteminden oluşan bir IP adresi şu şekilde görünür:

“11000010 01001101 01111100 00100011”

Böyle bir IP adresinin kullanımı ve hatırdaki kalması çok zor olduğu ve pratik olmadığı için bu 32 bit, 8 bit olarak dört parçaya bölünmekte ve onluk sistemde nokta ile ayrılmış olarak yazılmaktadır. Yani şu şekilde:

“194 . 77 . 124 . 35”

¹ Savaş Bozbel; “Internet Alan Adları ve Icanın Tahkim Usulü”, Prof. Ömer Teoman'a 55. Yaşgünü Armağanı, İstanbul 2002, Cilt 1, s.217

Bu halde, bir IP adresi dört Quads'dan oluşmaktadır. Buradaki her Quads "0" ile "255" rakamları arasında bir sayıyı temsil etmektedir. Dolayısıyla bir IP adresi "0.0.0.0" ile ""255.255.255.255" arasında değişecektir. Bu sistemde her bilgisayar bir rakamla temsil edilir ve her IP numarası 32 bitlik bir sayıyı temsil ettiği için teorik olarak, ağ üzerinde en fazla 2 üzeri 32 kadar yani 4 milyarın üzerinde (tam olarak "4.294.967.296") bir adresin temsili mümkündür.²

Bu şekildeki IP numaralarında dahi 32 bitlik parçalar hatırlanma ve pratikteki uygulama güçlükleri yüzünden 8 bitlik dört parçaya bölünmüştür. İnternet kullanıcılarının gitmek istedikleri sitelerin adreslerini sayısal olarak akılda tutmaları ise çok güçtür. Bu nedenle internet alan adları ile internet protokol numaraları arasında yönlendirmeye dayalı bir sistem olan "Alan Adları Sistemi"(Domain Name System-DNS) ortaya çıkmıştır.

İnternette makinaların iki tip adresi³ vardır: Mutlak adresler (IP numarası) ve sembolik adresler (domain name). Sembolik isimler ağ yapısını aktarması ve hatırlanması açısından kolaylık sağlamaktadır. İnternette yönlendirme IP numaraları cinsinden olur. Alan adları sisteminin perde arkasında sembolik isimler ve IP numaraları arasındaki iki yönlü dönüşüm vardır. Alan isimleri, kullanıcılara bir anlam ifade eden, hatırlanması ve belirlenmesi kolay kısaltmalardan oluşan internet adresleridir. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'nün alan adı olan "www.wipo.int" buna örnek olarak verilebilir. IP sayısı ise, uluslararası telefon numarası, örneğin 192.91.247.53 gibi, sayısal bir adrestir. Geniş veri tabanlarında (registry), alan isimleri ile bunların karşılığı olan IP sayısal adreslerinin bir listesi yer alır. Bu veri tabanları, alan isimleri ile bu isimlere karşı gelen IP sayısal adreslerinin eşleştirilmesi fonksiyonunu yerine getirirler. İnternet kullanıcısı bir alan ismini bilgisayarına yazdığı zaman, internet yazılımı (software) otomatik olarak bu alan ismini IP sayısal adresine dönüştürür, ilgili servis sağlayıcı (server) ile bağlantı kurar ve alan ismine karşı gelen ana sayfa bilgisayarda görünür. Alan adları sistemini daha basit ifadeyle, bugün cep telefonlarında kullanılan telefon defterlerinden yapılan aramalardaki metoda benzetebiliriz. Cep telefonunda kayıtlı bir telefon numarasını kaydederken bir isim yazarak kaydederiz. Telefon defterinden bir arama yapmak istediğimizde aramak istediğimiz ismin üzerine gelerek 'yes' tuşuna basarak aramayı

² Internet Assigned Numbers Authority, "Abuse Issues and IP addresses"; <http://www.iana.org/faqs/abuse-faq.htm> (Ocak 2004)

³ Mustafa Akgül; "İnternet Sunucu Araçları ve Yönetim", Ankara 1999, s.15

yaparız. Gerçekte aranan rakamlardan oluşan bir telefon numarasıdır. Oysa ekran da örneğin “Mehmet aranıyor” şeklinde bir ibare görünür. Yapılan işlem alan adlarındakine benzer şekilde ismin temsil ettiği rakamlara yönlendirilmesidir. Alan adları sistemi de IP numaraları ile alan adları arasındaki yönlendirmeye dayalı bir sistemdir.

Alan adları tescilinde ilke olarak İngilizce harfler kullanılır. Yani Türkçe harf karakterleri olan “ç”, “ü”, “ğ”, “ş”, “ı” ve “ö” kullanılmaz. Türkçe karakterler kullanılmadığı için örneğin Yargıtay, alan adı olarak tescil edilirken, “www.yargitay.gov.tr” şeklinde tescil edilecektir. Alan adları teorik olarak 255 karakterden oluşabilir ancak hatırlanma ve kullanım kolaylığı düşünülerek 12 karakterden fazlası tercih edilmemektedir.

Dünya’da alan adları “ilk gelen ilk alır (first come, first served)” kuralı temel alınarak tescil edilmektedir.

WIPO ana sayfası alan ismi “http://www.wipo.int”dir. Her bir alan ismi mutlaka bir ön ek ile beraber kullanılmalıdır. Örneğin, “http://www.” ön ekinde “http” internet protokolünü ya da yazılımını, “www” bir takım tekniklerin kullanımı ile dünyanın herhangi bir yerindeki bilgiye erişme yöntemini ifade etmektedir. Böylece bilgisayara “http://www.wipo.int” yazıldığı zaman WIPO’nun ana sayfası ekranda görünmektedir.

Alan ismi sisteminde bir alan ismi noktalarla ayrılan dört ana bölümden (labels)⁴ oluşur. Soldan sağa doğru ilk bölüm kullanılan TCP/IP alt protokolünü gösterir. (örneğin; www,ftp, icr gibi) İkinci kısım ilgili bilgisayarın adıdır. Üçüncü kısım bilgisayarın bağlı olduğu kurumun hangi türden bir kurum olduğunu gösterir. En sonda ise, alan adının alındığı ülke kodu bulunur.

Alan ismi dediğimizde ön ek “http://www.” dahil edilmez. Asıl alan adı kısmı ön ekten sonra gelen kısımdır. Bu bölüm ise iki kısımdan oluşur. Bilgisayar adlarını gösteren, alan adının asıl kısmı “ikinci derece alan ismi” (second level domain-SLD) olarak adlandırılır. Kurumun çeşidini gösteren kısım ise “birinci derece alan ismi” (top level

⁴ <http://www.icann.org/tlds/>

domain-TLD) olarak adlandırılır. Alan isimleri “dereceleri” sağdan sola doğru sayılmaktadır.

www . wipo . int

SLD TLD

“wipo.int” alan isminde “ int” birinci derece alan ismidir (TLD). Birinci derece alan isimleri sınırlı sayıda dırlar. “wipo” ikinci-derece alan ismidir (SLD).⁵ Her bir TLD için sınırsız sayıda SLD olabilir, ancak her bir TLD için belirli bir SLD’den sadece bir tane vardır.

Bir alan adı çoğu kez bir bilgi deposuna açılan kapı gibidir. Aynı alan adına bağılı birden çok dosya içerisinde bilgi bulunabilir. Her bilgi ayrı bir sayfa olarak hazırlanır ve her sayfanın kendisine ait bir adresi bulunur. Alan adıyla birlikte o site içerisindeki sayfaya ait tanımlamayı içeren tam adrese kısaca URL (Uniform Resource Locator) denir. URL, bilgisayarın kullandığı protokolü, alan adını ve dosyanın tanımını içerir. Örneğin: <http://www.erciyes.edu.tr/akademik.html> adresi, Erciyes Üniversitesi’nin web sitesinde akademik birimlerin yer aldığı sayfayı gösteren adrestir. Böylece bu adresi yazan kişi doğrudan ‘akademik birimler’ sayfasına ulaşabilecektir.

Birinci-derece alan isimleri iki kategoriye ayrılmıştır: Jenerik birinci derece alan isimleri (generic top level domains-gTLDs) ve ülke kodu birinci derece alan isimleri (country-code top level domains-ccTLDs). Mevcut durumda kullanılan 14 adet⁶ gTLD vardır. Bu gTLD’ler ve kullanım alanları şöyledir:

⁵ İkincil düzey alan isimlerine subdomain name veya alt alan adı da denilir. Alan adının asıl ayırt edici işlevini gören kısmı burasıdır.

⁶ “Top Level Domains (gTLDs)”; <http://www.icann.org/tlds/> (Ocak 2004)

Tablo 2.1. Mevcut Durumda Kullanılan Jenerik Birinci Derece Alan İsimleri

gTLD	Ortaya çıkışı	Sponsorluk durumu	Amaç	Sponsor/ Operatör
.com commercial	1995	yok	Sınırlama yok ancak ticari kuruluşlar için öngörülmüştür.	VeriSign, Inc. http://www.verisign-grs.com
.org organization	1995	yok	Sınırlama yok ancak kar amacı gütmeyen kuruluşlar için öngörülmüştür.	Public Interest Registry. http://www.pir.org
.net network	1995	yok	Sınırlama yok ancak ağ servis sağlayıcıları için öngörülmüştür.	VeriSign, Inc. http://www.verisign-grs.com
.gov government	1995	var	ABD hükümeti kuruluşları olabilir.	General Services Administration http://www.nic.gov
.mil military	1995	var	ABD askeri kuruluşları olabilir.	DoD Network Information Center http://www.nic.mil
.edu education	1995	var	ABD eğitim kurumları olabilir	EDUCAUSE http://www.educause.edu/edudomain
.int international	1998	yok	Hükümetlerarası uluslararası anlaşmalarla kurulmuş organizasyonlar olabilir.	Internet Assigned Numbers Authority IANA .int Domain Registry http://www.iana.org/int-dom/int.htm
.name	2001	yok	Gerçek kişiler olabilir.	Global Name Registry http://www.gnr.name
.biz business	2001	yok	Ticari ilişkiler için öngörülmüştür.	NeuLevel http://www.nic.biz
.coop cooperatives	2001	var	Kooperatif şeklindeki müşterek organizasyonlar için öngörülmüştür.	DotCooperation, http://www.coop
.aero	2001	var	Hava-yolu şirketleri olabilir.	Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques SC, (SITA) http://www.information.aero
.museum	2001	var	Müzeler için öngörülmüştür.	Museum Domain Management Association, (MuseDoma) http://www.nic.museum
.info	2001	yok	Sınırlama yok	Afilias Limited http://www.afilias.info
.pro professionals	2002	yok	Muhasebeciler, avukatlar, doktorlar gibi profesyonel meslek sahipleri için öngörülmüştür.	RegistryPro http://www.nic.pro

Birinci derece alan adları sadece jenerik birinci derece alan isimlerinden oluşmamaktadır. Bir de, ülke kodlarının alan adının en sonunda yer aldığı “ülke kodu birinci derece alan adları” vardır. Fonksiyonel olarak gTLD ile ccTLD arasında hiçbir

fark yoktur. ccTLD içinde tahsis edilmiş bir alan ismi, bir gTLD içinde tahsis edilmiş bir alan ismi gibi aynı bağlantıyı sağlar. gTLD'lerin herkese açık, ccTLD'lerin ise kısıtlı olduğu gibi bir düşünce yanlıştır. Kullanımında herhangi bir kısıt olmayan açık gTLD ve ccTLD'ler ile kullanımı belli kriterlere bağlı gTLD ve ccTLD'ler bulunmaktadır.

gTLD'lerin en önemli özelliği ccTLD'lere göre daha kısa ve sade bir yapıya sahip olmalarıdır.

www. erciyes. edu. tr
SLD TLD cc (ülke kodu)

Ülke kodu, ilgili web sitesinin yönlendirildiği ülkeyi işaret eder.⁷ Ülke kodları ISO-3166 standardında yaklaşık 239 ülke kodundan oluşan adlandırma sistemine dayanmaktadır. Örneğin Türkiye'nin ülke kodu "tr", Fransa'nın "fr", Almanya'nın "de", İngiltere'nin "uk" ve ABD'nin "us" dir.⁸

2.2. Alan Adları Sisteminin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Ağların ağı olan internette kullanıcı sayısının artması ve ağın hızla büyümesi yeni bir sorunu beraberinde getirdi. Kişisel bilgisayarların hızla artması, ağdaki bilgisayarların isimlendirilmesi sorununu ortaya çıkardı. 1980'lerin başında hızla artan arayış çalışmaları sonucunda, internette iletişimin daha sağlıklı bir yapıya büründürülmesi ve kullanıcıların kimliklerinin açık şekilde belirlenebilmesi amacıyla "Internet Alan Adları Sistemi" (Domain Name System-DNS) ortaya çıktı. Jon Postel, Paul Mockapetris, Craig Patridge gibi bilim adamlarının öncülük ettiği DNS çalışma topluluğu Kasım 1983'de alan adı sistemini anlatan iki RFC (Request For Comments) yayınladılar.⁹ DNS sistemini kurarken, "ağacın dalları" benzetmesi sisteme ilham oluşturmuştur.¹⁰ Yeni sistemde her bilgisayarın bir adresi olacak ve bu adresler hiyerarşik bir yapıda olacaktı.

⁷ Paul Warner; Murhhy Smith; John Ruhnka ve Diğerleri; "Protecting Web Domain names", CPA Journal, Nov2001, Vol. 71, Issie 11, s.62

⁸ International Organization for Standardization, "English Country Names and Code Elements"; <http://www.iso.org/iso/en/prods-services/iso3166ma/02iso-3166-code-lists/list-en1.html> (Şubat 2004)

⁹ Request For Comment'in kısaltılmışı olan RFC dökümanları internet alanında standardizasyonu sağlamak amacıyla internetin ilk oluşturulmaya başladığı anlardan itibaren, ağ çalışma topluluğu tarafından yazılan ve bir takım kuralları içeren metinlerdir.

¹⁰ Katie Hafner, Matthew Lyon; *İnternet Tarihi* (Çev.:Sinem Yazıcıoğlu), Güncel Yayıncılık, İstanbul 2000, s.279

Gövdeden dallara, oradan yapraklara kadar her adreste ağ adresinin daha küçük bir parçasını yansıtan bilgi düzeyleri bulunacaktı. Belli olandan genele doğru bir adres şeması oluşturulmaya karar verildi. Sonunda bir çalışma grubu tarafından “7” adet üst düzey alan adı belirlendi. 1980’lerde belirlenen “com, org, net, int, gov, edu ve mil” jenerik alan adları, daha sonra internetin kullanıldığı pek çok ülkede benimsendi. Mart 1984 yılında yayınlanan RFC 1591¹¹ ile DNS sisteminin temel ilkeleri tesbit edildi ve yeni sistemin adı “Domain Name System-Alan Adları Sistemi” olarak benimsendi.¹²

Darpa, 1985 yılında DNS adreslerine geçmeleri için kullanıcılara baskı yapmaya başladı. Ocak 1986’da geniş katılımlı bir zirve toplantısında DNS kavramı topluluğa tanıtıldı. Böylece bugünkü mevcut TLD sınıflandırması’nın temelleri atılmış oldu.¹³ Ancak o zamanlar internetin gelişme hızı ve yönünün bu kadar ticarileşeceği tahmin edilmiyordu. Sadece ağdaki dolaşımda kolaylık yaratması için düşünülmüş bu sistem zamanla internetin hızla ticarileşmesi ve küreselleşmesi gerçeği karşısında yetersiz ve uyumsuz bir hale gelmiştir. Bu dönemde internetin omurgası görevini gören ABD Ulusal Bilim Vakfı (NSF) tarafından 1 Mart 1993 tarihinde beş yıl süre ile alan adlarının kayıt ve dağıtım işlemleri Network Solutions Inc.(Internic) şirketine verilmiştir.¹⁴ Başlangıçta alan adlarının dağıtımı için herhangi bir ücret alınmıyordu. Alan adlarının tahsisi Ulusal Bilim Vakfı’nın finansmanı ve Internic’in dağıtımı ile yapılıyordu. Ayrıca Darpa’nın finanse ettiği Internet Tahsisli Sayılar Otoritesi (Internet Assigned Numbers Authority-IANA), IP numaralarının tahsisini yapmaktaydı. İnternetin ticari kurumların internete bağlanmasına bağlı olarak hızla büyümesi, işletme maliyetlerinin artmasına neden olmuştur. Zamanla NSF, bu finansmanı sağlayamaz olmuş, bunun sonucunda alan ismi kayıtlarının maliyetini ABD Federal Hükümeti yerine internet kullanıcılarının karşılamaları uygun görülmüştür. Bunun üzerine NSF’nin de izniyle, Internic kurumu 14 Eylül 1995 tarihinde, beş adet gTLD (com, org, net, edu, ve gov) birinci derece alan adı altında yer alan ikinci derece alan adlarının kayıt ve yenileme işlemlerinde, müracaat edenlerden ya da kayıt ettirenlerden doğrudan

¹¹ Network Working Group, “Request for Comments: 1591”; <http://www.isi.edu/in-notes/rfc1591.txt> (Şubat 2004)

¹² “A brief history of the Internet and Related Networks”, Cerf V.G, <http://www.isoc.org/internet/cerf.htm> (Mayıs 2003)

¹³ Mueller Milton, “Internet Governance in Crisis: The Political Economy of Top-Level Domains”; <http://www.isoc.org/whatis/conference/inet97/proceedings/B5/B5/1.htm> (Ocak 2004)

¹⁴ “Cooperative Agreement between NSI and US. Government”; <http://www.icann.org/nsi/coopagmt-01jan93.htm> (Şubat 2004)

ücret tahsiline başlamıştır.¹⁵ Böylece, NSF'nin finansörlüğünün aşama aşama bitirilmesi hedeflenmiştir. Ancak böylesi bir değişiklik, internet kullanıcıları arasında hoşnutsuzluk yaratmış ve geniş katılımlı bir uzlaşma zemini için çalışmalar yapılması önerilmiştir. Internic kurumunun, NSF ile yaptığı sözleşmenin Mart 1998'de bitecek olması da çalışmaları hızlandırmıştır. DNS'nin tekelci yapısının değiştirilmesi ve rekabetçi bir yapıya kavuşturulması amacıyla çalışmalar başlatılmıştır. Ancak yeni alan adları sistemine dair uzun müzakereler başarısız olmuş ve bir metin üzerinde anlaşılammıştır.

2.2.1. Jenerik Birinci Derece Alan İsimleri Mutabakat Metni (gTLD-MoU)

Yeni alan adları sistemine dair uzlaşma için Internet Tahsisli Sayılar Otoritesi (IANA) ile Internet Topluluğu (Internet Society-ISOC) girişimlerde bulunmuş ve DNS'nin yönetimine ait hususların bir çözüme ulaştırılması amacıyla, 22 Ekim 1996 tarihinde bir "Özel Seçilmiş Uluslararası Komite (International Ad-Hoc Committee-IAHC) oluşturulmuştur.¹⁶ Bu komiteye Dünya Fikri Haklar Teşkilatı (WIPO), Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) ve Uluslararası Markalar Birliği (INTA) katılmışlardır. Ad-Hoc Komite "Politika Danışma Organı (Policy Advisory Body-PAB), Politika İzleme Komitesi (Policy Oversight Committee-POC) ve Kayıt Kurumları Konseyi (Council of Registrars-CORE) olmak üzere üç ayrı organ oluşturmuş ve alan adlarının tescilinde global düzeyde kamuyu ilgilendiren konularda yeni bir sistem önerisinde bulunmuştur. IAHC, 4 Şubat 1997'de internet küresel alan adları sisteminin geliştirilmesini teşvik ve idare politikalarının uluslararası yönetim çerçevesine belirlemek amacıyla "Jenerik Birinci Derece Alan İsimleri Mutabakat Metni (Memorandum of Understanding on the Generic Top Level Domain Space of the Internet Domain Name System-gTLD-MoU) yayınlamıştır.¹⁷ Mutabakat metni ile, şu ilkeler belirlenmiştir:¹⁸

¹⁵ "Amendment 4 to Cooperative Agreement between NSI and US. Government"; <http://www.icann.org/nsi/coopagmt-amend4-13sep95.htm> (Şubat 2004)

¹⁶ "Blue Ribbon International Panel to Examine Enhancements to Internet Domain Name System"; <http://www.gtld-mou.org/press/press1.html> (Şubat 2004)

¹⁷ "Final Report of the International Ad Hoc Committee: Recommendations for Administration and Management of gTLDs"; <http://www.gtld-mou.org/draft-iahc-recommend-00.html> (Şubat 2004)

¹⁸ Hasibe Işıklı; *Internet Alan İsimleri Sistemi-Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki*, DPT Yayınları, Ankara 2001, s.73

- Internet Birinci Derece Alan isimleri (TLD) kamu malıdır ve kamu güvenliği ilkelerine tabidir.

- Internet TLD alanının kullanımı ve genişletilmesi bir kamu politikası konusudur ve kamu hizmetleri ve ihtiyaçları kapsamında ele alınmalıdır.

- Internet alan isimleri sistemi içinde mevcut ve muhtemel kayıt kurumlarının ihtiyaçları arasında bir denge kurmak ve bu ihtiyaçları ortaya koymak amacına yönelik ilgili diğer kamu politikalarına gerek vardır.

- gTLD isim alanı için kayıt hizmetlerinin, tahsis yapanlar arasında küresel bir şekilde dağıtımı sağlanmalıdır.- Mevcut ve muhtemel internet alan ismi kayıt kurumları, internet alan ismi kayıt hizmetlerinde kendi düzenlemesi yapan ve serbest piyasa yaklaşımına sahip bir ortamdan daha fazla istifade edeceklerdir.

- Bir Politika İzleme Komitesi (POC) oluşturulacaktır. Bu komite, IANA (2 üye), ISOC (2 üye), Internet Mimarisi Kurulu-IAB (1 üye), Uluslararası Telekomünikasyon Birliği-ITU (1 üye), Dünya Fikri Haklar Teşkilatı-WIPO (1 üye), Uluslararası Markalar Birliği-INTA (1 üye) ve kendi bünyesinden 3 üyenin katılımı ile oluşacaktır.

- Politika izleme komitesi:

- 1- gTLD'lerin sayısında değişiklik yapabilir ve yeni gTLD'leri onaylayabilir.
- 2- Kayıt kurumlarının sayısını değiştirebilir.
- 3- Kayıt kurumu olanlar ve olmak isteyenlerce yapılan uygulamalar için yeni kurallar ve koşullar getirebilir.
- 4- Diğer organlara danışarak metne aykırı hareket eden kayıt kurumlarının sözleşmelerini iptal edebilir.

- Bir Kayıt Kurumları Konseyi (CORE) oluşturulacaktır. CORE, İsviçre kanunlarına göre kurulmuş ve İsviçre Memur Yasasına göre idare edilen bir birliktir. Kayıt kurumları konseyi;

- a. Rekabet ile özerkliğin bulunduğu ve resmi düzenlemenin olmadığı yeni bir dönemde, alan isimleri tahsis hizmetlerinin yapılmasını sağlamak

üzere oluşturulmuş, üyeleri tarafından finanse edilen kar amacı gütmeyen bir kurumdur.

- b. Bu bildiri kapsamında kayıt kurumu olarak çalışmak için CORE üyesi olmak zorunludur.
- c. Her bir kayıt kurumu, herhangi bir gTLD bünyesinde ikinci derece alan isimleri tahsis edebilir. (adil bir uygulama ve ilk gelen ilk alır kuralına göre)

Daha sonra CORE, alan isimleri kayıtlarının tutulması için çeşitli önerilerde bulunmuştur. Bu önerilere göre:

1. Alan Adı kayıtları çeşitli internet kuruluşlarından oluşturulmuş olan Mutabakat Metnince oluşturulmuş Politika İzleme Komitesi (POC) tarafından yönetilecektir.
2. Ferdi veri tabanlarının (individual registry) tümünü içine alan ve kar amacı olmayan paylaşımlı bir veri tabanı (non-profit share registry) oluşturulacaktır.

Bu öneri ile Network Solutions Inc-NSI elinde bulundurduğu “com”, “edu”, ve “org” veri tabanlarını devredecek ve sadece bir kayıt kurumu (registrar) olarak kontrol üstünlüğü olmaksızın diğer kayıt kurumları ile rekabet edecektir. Bugüne kadar değişik ülkelerden 88 alan ismi tahsis kurumu CORE’a başvurarak “gTLD-MoU” ilkelerini kabul etmiş ve CORE uygulamasını benimsemiştir.

IAHC önerileri, internet toplumunun büyük ölçüde desteğini almakla birlikte özellikle yoğun ve hızlı teknoloji geliştirme ve uygulama prosedürü internet mühendisliği çevrelerinin baskın rolü; iş çevreleri ile diğer internet ilgililerinden katkı ve katılımın eksikliği yönleriyle eleştiriler almıştır. Ayrıca, planın internet kullanıcıları arasında hoşnutsuzluk kaynağı olan rekabet sorunlarını çözmede başarısız olduğu ve marka sahiplerine de gereksiz engeller yarattığı şeklinde eleştiriler yapılmıştır. Ayrıca oluşturulan Politika İzleme Komitesi (POC), internet yönetimi konusunda geniş yetkilerle donatılmasına rağmen, tüm kesimleri temsil etmediği eleştirileri yapılmıştır.¹⁹

¹⁹ Craig McTaggart, **Governance of the Internet’s Infrastructure: Network Policy for the Global Public Network**, <http://www.internetstudies.org/networks/members/craimct/thesis/section5.htm>

2.2.2. Yeşil Kitap (Green Paper)

İnternet alan isimleri sisteminin gelecekteki organizasyonu ve idaresi üzerindeki yoğun baskıların sonucu ve ayrıca Internic kurumunun, Ulusal Bilim Vakfı ile yaptığı sözleşmenin Mart 1998’de bitecek olması ve sözleşmenin son olarak Eylül 1998 tarihine kadar uzatılması nedeniyle, Temmuz 1997’de Clinton Yönetiminin “Elektronik Ticaret için Küresel Çerçeve-A Global Framework for Electronic Commerce”²⁰ projesinin bir parçası olarak alan adları sisteminin özelleştirilmesi, rekabetin artırılması ve uluslararası katılımın teşvik edilmesi amacıyla ‘Ticaret Bakanlığı’ görevlendirilmiştir.

Ticaret Bakanlığı ile Ulusal Telekomünikasyon ve Bilgi İdaresi’nin (NTIA) girişimleri sonucu, 30 Ocak 1998 tarihinde bir “Yeşil Kitap” (green paper) yayınlanarak²¹ ilgili kesimlerin görüşlerine açılmıştır. DNS’nin özel sektöre transferi, TLD’lerin tespiti, yenilerinin yaratılması, bunların SLD’ler ile ilişkisi, aralarındaki uyumsuzlukların çözümü açısından “İnternet İsim ve Adreslerinin Teknik Yönetimini Geliştirecek Bir Teklif” olan Yeşil Kitap’ta ortaya konan yaklaşım, daha önce Dr. Jon Postel tarafından yapılan çalışmalar ile IAHC gTLD-MoU önerilerinin dahil edildiği bir çalışmadır.²²

Yeşil Kitap’a göre, Yönetim Organı, bir yönetim kurulundan oluşmakta, bu kurulda bölgesel IP numaraları kayıt kurumlarından kişiler, İnternet Mimarisi Kurulu’nun üyeleri ve İnternet Kullanıcıları Birliği’nden üyeler bulunmaktadır. Bu yeni kar amacı gütmeyen kurum IANA’nın faaliyetleri de dahil olmak üzere internet alan adları sisteminin tüm konuları ile ilgilenecektir. Yeşil Kitap’ta, bu yeni kurumun IP adreslerinin tespiti ve dağıtımını yapması, yeni oluşturulacak TLD politikasını saptaması, bu iki konuyu koordineli yürütmesi, merkezinin ABD’de olması ve ABD kanunlarına göre oluşması ve alt tahsis kurumlarının rekabetini desteklemesi gibi

²⁰ “A framework for Global Electronic Commerce”, The White House, July 1 1997; <http://www.technology.gov/digeconomy/framework.htm> (Şubat 2004)

²¹ “A Proposal to Improve Technical Managament of Internet Names and Adresses Discussion Draft”, 1/30/98; <http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/domainname/dnsdrft.htm> (Şubat 2004)

²² Işıkli; s.19

öneriler bulunmaktadır. CORE önerisine göre ise, bu görev “Politika İzleme Komitesi (POC)” tarafından yapılacaktır.²³

Yeşil Kitap’a göre, her bir veri tabanının (individual registry) kontrolü birkaç tane kar amaçlı (for profit companies) şirkete bırakılacak, ayrıca NSI’da mevcut görevini yine sürdürecektir ve rekabette yerini alacaktır. Bu yönetim şeklinde, “com”, “edu”, ve “org” alan isimlerinin NSI tarafından yürütüldüğü idari sisteme benzer bir yönetim şekli getirilecek, NSI ise diğer şirketlerle birlikte sahip olduğu veri tabanlarını kendisi yönetecek ve alan adları tahsisinde müşteriler için rekabet edecektir. Müşteriler ise çeşitli kayıt şirketleri olacaktır. Oysa CORE önerileri kar amacı olmayan ve tüm ferdi kayıt kurumlarını içine alan eşit katılımlı bir yapı öngörmektedir. Bu öneri ile “com”, “edu”, ve “org” kayıtlarını yapan NSI bundan vazgeçmek zorunda kalacaktır.

Birinci derece alan isimlerinde (TLD) kamu yararının bulunması nedeni ile uluslararası bir sistem çerçevesinde düzenlenmesi; ikinci derece alan isimlerinde (SLD) ise yapısal sistem açısından ülkelerin tercihleri doğrultusunda hareket edilmesi konusunda ilgili çevrelerde bir uzlaşma vardır.²⁴ Yeşil Kitap’ın Yönetim organına, internet ile ilgili kararlarda uluslararası katkı ve yaygınlığı/etkinliği sağlamak için anlaşma temeline sahip mekanizmaları barındıran kurumların uzun süredir mevcut olduğu ve yeni bir kuruma ihtiyaç bulunmadığı eleştirileri yapılmıştır. Ayrıca Avrupa’da oluşturulan Ad-Hoc Komite ile ABD Ticaret Bakanlığının hazırladığı “Yeşil Kitap” önerileri arasındaki farklar İnternet ile ilgili insiyatif elde etme mücadelesini de yansıtmaktadır. Avrupa Birliği, Yeşil Kitap’taki önerileri sadece ABD yargı sistemine yer vermesi, uyuşmazlıkların çözümünde WIPO’ya atıfta bulunmaması ve Uluslararası Ad-Hoc Komite’nin çalışmalarından bahsetmemesi nedeni ile eleştirmiştir.²⁵

²³ “Core Submits Response to US. Government Green Paper Plan for Domain Name Regulation”; <http://www.gtld-mou.org/press/core-5.html> (Şubat 2004)

²⁴ “Elektronik Ticaret Hukuk Çalışma Grubu Raporu”; <http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/hukuk.htm> (Şubat 2004)

²⁵ “Elektronik Ticaret Hukuk Çalışma Grubu Raporu”; <http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/hukuk.htm> (Şubat 2004)

2.2.3. Beyaz Kitap (White Paper)

Temmuz 1997’de “Elektronik Ticaret için Küresel Çerçeve” çalışmaları çerçevesinde ABD Ticaret Bakanlığının görevlendirilmesinden sonra Ocak 1998’de Yeşil Kitap’ın yayınlanmasını müteakip ilgili kesimlerin görüşleri alınarak Ulusal Telekomünikasyon ve Bilgi İdaresi (NTIA) tarafından yapılan değerlendirme sonucunda, Ticaret Bakanlığı 5 Haziran 1998 tarihinde “Beyaz Kitap” olarak bilinen “İnternet İsim ve Adreslerinin Yönetimine İlişkin Politika Tesbiti- Statement of Policy on Management Internet Names and Adresses” konulu bir bildiri yayınlamıştır.²⁶

Alan Adları Sistemindeki tekellerin yapının değiştirilmesi ve rekabetçi bir yaklaşım ile geniş katılımlı bir yapının oluşturulmasına duyulan ihtiyaç Beyaz Kitap’a göre şu nedenlere dayanmaktadır:²⁷

1. Alan ismi kayıt işlemlerinde rekabetin olmaması nedeniyle ortaya çıkan geniş memnuniyetsizlik,
2. Marka sahipleri ile alan ismi sahipleri arasındaki ihtilafların artması ve bunların çözüm mekanizmalarının pahalı ve zor olması,
3. Geleceklerini internetin gelişimindeki başarıya bağlayan birçok ticari kuruluşun daha resmi ve güçlü bir yapı istemeleri
4. İnternet kullanıcılarının ABD dışında yaşayan kesiminin giderek artması ve bunların internetin koordinasyonuna katılmak istemeleri,
5. Alan isimlerinin ticari değerinin giderek artması nedeniyle, yeni TLD’lerin oluşturulmasına ait kararın internet toplumunca resmi bir şekilde tanınmayan geçici komiteler ya da kişiler tarafından alınamayacağının ortaya çıkması,
6. İnternetin ticari bir yapısı olması nedeniyle, ABD araştırma kurumlarının (NSF ve DARPA) internetin işletimi ve harcamalarını karşılama açısından yeterliliklerini kaybetmeye başlamaları

Beyaz Kitap çalışmalarında yeni alan adları sisteminin Yeşil Kitap’ta da ifade edilen 4 temel ilkeye dayandırıldığı belirtilmektedir.²⁸

²⁶ United States Department of Commerce, “Managament of Internet Names and Adresses”; http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/domainname/6_5_98dns.htm (Şubat 2004)

²⁷ Işıkli; s.16

²⁸ Işıkli; s.22 vd.

a. İstikrar (stability): ABD Hükümeti, internet yönetiminde istikrarın sağlanması amacıyla internet sayı ve alan ismi adreslerinin idaresindeki rolüne son verecektir. Yeni yönetim sisteminin getirilmesi, mevcut yürümekte olan işleri bozmayacak ya da ana sistemlerle (root systems) rekabet etmeyecektir. Geçiş dönemi esnasında ve daha sonra, internetin devamlılığının sağlanması bu DNS sisteminin birinci önceliği olacaktır.

b. Rekabet (competition): İnternette olabildiği ölçüde rekabeti ve tüketici tercihlerini önplana çıkaran piyasa mekanizmaları devreye girmelidir. İnternetin en büyük özelliği yeniliği teşvik eden ve bireysel özgürlüğü artıran bir sistem olmasıdır.

c. Aşağıdan yukarıya özel sektör koordinasyonu (private bottom-up coordination): Özel sektör koordinasyonu, hükümetlere göre daha esnek ve internet kullanıcılarının ihtiyaçlarını karşılar niteliktedir. Özel sektör süreci, internetin günümüze kadar olan gelişimini de karakterize eden aşağıdan yukarıya doğru bir idare sistemini yansıtmaktadır.

d. Temsil(representation): Oluşturulacak yeni kurumun internet toplumunun tümünün yararına çalışması hedeflenmiş olup; DNS'nin idaresine yönelik eşit, dürüst ve geniş katılımlı politikaların geliştirilmesi, sayıları her geçen gün hızla artan ve yayılan internet kullanıcılarının tümünden alınacak görüşlere bağlı olacaktır. İdari yapı, interneti ve onu kullananların coğrafi ve fonksiyonel çeşitliliğini yansıtmalı, uluslararası katılımın sağlanacağı karar alma mekanizmaları oluşturulmalıdır.

Beyaz Kitap'a göre alan isimleri alanında, tekелci yapıyı değiştirecek ve tüm kesimlerin temsil edildiği bir kurumun oluşturulması planlanmıştır. Oluşturulacak yeni kurum şu görevleri yapacaktır:²⁹

1. IP sayılarının bölgesel kayıt kurumlarına (RIRs) blok olarak tahsisini yapmak ve bu alanda politika geliştirmek
2. Resmi olarak yapılanmış internet ana servis sağlayıcı sisteminin işletimini izlemek ve yönlendirmek
3. Ana sisteme eklenen yeni TLD'ler olması halinde uygulanacak politikaları tesbit etmek
4. İnternet üzerinde evrensel bağlantıyı temin etmek üzere, interneti ilgilendiren diğer teknik parametrelere ait işleri koordine etmek.

²⁹ Işıklı; s.23 vd.

Yeni kurumun dünya çapında bir katılıma sahip olması amaçlanmaktadır. Diğer taraftan, ABD Hükümeti oluşturulacak yeni kurumun görevlerini yaparken aşağıdaki ilkelere uymasını tavsiye etmektedir.³⁰

1. Alan ismi kaydı yaptıranlar, kayıt ya da yenileme için bir kayıt ücreti ödeyecekler ve ihlale uğrayan alan ismini, veri tabanı kayıt kurumu, kayıt kurumu ya da servis sağlayıcının bulunduğu yerdeki yargı otoritelerinin yetkisine bırakmayı kabul edeceklerdir.
2. Alan ismi kaydı yaptıranlar, kayıt ya da yenileme esnasında, korsanlık ya da başkasının alan ismini kayıt ettirme gibi durumlarda, yeni kurum tarafından bu tür ihtilafların çözülmesi için belirlenecek alternatif anlaşmazlıkların halli sistemlerini ve bu sistemlerin bağlayıcılığını kabul edeceklerdir. Bütün kayıt kurumlarından da (registries, registrars) bu sistemlerce verilen kararlara uymaları istenecektir.
3. Alan ismi kaydı yaptıranlar, kayıt ya da yenileme esnasında, marka sahibince alan ismi olarak kullanılmakta olan tanınmış markaları hariç tutan yeni kurum tarafından belirlenecek süreçlere, bu süreçlerin başında veya sonunda uymayı kabul edeceklerdir.
4. Alan ismi kayıt anlaşmasında ya da yeni kurumun çalışması esnasında, ulusal yasalarla marka sahibine ya da alan ismi kaydı yaptırana verilen haklar sınırlanmayacaktır.

Beyaz Kitap'ta, belirlenen hedeflerin bir bölümünün ABD Hükümetince, bir bölümünün de özel kesim tarafından yerine getirilmesi öngörülmektedir. Bu amaçla, örneğin kar amacı gütmeyen yeni kurum özel kesimce kurulacak ve kendi üyelerini seçecektir. ABD Hükümeti ile yeni kurum arasında halen IANA'nın yürütmekte olduğu faaliyetlerin transferiyle ilgili olarak bir anlaşma yapılmalıdır. NSI ve ABD Hükümeti arasında, birçok kayıt kurumu ile beraber NSI'nın piyasa koşullarında rekabet edebilir bir yapıya dönüştürülmesi için bir anlaşma yapılması zorunluluktur.³¹

Beyaz Kitap'ta ayrıca markalar ile ilgili hususlara da yer verilmiştir. Kayıtlı alan adlarını kapsayan ve araştırmaya açık veri tabanlarına, marka sahipleri ile alan ismi

³⁰ Işıkli; s.25

³¹ Işıkli; s.26

sahiplerinin giriş hakkı olması gerektiği vurgulanmıştır. Söz konusu veri tabanları sayesinde, marka sahibi ile alan ismi sahibi arasında bir ihtilaf ortaya çıktığı zaman, alan ismi kaydını yaptıran ile doğrudan teması mümkün kılacak asgari bilgiler elde edilebilecektir. Bu noktada, bütün veri tabanları kayıtlarında aşağıdaki bilgilerin³² bulunması ve internete giriş yapan herkese açık olması kuralı benimsenmiştir.

- a- Kayıtların güncellenmesi ve bu hususta ilişkiye geçilebilecek bir adres,
- b- Alan ismine ait kayıt işlemlerinin kronolojik sıralaması,
- c- Proses hizmeti için e-mail adresi,
- d- Alan ismi kayıt tarihi,
- e- Alan ismi verildikten sonra yapılan itiraz tarihleri,
- f- Alan isminin kaydını yaptıranlar ile marka sahipleri arasındaki ihtilafların çözülmesi için gerekli olabilecek ve yeni kurum tarafından belirlenmiş diğer tüm bilgiler

Beyaz Kitap ile internet yönetiminde, IAHC önerileri ile ABD Hükümeti tarafından hazırlatılan “Yeşil Kitap” arasında bir denge sağlanmaya çalışılmıştır. Yeşil Kitap’ta WIPO’ya yollamada bulunulmadığı için gelen eleştirilerden sonra, Beyaz Kitap’ta alan adları konusunda çıkabilecek olası uyuşmazlıklara yeknesak çözüm kurallarının getirilmesi için WIPO görevlendirilmiştir.

ABD tarafından yayınlanan Beyaz Kitap’ın önerilerinin dikkate alınması sonucunda bir mutabakat metni ile Eylül 1998’de “Internet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu- Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)” adlı kurum kurulmuştur. Beş yıllık bir süre içinde gTLD’lerin kayıt ve dağıtım işlemlerini yürüten NSI, 30 Eylül 1998 tarihinden itibaren bu görevi ICANN’a devretmiştir.³³ ICANN’ın kurulma hedefi NSI’nin tekelinde olan alan ismi tahsis işlemine rekabetin getirilmesini temin etmek olarak belirlenmiştir.

³² Işıkli; s.24 vd.

³³ “Amendment 11 to Cooperative Agreement between NSI and US. Government”, 7 October 1998, <http://www.icann.org/nsi/coopagmt-amend11-07oct98.htm> (Şubat 2004)

2.3. İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu-ICANN

İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu, internetin iş dünyası, teknik, akademik ve kullanıcı gruplarının geniş katılımıyla oluşturulmuş kar amacı gütmeyen bir özel sektör kuruluşudur.³⁴

ABD Ticaret Bakanlığı (US Department of Commerce)'nın 5 Haziran 1998 yılında "Beyaz Kitap"ı yayınlamasının ardından, 6 Kasım 1998 tarihinde yayımlanan Yönetmelik (Original Bylaws)³⁵ ile ICANN hukuken ABD hükümeti tarafından tanınmıştır. Değişen şartlara göre yayımlandıktan sonra çeşitli dönemlerde revize edilen yönetmelik³⁶ ile kurumun çalışma yöntemi, Yönetim Kurulunun oluşumu ve yapısı, destek kuruluşları ve yardımcı komitelerin oluşumu ve görevleri ile bütçeye ilişkin hükümler belirlenmiştir. Daha sonra 25 Kasım 1998'de ABD Ticaret Bakanlığı ile ICANN arasında bir "Mutabakat Metni"³⁷ imzalanmış ve böylece ICANN, ABD hükümeti tarafından resmi olarak görevlendirilmiştir. Mutabakat metninde, ICANN'ın Beyaz Kitap'ta da belirtilen istikrar, rekabet, aşağıdan yukarıya özel sektör koordinasyonu ve temsil ilkelerine bağlı kalarak, internetin teknik, idari ve politika geliştirme görevlerini koordine edeceği belirtilmektedir. Mutabakat metni ile ICANN, internet alan adları sisteminin teknik yönetimini, IP adres alanlarının tahsisini, protokol parametrelerinin belirlenmesini ve internet servis sağlayıcı (root server) sisteminin idaresini koordine etmekle görevlendirilmiştir.³⁸

2.3.1. ICANN Organizasyon Yapısı

ICANN'ın organizasyon yapısında en başta bir Yönetim Kurulu ve onun altında Temsili Üyelik (At Large Membership) ve ICANN Destek Kuruluşları (Supporting Organizations-SO) bulunmaktadır. ICANN Destek Kuruluşları, IP Adresleri Destek Kuruluşu (Adress Supporting Organization-ASO), Alan İsimleri Destek Kuruluşu

³⁴ ICANN, <http://icann.org/>

³⁵ "Bylaws, Effective as of 6 November 1998"; <http://www.icann.org/general/archive-bylaws/bylaws-06nov98.htm> (Şubat 2004)

³⁶ "Bylaws Archives"; <http://www.icann.org/general/archive-bylaws> (Şubat 2004)

³⁷ "Memorandum of Understanding between the US. Department of Commerce and Internet Corporation for Assigned Names and Numbers"; <http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/domainname/icann-memorandum.htm> (Şubat 2004)

³⁸ Işıkli; s.28

(Domain Name Supporting Organization-DNSO) ve Protokol Destek Kuruluşu (Protocol Supporting Organization-PSO) olarak üç tanedir.

- 1- Temsili üyelik (At Large Membership): Bütün dünyadaki internet kullanıcılarının, internet alan adları ve sayılar sistemi için ICANN'ın teknik politikalarının oluşturulması sürecinde seslerini duyurmasını sağlayacak bir araç olarak tasarlanmıştır. 18 kişilik yönetim kurulunun 9 üyesi temsili üyeler arasından seçilecektir.
- 2- IP Adresleri Destek Kuruluşu (ASO): Adından anlaşılacağı üzere, IP adreslerine ilişkin politikaları belirleyen bir birimdir.
- 3- Alan İsimleri Destek Kuruluşu (DNSO): Bu kuruluş da internet üzerindeki siteleri hatırlanması kolay isimlerle tanımlamayı öngören ve IP adresi numaralarını alan adlarına çeviren Alan Adı Sistemi ile ilgili çalışmalar yapmaktadır.
- 4- Protokol Destek Kuruluş (PSO): Protokol Destek Kuruluşu, bilgisayarlar arasındaki bilgi alışverişine izin veren ve internet üzerinden iletişimi sağlayan teknik standartları kolaylaştırmak amacıyla internet protokol numaraları üzerinde çalışmaktadır.

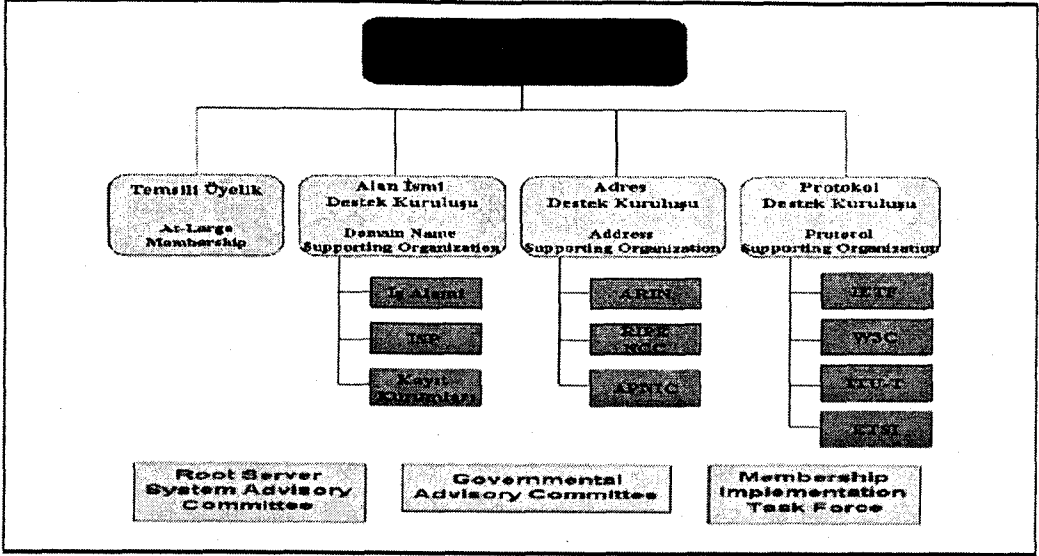
Her bir destek kuruluşu, kendi organizasyonunu yapmakta ve kurallarını belirlemektedir. Ayrıca, kamuoyunun görüş ve değerlendirmelerini yansıtan bir çalışma yöntemi kullanarak, dünyada bütün bölgelerin temsil edilmesini sağlamaya çalışmaktadır. Her bir destek kuruluşu Yönetim Kuruluna üçer üye vermekte, geri kalan dokuz üye ise temsili üyeler arasından seçilmektedir. Yönetim Kurulu Başkanı ile birlikte Yönetim Kurulu 19 üye'den oluşmaktadır.

ICANN Yönetim Kurulu'na oluşturulan üç tane de Danışma Komitesi vardır.³⁹

1. Üyelik Danışma Komitesi (Membership Advisory Committee-MAC): Üyelik Danışma Komitesi, ICANN Yönetim Kuruluna 19 üyenin seçimini sağlayacak üyelik yapısına ilişkin öneriler sunmakla görevlidir.

³⁹ Işıklı; s.34

2. İdari Danışma Komitesi (Governmental Advisory Committee-GAC): İdari Danışma Komitesi, ülkelerin hükümetleri, çok uluslu kuruluşlar ve uluslararası örgütler tarafından atanmış temsilcilerden oluşmaktadır. Komitenin görevi, hükümetlerin görüşlerini ICANN Yönetim Kuruluna sunmaktır. GAC, hükümetlerin ilgi ve uğraş alanları ile tüketicilerin ilgi alanlarını da içerecek şekilde tartışma zemini yaratan bir forum gibi çalışmaktadır. Danışma Komitesi olduğu için GAC, ICANN için çalışmak ya da ICANN'ın faaliyetlerini kontrol etmek gibi herhangi bir yasal güce sahip değildir. Bununla birlikte GAC, bulgularını ve tavsiyelerini ICANN Yönetim Kuruluna bir raporla bildirmektedir.
3. Ana Hizmet Sistemi Danışma Komitesi (Root Server System Advisory Committee): Ana Hizmet Birimi Danışma Komitesi, alan adları sisteminde ana isim sağlayıcıların çalışması ile ilgili olarak Yönetim Kuruluna öneriler sunmakla görevlidir. Host donanım kapasiteleri, işletim sistemleri ve isim sağlayıcı yazılım tipleri, network bağlantıları ve fiziki çevreyi de içine alan ihtiyaçlara yönelik olarak çalışmalar yapmaktadır. Komite ayrıca, ana sistem sağlayıcı sistemin güvenlik konularını inceleyerek tavsiyelerde bulunur. Komitenin diğer bir görevi de, ana isim sağlayıcıların sayılarını, bulundukları bölgeleri ve dağılımları incelemek ve gözden geçirmektir.

Tablo 2.2 ICANN Kurumsal Şema⁴⁰

Beyaz Kitap'ta DNS Kurumunda Temsil Edilme ile ilgili aşağıdaki paragraf yer almaktadır.⁴¹

“Oluşturulacak yeni kurumun internet toplumunun tümünün yararına çalışması hedeflenmiş olup; DNS'nin idaresine eşit, dürüst ve geniş katılımı politikaların geliştirilmesi, sayıları her geçen gün hızla artan ve yayılan internet kullanıcıların tümünden alınacak görüşlere bağlı olacaktır. İdari yapı, interneti ve onu kullananların coğrafi ve fonksiyonel çeşitliliğini yansıtmalı, uluslararası katılımın sağlanacağı karar alma mekanizmaları oluşturulmalıdır.”

Bu ilkeden hareketle kurulan ICANN üyelik sistemini temel alarak örgütlenmiştir. ICANN'ın uluslararası bir kuruluş olmaması ve hükümetlerin ICANN çalışmalarında yeteri kadar yer almaması, ICANN açısından bir meşruiyet tartışması yaratmıştır. İnternetin ABD tarafından ortaya çıkarılarak kullanılmaya başlanması dolayısıyla internet üzerindeki ABD etkinliği makul karşılanabilirse de artık internetin küresel hale gelmiş ve kullanıcılarının büyük çoğunluğunun ABD dışından olması internet yönetiminin küresel hale getirilmesinin ve hükümetlerin yönetim sürecinde kapsanmasının zarureti ortaya koymaktadır. ICANN'ın mevcut

⁴⁰ Mustafa Alkan, Cafer Canbay; “Çok Dilli Alan Adları Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, http://www.stradigma.com/turkce/eylul2003/vizyon_sayi_9.pdf (Aralık 2003)

⁴¹ Işıklı; s.28

yapısı yapılan çalışmaların dünya çapında uygulanabilir ve etkin olmasını da engellemektedir. Bu itibarla, ICANN'ın tek bir hükümetin kontrolünde olan gayriresmi yapısından kurtararak, tüm hükümetlere açık uluslararası meşruiyeti olan bir kuruluşa dönüştürülmesinin gerektiği değerlendirilmektedir.⁴² ICANN bünyesinde hükümetlerin daha etkin hale gelmesi ve ICANN'a yöneltilen diğer eleştirilerin bertaraf edilmesi için bir kısım çalışmalar yapılmıştır. 2002 yılında yapılan "2002 gelişim ve reform çalışmaları" çerçevesinde, 31 Ekim 2002'de Şangay'da yapılan toplantılar da ICANN'ın yeni organizasyon yapısına dair kararlar alınmıştır.⁴³ 15 Aralık 2002'de çıkarılan yeni yönetmelik⁴⁴ ile de yeni organizasyon yapısı resmileştirilmiştir.

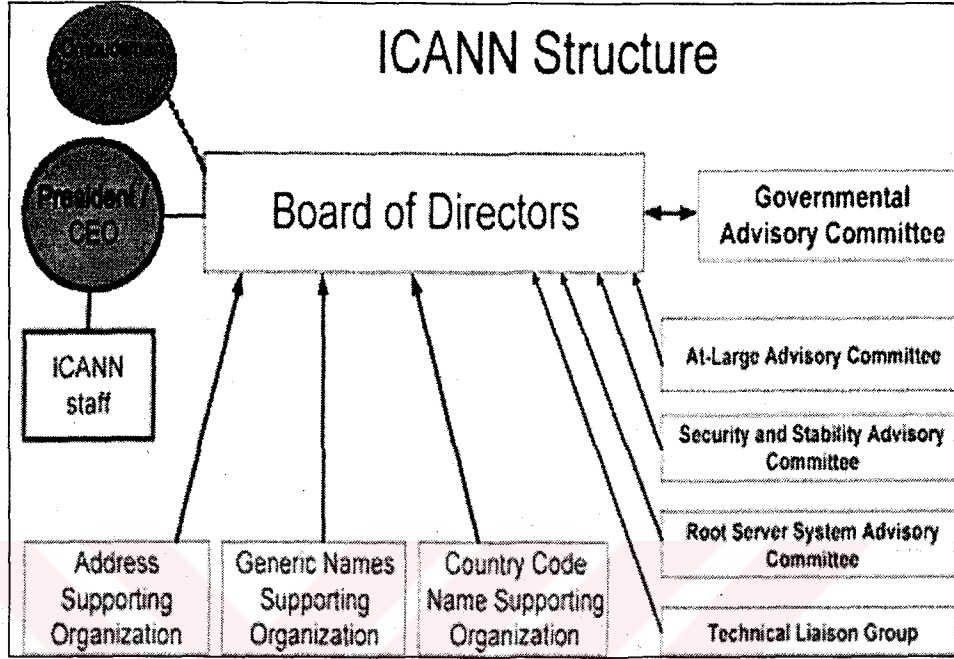
Yeni yapıya göre ICANN'ın başında bir başkan bulunacaktır. Başkan aynı zamanda Yönetim Kurulunda (Board of Directors) da bulunacaktır. Yönetim Kurulu, 15'i oy kullanma hakkı olan ve 6'sı oy kullanma hakkı olmayan toplam 21 üyeden oluşacaktır. Yönetim Kurulu'nun altında Adres Destek Kuruluşu (Address Supporting Organization), Jenerik Alan Adları Destek Kuruluşu (Generic Domain Name Supporting Organization), Ülke Kodu Birinci Derece Alan Adları Destek Kuruluşu (Country Code Domain Name Supporting Organization) ile birlikte İdari Danışma Komitesi (Governmental Advisory Committee), Temsili Üyelik Danışma Komitesi (At-Large Advisory Committee), Ana Hizmet Sistemleri Danışma Komitesi (Root Server System Advisory Committee), Güvenlik ve İstikrar Danışma Komitesi (Security and Stability Advisory Committee) ve Teknik Yönlendirme Grubu (Technical Liaison Group) yer almaktadır. Her bir Destek Kuruluşundan ve Teknik Yönlendirme Grubundan 2'ser ve her bir Danışma Komitesinden 1'er kişi Yönetim Kuruluna katılacaktır. Yönetim Kurulu'nun geri kalan 8 üyesi ise internet toplumunun tüm paydaşlarından oluşan "Adaylık Komitesi (Nominating Committee)" tarafından belirlenecektir. Ayrıca, ICANN yönetiminde şeffaflığı ve hesap verilebilirliği sağlamak amacıyla Ombudsmanlık müessesesi oluşturulmuştur.

⁴² Alkan M, Canbay C; "Document for ccTLD Workshop", <http://www.itu.int/itudoc/itu-t/workshop/ccTLD/025r1.pdf> (Şubat 2004)

⁴³ "Appendix A to Minutes ICANN Board Meeting in Shanghai", 31 October 2002, <http://www.icann.org/minutes/minutes-appa-31oct02.htm> (Şubat 2004)

⁴⁴ "Bylaws, Effective As of 15 December 2002"; <http://www.icann.org/general/archive-bylaws/bylaws-15dec02.htm> (Mart 2004)

Tablo 2.3. ICANN’ın Değişen Kurumsal Şeması⁴⁵



ICANN organizasyon yapısında öncekine göre katılım artırılmaya çalışılmış, ayrıca uzmanlık alanlarına göre komiteler oluşturulmuştur. Alan isimleri destek kuruluşları, ülke kodu ve jenerik alan adları destek kuruluşu olarak ikiye ayrılarak, ülke kodu uygulamalarında etkinlik artırılmaya çalışılmıştır. Temsili Üyelik, “Temsili Üyelik Danışma Komitesi”ne çevrilmiştir. Ayrıca “Protokol Destek Kuruluş”u kaldırılarak, “Teknik Yönlendirme Grubu” adı altında daha geniş bir uzmanlık grubu oluşturulmuştur.

ICANN’daki değişiklikler internet çevrelerinde olumlu bulunmakla birlikte yetersiz olarak değerlendirilmiştir. ICANN’ın çok yavaş çalıştığı, sorunları çözmekte yetersiz kaldığı, çalışma süreçlerinin ve prosedürlerinin düzgün ve kolay anlaşılabilir olmadığı, hükümet, endüstri ve internet toplumunu biraraya getiremediği, yeterli mali kaynakları sahip olmadığı, ccTLD’lerin idaresi için ilgili ülkelerle gerekli işbirliğini yapmadığı, yönetim kurulu ile İdari Danışma Komitesi arasında iletişimin yetersiz olduğu gibi eleştiriler getirilmektedir. Bu eleştirilerin

⁴⁵ <http://www.icann.org>

bertaraf edilmesi, ICANN'ın gerekli teknik çalışmaları yapabilmesi, sorunları çözebilmesi ve hükümet-endüstri-sivil toplum ortaklığını kurabilmesi için; Birleşmiş Milletler'e bağlı bir uzmanlık kuruluşu olan, 138 yıllık teknik ve idari birikime sahip, hükümet-endüstri-sivil toplum ortaklığını kurmayı başaran, oturmuş ve kolay anlaşılabilen çalışma sistemi ve prosedürleri olan ve meşruiyet sorunu olmayan Uluslararası Telekomünikasyon Birliği⁴⁶ (ITU) ile ortak çalışmalar yapması önerilmiştir.⁴⁷ ITU'nun tecrübelerinin ve internet düzenlemelerinde ICANN'a yol gösterici olabileceği ve ICANN'ın işleyişini kolaylaştıracağı, ancak maksimum faydanın sağlanması için internetin ve alan adlarının yönetiminde ICANN ve ITU'nun kurumsal çalışmalara girmesinin ve birbirlerini destekler mahiyette çalışmalarının sağlanmasının önemi vurgulanmaktadır.⁴⁸ Ayrıca bunlar da yeterli görülmeyerek, ICANN gibi bir kuruluşun varlığına gerek olmadığı ve ICANN tarafından yürütülmekte olan çalışmaların BM'ye bağlı uluslararası özel uzmanlık kuruluşu olan, teknik ve idari birikime sahip, ekonomik yeterliliği olan, ICANN'ın çözmek için yoğun çaba harcadığı sorunlarla ilgili ileri düzeyde çalışmalar yapmış⁴⁹ ve derin birikimi ve tecrübesi olan, meşruiyet sorunu olmayan ITU'ya devredilmesinin gerekli olduğu değerlendirilmektedir.

2.3.2. ICANN Kayıt Kurumu Akreditasyon Politikası

ICANN kuruluşunun ardından, internetin ve alan isminin devamlılığını sağlayacak rekabetçi bir alan ismi kayıt sistemine geçişi temin edecek kayıt kurumu akreditasyon prosedürünü oluşturmak ve yürütmek için çalışmalara başladı. Bu amaçla, Şubat 1999'da “.com”, “.net” ve “.org” alanları bünyesinde paylaştırılmış kayıt sistemi için kayıt kurumlarının seçimi ve internet alan ismi kayıt kurumlarının (registrars) akreditasyonuna yönelik bir taslak ilkeler dizisi hazırlamış ve ilgili kesimlerin görüşlerine açmıştır. Kamuoyundan gelen görüşlerin değerlendirilmesi sonucunda 4 Mart 1999 tarihinde Singapur'da yapılan Yönetim Kurulu toplantısında “Kayıt Kurumu

⁴⁶ “International Telecommunication Union, ITU Overview History”;

<http://www.itu.int/aboutitu/overview/history.html> (Şubat 2004)

⁴⁷ Alkan M, Canbay C; http://www.stradigma.com/turkce/eylul2003/vizyon_sayi_9.pdf (Aralık 2003)

“Presidents Report: ICANN-The Case for Reform”; <http://www.icann.org/general/lynn-reform-proposal-24feb02.htm> (Şubat 2004)

⁴⁸ Alkan M, Canbay C; “Document for ccTLD Workshop, Doc 46”; <http://www.itu.int/itudoc/itu-t/workshop/cctld/cctld046.pdf> (Şubat 2004)

⁴⁹ Alkan M, Canbay C; “ITU, What is Enum”; <http://www.itu.int/osg/spu/enum/index.html> (Şubat 2004)

Akreditasyon Politikası Bildirisi (Statement of Registrar Accreditation Policy)” kabul edilmiştir. Bildiri, kamuoyundan gelen görüşlerle yeniden değerlendirilmiş ve 12 Mayıs 1999 tarihinde ilk “Kayıt Kurumu Akreditasyon Anlaşması-Registrar Accreditation Agreement”⁵⁰ kabul edilmiştir.⁵¹ Bu Anlaşma daha sonra gözden geçirilmiş ve 4 Kasım 1999 tarihinde ICANN Yönetim Kurulu tarafından akredite edilmiş bütün kayıt kurumları için beş yıl yürürlükte olacak yeni “Kayıt Kurumu Akreditasyon Anlaşması” onaylanmıştır. Bu anlaşma 10 Kasım 1999’da yürürlüğe girmiştir.⁵² Daha sonra Akreditasyon anlaşması yeniden gözden geçirilmiş ve gelişmelere göre tadil edilmiştir. Tadil edilen yeni Akreditasyon anlaşması 17 Mayıs 2001’de yürürlüğe girmiştir.⁵³ Akreditasyon anlaşması ile ICANN ile kayıt kurumu arasında geçerli olan akredite koşulları, alan ismi kayıtları esnasında kayıt kurumlarının uyması gereken kurallar, anlaşmazlıkların halline ilişkin yöntem, SLD kayıtlarının genel kullanıma açılma koşulları, akreditasyon ücretleri vb. uygulamaya yönelik hükümler getirilmiştir.

Ekim 1998 tarihinde, ABD Ticaret Bakanlığı, NSI ile olan işbirliği anlaşmasını değiştirmiş ve “Paylaşılmış Kayıt Sistemi-Shared Registration System (SRS)” oluşturulmasına karar verilmiştir.⁵⁴ İşbirliği anlaşmasına göre, kayıt hizmetlerini sağlayacak sınırsız sayıda kayıt kurumunun ortak bir veri tabanını kullanarak alan ismi kayıtlarını yapması ve böylece rekabetin getirilmesi planlanmıştır. ICANN bu amaçla, 11 Mart-8 Nisan 1999 tarihleri arasında, SRS Deneme Programına katılacak beş kayıt kurumunu belirlemek için başvuruları kabul etmiştir. ICANN, 21 Nisan 1999 tarihinde “.com”, “.org” ve “.net” alanları SRS deneme programına katılmak üzere beş kayıt kurumunu seçtiğini bildirmiştir.⁵⁵ Bu kurumlar alan isimleri kayıt etmek amacıyla NSI tarafından işletilen veri tabanına doğrudan giriş yapma hakkına sahip olacaklardır. Ayrıca, bu beş kurum “.com”, “.org” ve “.net” alanlarında kayıtlı alan isimleri için başvuruları almak ve sonuçlandırmak yetkisiyle donatılmış olup kayıt hizmetlerinde NSI ile rekabet halinde çalışacaklardır.

⁵⁰ ICANN, “Registrar Accreditation Agreement”; <http://www.icann.org/registrars/ra-agreement-12may99.htm> (Mart 2004)

⁵¹ İşikli; s.35

⁵² ICANN, “Registrar Accreditation Agreement”<http://www.icann.org/registrars/ra-agreement-10nov99.htm>

⁵³ ICANN, “Registrar Accreditation Agreement”<http://www.icann.org/registrars/ra-agreement-17may01.htm>

⁵⁴ İşikli; s.35 vd.

⁵⁵ Bu beş kayıt kurumu şunlardır: America Online, CORE (Internet Council of Registrars), France Telecom/Oleane, Melbourne IT ve register.com

Deneme süreci 26 Nisan 1999 tarihinde başlamış ve 30 Kasım 1999 tarihinde sona ermiştir. Sürecin olumlu geçmesinden sonra, ICANN tarafından akredite edilmiş tüm kayıt kurumları serbest rekabet ortamında “.com”, “.org” ve “.net” birinci derece alanlarında ilk beş kayıt kurumu ile birlikte kayıt işlemini yapmaya başlamışlardır.⁵⁶

2.4. Internet Tahsisli Sayılar Otoritesi-Internet Assigned Numbers Authority-IANA⁵⁷

İnternette her bir alan ismine karşılık gelen tek bir IP numarası vardır. Dünyadaki internet protokol parametrelerinin düzenlenmesi ve koordine edilmesi IANA tarafından gerçekleştirilmektedir. 1972 yılında “Birleşik Devletler Savunma Bilgi Sistemleri Ajansı-US Defence Information Systems Agency” tarafından oluşturulan IANA’nın ABD Hükümeti ile yaptığı sözleşme 1998 yılında dolmasına rağmen günümüzde de IANA, bölgesel IP numarası kayıt kurumlarına (Regional Internet Registrars-RIRs) bu sayısal adresleri blok olarak tahsis etmeye devam etmektedir. Bu kuruluş IP numaralarının koordinatörlük görevini, Amerikan Hükümeti ile General Atomic, Amerikan Telefon ve Telgraf Şirketi (AT&T) ve Network Solution firmaları arasında yapılan bir anlaşma ile gerçekleştirmektedir. Dünya’da dört tane RIRs vardır. Bunlar;

- 1- ARIN (American Registry for Internet): Kuzey Amerika ve Sahra altı Afrika’da faaliyette bulunur.⁵⁸
- 2- RIPE (Reseaux IP Europeens): Avrupa, Orta Doğu, Orta Asya ve Ekvatorun kuzeyinde yer alan Afrika ülkelerinde faaliyette bulunur.⁵⁹ Merkezi Amsterdam’dadır.
- 3- APNIC (Asia Pacific Network Information Centre): Asya/Pasifik bölgesinde faaliyette bulunur.⁶⁰
- 4- LACNIC (Regional Latin-American and Caribbean IP Adress Registry): Latin Amerika ve bazı Karaip adalarında faaliyette bulunur. Diğer bölgesel kayıt kurumlarından sonra faaliyete geçti.

⁵⁶ “ICANN Accredited Registrars”, <http://www.icann.org/registrars/accredited-list.html> (Şubat 2004)

⁵⁷ Internet Assigned Numbers Authority, <http://www.iana.org/>

⁵⁸ “American Registry for Internet”, <http://www.arin.net/>

⁵⁹ “Ripe Network Coordination Center”, <http://www.ripe.net/> (Mart 2004)

⁶⁰ “Asia Pacific Network Information Centre”, <http://www.apnic.net/> (Mart 2004)

ICANN'ın onaylaması ile 14 Mart 2002'de faaliyete geçti.⁶¹ IANA ise LACNIC ile ilgili 7 Kasım 2002'de bir rapor yayınladı.⁶² Böylece LACNIC'de diğer bölgesel kayıt kurumları ile birlikte, IP numaralarını blok olarak IANA'dan tahsis etmeye başladı.⁶³

Ayrıca Afrinic adlı bir başka bölgesel kayıt kurumunun resmi olarak faaliyete geçmesi için hazırlık çalışmaları devam etmektedir.⁶⁴

Bölgesel kayıt kurumları IP numaralarını, IANA'dan blok olarak alırlar. Büyük internet servis sağlayıcıları bu bölgesel kurumlara başvurarak IP sayılarını blok olarak alır ve daha sonra aldıkları IP sayısal adreslerini bu kez daha küçük servis sağlayıcılara ve nihai kullanıcılara tahsis ederler. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, bölgesel kayıt kurumlarının IP numaralarının dağıtımını organize ederken, DNS ile ilgilenmemeleridir. DNS ve IP numarası dağıtım görevleri ayrıdır ve aynı organizasyon tarafından yerine getirilmesi zorunlu değildir.⁶⁵

Aşağıdaki tabloda internet alan adlarının ve IP adreslerinin tahsis yapısı görülebilir.⁶⁶

⁶¹ "Lacnic Application and Transition Plan", <http://www.icann.org/minutes/prelim-report-14mar02.htm#LACNICApplicationandTransitionPlan> (Şubat 2004)

⁶² "IANA Report on Recognition of Lacnic as a Regional Internet Registry", <http://www.iana.org/reports/lacnic-report-07nov02.htm> (Şubat 2004)

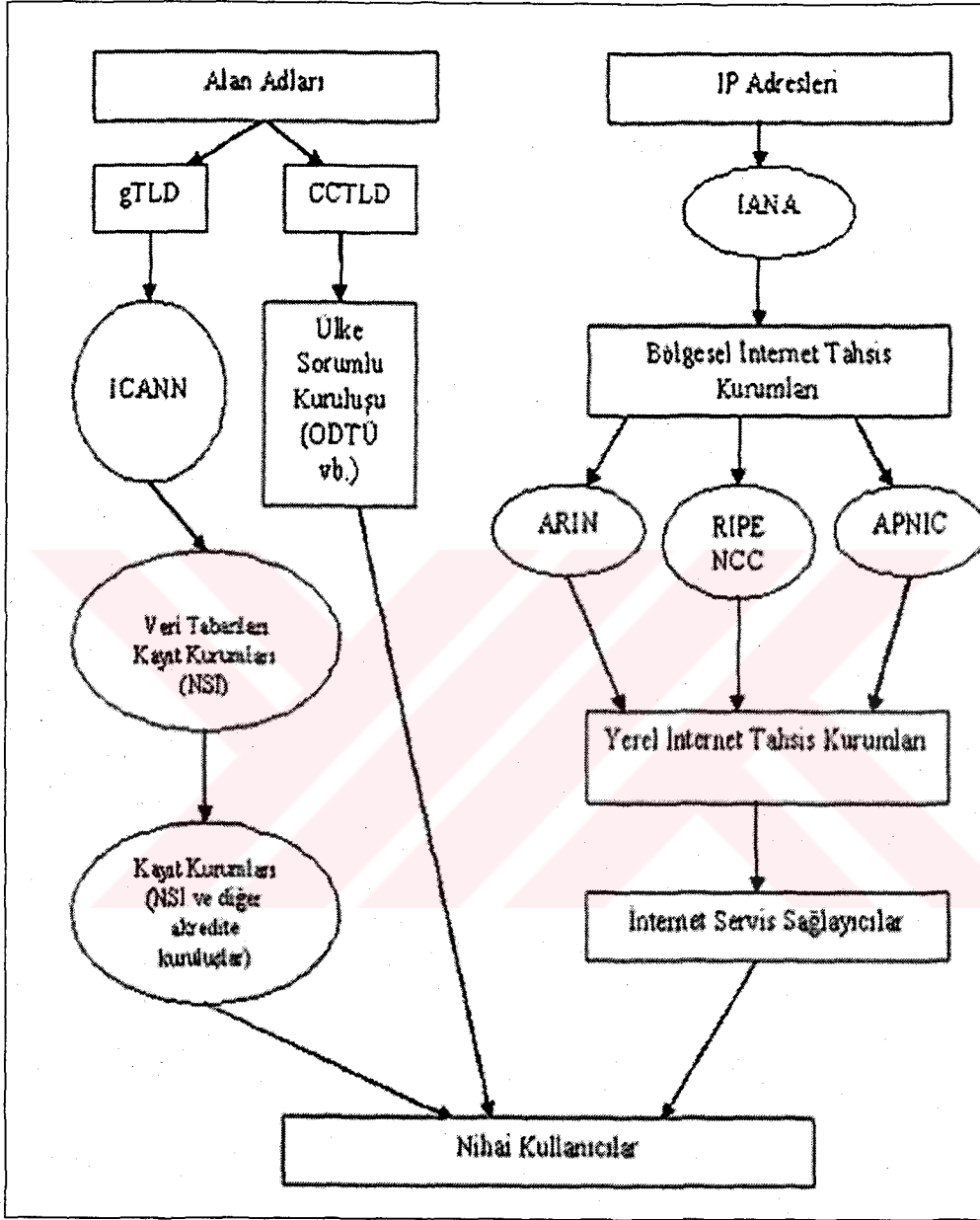
⁶³ "Latin American and Caribbean Internet Addresses Registry", <http://lacnic.net/en/index.html> (Mart 2004)

⁶⁴ "African Network Information Center", <http://www.afrinic.net/> (Mart 2004)

⁶⁵ "Development of the Regional Internet Registry System", <http://www.ripe.net/ripenc/about/regional/rir-system.html> (Mart 2004)

⁶⁶ Işıklı; s.71

Tablo 2.4. Alan Adları ve IP adresleri Tahsis Şeması



2.5. Internet Alan Adları Yönetiminde Ülke Örnekleri ve Türkiye

Küresel anlamda ICANN tarafından yönetilmekte olan internet alan adlarının ülkesel bazda yönetimi büyük farklılıklar göstermektedir. Belli bir ülkeye aidiyeti ifade eden ülke kodlarını içeren alan adları, sadece o ülkelerdeki yetkili kurumlara başvurmak ve o kurum nezninde tescil edilmek suretiyle edinilmektedir. ccTLD'lerin yönetimi ICANN ile sözleşme imzalayan taraflarca yapılmaktadır. Bu taraflar, akademik kuruluşlar, kar amacı güden veya gütmeyen bir özel kuruluş veya bir hükümet kuruluşu olabilir.

Ülke örneklerine bakıldığında hükümetlerin bu konuda inisiyatif almaya çalıştıkları görülmektedir. Örneğin Avusturya, Kanada ve İrlanda'da ccTLD idaresi akademik kuruluşlardan alınarak değişik kuruluşlara verilmiştir. Guatemala ve Kolombiya'da ise hükümetler, ccTLD'ni almak istemelerine rağmen akademik kuruluşların direnişi ile karşılaşmışlardır. Hollanda, İsveç, İngiltere, Rusya, Kolombiya, Gambiya, Güney Afrika ve İtalya'da ccTLD'yi idare edenlerle hükümetler arasındaki ilişkinin resmileştirilmesine yönelik yoğun çalışmalar yürütülmektedir.⁶⁷

ccTLD yönetim için ilgili kuruluşların ICANN ile sözleşme yapmaları gerekmektedir. Ancak yapılan sözleşmeler hükümetlerin bilgisi dışında yapıldığından bazı sorunlarla karşılaşmaktadır. Örneğin; Japonya'da Japan Registry Service Co. (JPRS) "jp" ülke kodlu alan adlarının yönetimi için ICANN ile sözleşme imzalamıştır. Ancak Japon hükümeti bu sözleşmenin kendisini bağlamadığını ICANN ve JPRS'ye bildirmiş ve JPRS'nin "jp" tahsisi için Japon hükümetiyle anlaşması gerektiğini ifade etmiştir. JPRS, Japon hükümeti ile sözleşme imzaladıktan sonra ancak faaliyete başlayabilmiştir.⁶⁸ Benzeri bir durum Hong Kong'ta da yaşanmıştır.

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) tarafından hazırlatılan bir çalışmada 45 ülkenin ccTLD idareleri incelenmiştir.⁶⁹ Bu 45 ülkede ki ccTLD idarelerinden; 10 tanesi kamu kurum ve kuruluşu, 20 tanesi kar amacı gütmeyen ve 9 tanesi kar amacı güden özel kuruluş, 5 tanesi akademik kuruluş ve 1 tanesi bir birey tarafından yönlendirilmektedir.

⁶⁷ Alkan M, Canbay C; http://www.stradigma.com/turkce/eylul2003/vizyon_sayi_9.pdf (Aralık 2003)

⁶⁸ "Japan Registry Service Co. Ltd"; <http://jprs.jp/eng> (Mart 2004)

⁶⁹ Alkan M, Canbay C; <http://www.itu.int/itudoc/itu-t/workshop/cctld/cctld06.pdf>

Aşağıdaki tabloda konu ile ilgili ayrıntılı bilgiler yer almaktadır:⁷⁰

Tablo 2.5. ccTLD (Ülke Kodu) Alan Adları Yönetimi Listesi

ÜLKE	KODU	ccTLD idaresi	Hükümetle ilişkisi	İdarenin Statüsü
ARJANTİN	AR	MRECIC	Resmi	Hükümet Kuruluşu
ÇİN	CN	CNNIC	Resmi	Hükümet Kuruluşu
FİNLANDIYA	FI	FIGORA	Resmi	Hükümet Kuruluşu
HİNDİSTAN	IN	NCST	Resmi	Hükümet Kuruluşu
MALAWI	MW	Malawi SDNP	Resmi	Hükümet Kuruluşu
MALEZYA	MY	MYNIC	Resmi	Hükümet Kuruluşu
FAS	MA	ANRT	Resmi	Hükümet Kuruluşu
NORVEÇ	NO	NORID	Gayri Resmi	Hükümet Kuruluşu
İSPANYA	ES	RED.ES	Resmi	Hükümet Kuruluşu
TUNUS	TN	ATI	Resmi	Hükümet Kuruluşu
GAMBIYA	GM	Nic.gm	İlişkisiz	Birey
GANA	GH	NSC	İlişkisiz	Özel Sektör Kuruluşu
ENDONEZYA	ID	IDNIC	Gayri Resmi	Özel Sektör Kuruluşu
JAPONYA	JP	JPRS SDNP	Resmi	Özel Sektör Kuruluşu
LIBYA	LY	Nic.ly	İlişkisiz	Özel Sektör Kuruluşu
TUVALU	TV	.tv corporation	İlişkisiz	Özel Sektör Kuruluşu
UKRAYNA	UA	Hostmaster	Gayri Resmi	Özel Sektör Kuruluşu
İNGİLTERE	UK	Nominet	Gayri Resmi	Özel Sektör Kuruluşu
ABD	US	Neustar	Resmi	Özel Sektör Kuruluşu
AVUSTRALYA	AU	AUDA	Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
AVUSTURYA	AT	Internet Foundation	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
BELÇİKA	BE	DNS.be	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş

⁷⁰ Alkan M, Canbay C; <http://www.itu.int/itudoc/itu-t/workshop/ccTld/ccTld06.pdf>

BURUNDI	BI	CNI SDNP	Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
KANADA	CA	CIRA	Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
DANIMARKA	DK	.DIFO	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
FRANSA	FR	AFNIC	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
ALMANYA	DE	DENIC	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
HONG KONG	HK	HKIRC	Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
İRLANDA	IE	IEDR	İlişkısız	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
İSRİL	IL	İsraili İnternet Association	İlişkısız	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
İTALYA	ID	IDNIC	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
KORE	KR	KRNIC	Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
HOLLANDA	NL	SIDN	İlişkısız	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
Y.ZELLANDA	NZ	İnternetNZ	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
PERU	PE	Nic.pe	İlişkısız	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
POLONYA	PL	NASK	İlişkısız	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
RUSYA	RU	RIPN	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
G.AFİRİKA	ZA	Namespace	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
İSVEÇ	SE	İl-Stiftelsen	Gayri Resmi	Kar amacı gütmeyen Kuruluş
KOLOMBİYA	CO	University of Columbia	Gayri Resmi	Akademik Kuruluş
GUATEMALA	GT	Universidad del Valle	İlişkısız	Akademik Kuruluş
MORİTANYA	MR	Nic-Mauritanie	İlişkısız	Akademik Kuruluş
MEKSİKA	MX	NIC-Mexico	Gayri Resmi	Akademik Kuruluş
İSVİÇRE	CH	SWITCH	Resmi	Akademik Kuruluş
TÜRKİYE	TR	ODTÜ	İlişkısız	Akademik Kuruluş

ICANN kayıtlı alan adlarının tahsis edildiği kişilere ilişkin bilgilerin, herkesin erişimine açık olmasını ve böylelikle sürecin şeffaflığının sağlanmasını tavsiye etmektedir. Bu çerçevede, ilgili otoritelerin web sayfalarında ilgili bilgileri yayınlamalarını talep etmektedir. ICANN'ın web sayfalarında yer almasını önerdiği bilgiler şunlardır:⁷¹

- 1-Kayıt edilen alan adı
- 2-Kayıt edilen ad için birincil ve ikincil hizmet sunucularının adları
- 3-Kayıt yapana ilişkin bilgiler
- 4-Kaydın ilk yapıldığı tarih
- 5-Kaydın bitiş tarihi
- 6-Kayıt yaptıran kişinin adı, posta adresi vb.bilgiler
- 7-Kayıtlı adın teknik sorumlusuna ait ayrıntılı bilgiler
- 8-Kayıtlı adın idari sorumlusuna ait ayrıntılı bilgiler

2.5.1. Türkiye’de Alan Adları Yönetimi

2.5.1.1. Türkiye’de İnternetin ve Alan Adları Sisteminin Gelişimi

1986 yılında, “Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı-TÜVAKA”nın ABD’de bazı üniversite ve devlet kurumlarının ARPANET ağını birbirine bağlayan BITNET ağına, “Avrupa Akademik ve Araştırma Ağları-European Academic and Research Network-EARN” aracılığıyla bağlanmasıyla, Türkiye uzak ağlarla tanışmış oldu.⁷² EARN’ün, Türkiye’deki uzantısı olan TÜVAKA’nın kurduğu ağ başlangıçta sadece üniversiteler ve araştırma kurumları tarafından kullanılmış ve finanse edilmiştir. EARN ağına ilk önce, Aralık 1986’da Ege Üniversitesi bağlanmış, daha sonra 1987’de sırası ile Anadolu, Yıldız, İstanbul Teknik, Boğaziçi, Fırat, Orta Doğu Teknik, Bilkent ve İstanbul Üniversitesinin bağlantıları gerçekleştirilmiştir.⁷³

TÜVAKA, 1989 yılından itibaren tıkanmaya başlamış ve teknolojik gelişmeler karşısında yetersiz kalmıştır. 1990’lı yılların başında, Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) tarafından önerilen bir proje, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu

⁷¹ Alkan M, Canbay C; http://www.stradigma.com/turkce/eylul2003/vizyon_sayi_9.pdf (Aralık 2003)

⁷² Mustafa Akgül; “Türkiye İnternetinin ve İnternet Üst Kurulunun Kısa Tarihi”, <http://dergi.emo.org.tr/altindex.php?sayi=409&yazi=161> (Mart 2004)

⁷³ “İnternet nedir? Türkiye’de İnternet”; <http://www.eng.bahcesehir.edu.tr/css/bolum2/bolum2.html> (Şubat 2004)

(TÜBİTAK) tarafından desteklenmiştir. ODTÜ ve TÜBİTAK yeni ağ teknolojilerinin kullanılması gerektiği öngörüsü ile “TR-NET (Türkiye İnternet Proje Grubu)” adında ortak bir proje başlatmışlardır. Devlet Planlama Teşkilatı’nın da desteklediği TR-NET projesi, 1991 yılında başladı. 1990 yılında TÜVAKA’nın NAD-TR çalışma grubu, alan adlarının “.com.tr”, “.edu.tr”, “.org.tr”, “.gov.tr” olarak bölünmesi ilkesini benimsedi. 1992 yılında, ODTÜ, TR-NET projesinin TR delegasyonunu, IANA’dan aldı. Yapılan çalışmalar sonucunda, 12 Nisan 1993 tarihinde 64 Kbps hızındaki ODTÜ-Washington(NSF) hattı kullanıma açılarak, internet bağlantısı başlatılmıştır. Aynı yıl, Ege Üniversitesi de, TÜVAKA kapsamında kullanılan ‘64 Kbps’ hızındaki uluslararası hat üzerinden Bonn bağlantılı internet hizmetini kullanıma açmıştır. Ardından sırayla, 1995 Ekim ayında Bilkent Üniversitesi, 1995 Kasım ayında Boğaziçi Üniversitesi ve 1996 Şubat ayında İstanbul Teknik Üniversitesinin bağlantıları gerçekleştirilmiştir. ODTÜ-TÜBİTAK bağlantısının, Bilkent Üniversitesi, Yıldız Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesinin katılımı ile TCP/IP protokolünü kullanan bir ağa dönüşmesi de aynı dönemde gerçekleştirilmiştir. 1996 yılında, TÜVAKA, faaliyetlerine son vermiştir. TÜVAKA kapandığı zaman 30 üyesi vardı. 1996 yılı Ağustos ayında TURNET çalışmaya başlamıştır. 1997 yılına gelindiğinde ise, üniversitelerin ve araştırma-geliştirme kurumlarının, uluslararası ve ulusal düzeyde, bilgi kaynaklarına elektronik ortamda ve hızla erişebilmelerine imkan sağlama amacıyla Ulusal Akademik Kurumları Ağı (ULAKNET) çalışmaya başlamıştır.

TURNET ile verilen hizmetlerin hızla artan internet kullanımı karşısında yetersiz kalması, yeni arayışlara yönelmesine neden oldu. TURNET’in yerine yeni bir omurganın TTNET adı ile 1998 yılında kurulması çalışmaları başlatıldı ve faaliyete geçti. Başlangıçta akademik ağırlıklı olarak oluşan internet, kısa zamanda diğer sektörlerde de yaygınlaştı.

1990 yılında ODTÜ, ABD’de Ulusal Bilim Vakfı (NSF) ile yaptığı sözleşme ile alan adlarını dağıtan Network Solutions Inc (NSI) tarafından işletilen kayıt kurumu InterNIC (Internet Network Information Center)’e kayıt olmuştur. Türkiye, 1990 yılında TÜVAKA tarafından alınan karar doğrultusunda “ikinci düzey alt alan adı modeli”ni benimsemiştir. ODTÜ, InterNIC’e kayıt olduğu 1990 yılından itibaren “tr” birinci derece alan ismi ve onun altında yer alan ikinci derece alan isimlerinin yönetimi ve

koordinasyonundan sorumludur. Her bir TLD'nin kendi idari sorumlusu vardır. Eğer bir TLD altında doğrudan alan adı tahsisinin yapılması isteniyorsa, o zaman TLD idari sorumlusuna başvurmak gerekmektedir. Bu idari sorumlu gTLD'ler için ICANN tarafından akredite edilmiş herhangi bir kayıt kurumu; ccTLD'ler için ise ülkelerin kendi idari sorumlularıdır. Türkiye için ccTLD alan ismi tahsisinin idari sorumlusu ODTÜ'dür.⁷⁴

2.5.1.2. ODTÜ Alan Adları Politikası, İşleyiş ve Kurallar⁷⁵

InterNIC'e kayıt olduğu 1990 yılından beri "tr" üst düzen alan adı ve onun altında yer alan ikinci seviye alan adlarının yönetimi ve koordinasyonunu sürdüren ODTÜ başlangıçta, Dünya'daki gelişmelere paralel şekilde, alan adı kayıtlarını ücretsiz yapıyordu. Ancak 14 Eylül 1995 tarihinde NSF'nin de izniyle InterNIC kayıt kurumunun alan adı kayıtları için ücretli sisteme geçmesiyle birlikte, ODTÜ'de 1996'dan itibaren, ABD'deki uygulamaya paralel olarak alan adı kayıtlarından "30 dolar" ile "50 dolar" tutarında ücret almaya başladı.⁷⁶ Ve alan adı tahsis yöntemine ilişkin kurallar belirlemeye başladı. ODTÜ DNS (Domain Name System), en baştan beri alan adı kayıtlarında Dünya'da yaşanan alan adı ihtilaflarının yaşanmaması için sıkı kayıt politikaları uyguladı. Haksız rekabete yol açacağı için jenerik alan adları olarak nitelendirdiği herhangi bir sektörü ya da bir sektörün bir kısmını tanımlayan ve başvuru sahibine doğrudan ve/veya dolaylı haksız kazanç sağlayabilen isimleri alan adları olarak tescil etmedi. Ayrıca çeşitli ikinci düzey alan adları için bir takım belgelerin ibrazı şartıyla alan adları kaydını yaptı. Ayrıca daha sonra alan adı kayıtlarının diğer ülkelere kıyasla daha geride olması nedeniyle alan adı kayıt ücretlerinde de makul bir ücret seviyesi belirlendi.

"tr" Alan Adı Yönetimi tarafından tahsisi yapılan ikinci düzey alan adlarının listesi aşağıdaki gibidir:

⁷⁴ <https://www.nic.tr/>

⁷⁵ <https://www.nic.tr>

⁷⁶ <http://dns.metu.edu.tr/v21.html>

Tablo 2.6. ODTÜ Alan Adları Sistemi

gTLD Alt alan adı	Başvuru sırasında Belge	Onay	Amaç	1 yıllık ücret (milyon-TL.)	5 yıllık ücret (milyon-TL.)
.com.tr	Var	Var	Ticari özel ve tüzel kişilikler için alt alan adı	25	100
.net.tr	Var	Var	İnternet üzerinde erişim hizmeti, internet üzerinden web, portal, tarama, e-posta vb. geniş ölçekli hizmetler ve uygulama servisi sağlayıcılığı hizmetleri veren kurum ve oluşumlar için alt alan adı	25	100
.info.tr	Var	Var	Ticari özel ve tüzel kişilikler için alt alan adı	25	100
.biz.tr	Var	Var	Ticari özel ve tüzel kişilikler için alt alan adı	25	100
.org.tr	Var	Var	Vakıf, dernek, sivil toplum örgütü vb. kuruluşlar ve oluşumlar için alt alan adı	15	60
.gov.tr	Var	Var	T.C. Devlet kurum ve kuruluşları için alt alan adı	5	25
.bel.tr	Var	Var	T.C. İl, ilçe ve belde belediye teşkilatları için alt alan adı	5	25
.pol.tr	Var	Var	T.C. Emniyet Teşkilatı için alt alan adı	5	25
.mil.tr	Var	Var	T.C. Askeri kurum ve kuruluşları için alt alan adı	5	25
.k12.tr	Var	Var	T.C. MEB'ce onaylanmış ilköğretim ve liseler için alt alan adı	5	25
.edu.tr	Var	Var	T.C. YÖK'ce onaylanmış yüksek öğretim kurumları için alt alan adı	5	25
.av.tr	Var	Var	Serbest avukatlar, hukuk büroları ve avukatlık ortaklıkları için alt alan adı	15	60
.web.tr	Yok	Yok	Kişisel ve kurumsal başvurunun (genel) yapılabildiği ve "ilk gelen ilk alır" ve "alan adı-kışi/kuruluş adı ilişkisi aranmaz" ilkeleri ile ad tahsisi yapılan alt alan adı	15	60
.gen.tr	Yok	Yok	Kişisel ve kurumsal başvurunun (genel) yapılabildiği ve "ilk gelen ilk alır" ve "alan adı-kışi/kuruluş adı ilişkisi aranmaz" ilkeleri ile ad tahsisi yapılan alt alan adı	15	60

..bbs.tr	Yok	Yok	BBS (Bulletin Board System) hizmeti veren kuruluşlar ve oluşumlar için alt alan adı	15	60
.name.tr	Yok	Yok	T.C. Vatandaşları ile Türkiye'de yaşayan yabancı uyruklu kişilerin kişisel kullanımı için alt alan adı	5	25
.tel.tr	Yok	Yok	Türkiye'de yaşayan kişiler ile faaliyet gösteren kuruluşların, Türkiye'de kullandıkları her türlü telefon numarası ile bağlantılı olarak tahsis edilebilen alt alan adı	5	25

Başvurular <http://www.nic.tr> adresinden çevrimiçi (online) olarak yapılır. Alan adı işlemleri kullanılan bir sorumlu kodu (nic-handle) yardımıyla parola kullanılarak yapılmaktadır. Yapılan her başvuru bir takip numarası verilerek takip edilir. Çevrimiçi başvurudan sonra en geç 15 gün içinde gerekli olan belgeler posta yoluyla gönderilir. Alan adı ile ilgili gerekli bilgiler e-posta yoluyla ilgili sorumlulara bildirilir.

ODTÜ, 1996 yılından itibaren uygulamaya koyduğu ilkelerle alan adları taleplerinin hızlı, düzenli ve eşitlik ilkesi ile değerlendirilmesini esas almış ve bu çerçevede bazı yöntem ve kurallar belirlemiştir. ODTÜ Alan Adı Yönetimi, alan adını T.C. kamu ortak malı olarak nitelendirmiştir. Ayrıca ICANN'ın tavsiyesine uygun olarak alan adı başvurusu ile ilgili bilgiler kamuya açık tutulacaktır. ODTÜ alan adları ile ilgili olarak ayrıca şu ilkeleri de kabul etmiştir:⁷⁷

- 1- Alan adı başvurularında, ulusal örf ve adetlere, kültürel değerlere, genel ahlak kurallarına uygunluk aranır. Alan adlarının tamamı ya da bir kısmı hakaret, küfür, çirkin tanımlama vb. ifadeler içeremez.
- 2- Talep edilen alan adları en az iki karakter boyunda olmalıdır. Alan adlarının uzunluğu konusunda pratik bir üst sınır olmamakla birlikte, kolay okunabilir ve kullanılabilir bir uzunlukta olması önerilmektedir. Alan adlarında küçük harf, büyük harf olmadığı için sadece İngilizce alfabede bulunan küçük harfler ve rakamlar ile tire ("") işareti kullanılabilir.

⁷⁷ www.nic.tr/politikalar

- 3- Kişilerin itiraz hakkının sözkonusu olduğu durumlarda alan adı tahsislerinde, tahsis edilen alan adı itiraza olanak tanınması için kamuya duyurulmak amacıyla ‘6 ay’ süre ile Alan Adları Yönetimi web sayfasında⁷⁸ yer alan itiraz askısında ilan edilir. Bir alan adının itiraz askısına çıkarılma nedenleri şunlardır:
- a- Tahsisi, koşullu yani sonradan iptal edilebilir notu ile birlikte yapılan alan adları
 - İki şirket adına ortak alan adı tahsisi,
 - Marka tescil başvurusu ile tahsis edilenler,
 - Kısaltmalar,
 - Tescilindeki sözcüklerin yabancı dildeki karşılıklarını içerenler,
 - b- Meslek odalarına kayıtlı olanların yaptıkları başvurular
 - c- Kitap gibi süresiz yayınlar
 - d- Birden fazla sözcük içeren markanın bir kısmını alan adı içinde barındıran alan adları,
- 4- Her türlü tahsis edilmiş alan adına itiraz süresi ‘6 ay’dır.
- 5- Yerleşim birimlerinin isimleri (İzmir, Pamukkale, Bodrum, Kayseri vb.) özel kurallarla tahsis edilmektedir. Bu kurallara göre yerleşim birimleri isimleri;
- a- “.gov.tr” ikinci düzey alt alan adı olarak valiliklere ve kaymakamlıklara,
 - b- “.bel.tr” ikinci düzey alt alan adı olarak belediyelere,
 - c- “.pol.tr” ikinci düzey alt alan adı olarak emniyet teşkilatına,
 - d- “.com.tr” ikinci düzey alt alan adı olarak –sadece il adları için ve ilin tanıtımına yönelik kapsamlı portal hizmeti vermek koşulu ile belediyelere verilir.
- 6- Ayrıca alan adı tahsis edilen birey ya da kuruluşun belirtilen hükümlere aykırı davrandığı belirlendiğinde, mahkemeler tarafından kullanımına izin verilmeyen alan adları, alan adı tahsis edilen kurumun fiilen veya hukuken ortadan kalkması halinde, alan adı ücretlerinin ödenmemesi durumunda, itiraz üzerine itirazın kabul edilmesi üzerine alan adları silinir ve ‘2 ay’ süre ile Web sayfasında ilan edilir.
- 7- “.com.tr”, “.info.tr” ve “.biz.tr” alt alan adları, ticari faaliyet gösteren kişi ve kuruluşların belge karşılığı alabildiği alt alan adlarıdır. Talep edilen alan adı,

⁷⁸ <https://www.nic.tr/>

talebi yapan ilgilinin ticaret unvanı veya tescilli markası ile ilişkili olmalıdır. Bu alt alan adları ile ilgili başvularda şu belgeler aranarak tescil yapılır:

- Ticaret odasından alınmış olan “Faaliyet Belgesi”, “Ticaret Sicil Belgesi”, “Oda Sicil Kayıt Sureti”, Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi’nde yayınlanmış olan Ticaret Unvanı ilanı,
- Türk Patent Enstitüsü’nden alınmış “Marka Tescil Belgesi” ya da Marka Tescil Başvurusu
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Odası’ndan alınmış olan “Sicil Tasdiknamesi”
- İlgili yerleşim birimine ait portal oluşturmak için başvuran belediyeler için belediye başkanı imzalı talep yazısı
- Otel ve tatil köyleri için, Turizm Bakanlığı’ndan alınmış “Turizm İşletmesi Belgesi”
- Seyahat acenteleri için, Turizm Bakanlığı’ndan alınmış “Seyahat Acentesi İşletmesi Belgesi”
- Dershaneler için, Milli Eğitim Bakanlığı “Özel Eğitim Kurumları Ruhsatnamesi”
- Televizyon programları için, Kültür Bakanlığı’ndan alınmış “Televizyon Gösterim Belgesi”
- Film adları için, Kültür Bakanlığı Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü’nden alınmış İzin Belgesi
- Sanatçılar için bağlı bulundukları meslek birliği, dernek ya da odadan alınmış üye kayıt belgesi
- Özel hastaneler için, Sağlık Bakanlığı’ndan alınmış “Özel Hastane Açılış ve Mesul Müdürlük Ruhsatı”
- İrtibat büroları için, Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü’nden alınmış “İrtibat Bürosu Açılış Belgesi”
- Yurtdışı bir kuruluşun Türkiye distribütörlüğünü ya da temsilciliğini yapan kuruluşlar için, başvurulmuş alan adına ait ilgili yurtdışı kuruluşun tescil belgesi gerekmektedir.
- Radyo ve televizyonlar için, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’ndan alınmış frekans tahsisini bildiren resmi yazı

- Dergi ve gazeteler için “derginin/gazeteninin aslı” ve “Mevkute Beyannamesi Alındı Belgesi”
- Süresiz yayınlar için yayının aslı
- İlaç isimleri için, “Tıbbi Müstahzarlar Ruhsatnamesi”
- Çiftlikler için, bağlı bulunduğu Ziraat Odası’ndan alınacak kayıt belgesi
- Gemiler için, “Türkiye Cumhuriyeti Gemi Tasdiknamesi”

Ayrıca ODTÜ 2003 yılı Haziran ayında aldığı karar ile “türkiye”, “ataturk”, “türk” adları haricindeki jenerik adları noter huzurunda yaptığı çekilişle dağıtmaya başladı. 7 Mayıs 2003 tarihinde yapılan çekilişle bundan böyle jenerik ad olarak bilinen cins ve mesleklerin genel isimleri de “com.tr” ikinci derece alt alan adı altında kullanılabilecek.

2.5.1.3. “İnternet Üst Kurulu” ve “DNS Çalışma Grubu”

Ülkemizde İnternet politikalarını belirleyecek ve uygulayacak bir kurum, kuruluş, oluşum vb.nin olmaması ve İnternet ve alan adları ile ilgili sorunları çözecek bir mekanizmanın eksikliği nedeni ile ulusal düzeyde bir otoriteye ihtiyaç duyulmuştur. 17 Aralık 1997’de düzenlenen “İnet-tr” 3. İnternet Konferansında konu üzerinde durulmuş ve Ulaştırma Bakanlığına bağlı bir “İnternet Üst Kurulu” oluşturulmasına karar verilmiştir.⁷⁹ 3348 sayılı Ulaştırma Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanuna, 4502 sayılı kanunun 22.maddesi ile eklenen ek birinci maddesi ile “Bakanlık, teknolojinin getirdiği yeni ulaştırma ve haberleşme hizmetleri ile ilgili olarak oluşturulacak politikaların tespitinde Bakanlık dışından tecrübeli ve yetişkin kişi ve kuruluş temsilcilerinin katıldığı geçici danışma kurulları kurabilir.” hükmü getirilmiştir. Bu hükme dayanılarak Ocak 1998’de “Ulaştırma Bakanlığı İnternet Kurulu” oluşturulmuştur. İnternet Kurulunun ana işlevi Ulaştırma Bakanlığı’na danışmanlık olmak üzere; Türkiye’de İnternet’in altyapıdan başlayarak tüm boyutları ile kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerini belirlemek, bu hedeflere erişmek için gerekli stratejik ve taktik ulusal kararların alınması ve uygulanması sürecinde danışmanlık görevini yürütmek, uygulamada gözlenen aksaklıkları belirlemek ve giderilmesi için öneriler oluşturmak, konu ile ilgili birimler arasında eşgüdüm sağlamak, gelişme, yaygınlaştırma, hizmet üretimi konularında düzenleyici öneriler oluşturmak, ve uluslararası gelişmeleri

⁷⁹ “Türkiye İnterneti ve Kurulun Kısa Tarihi”; <http://www.ubak.gov.tr/kurul/> (Şubat 2004)

yakından izleyerek ülke çıkarlarını korumak olarak belirlenmiştir. İnternet Kurulu, Türkiye İnterneti'nin sağlıklı gelişebilmesi için gerekli olan çok sesli, katılımcı, şeffaf bir oluşum ile kamu kurum ve kuruluşları , alt yapı hizmeti veren kuruluşlar, servis/içerik sağlayıcılar, sivil toplum örgütleri, kullanıcılar ve teknoloji üreticisi kuruluş temsilcilerinden oluşturulmuştur. Kurul yılda en az 6 kez, Kurul Sekreterinin çağrısı üzerine toplanır.⁸⁰

İnternet Kurulu ilk toplantısını, 15 Ocak 1998'de yapmıştır. Kurul, gerekli gördüğü hallerde, toplantıya katılan üyelerin ½'sinin önerisi üzerine "Alt Çalışma Grupları" oluşturabilir. İnternet (Üst) Kurulu tarafından, ana işlevi Türkiye'deki Alan Adları (.tr Domain Names) konusunda politikaların ve işleyiş mekanizmalarının belirlenmesi ve izlenmesi, alan adları üzerindeki uzlaşmazlıkların çözümü için mekanizma önerileri oluştururulması, bu önerilerin Alan Adı Yönetimi'ne (ODTÜ) iletilmesi ve uygulamadaki koordinasyonun sağlanması olan bir "DNS Çalışma Kurulu" oluşturulmuştur.⁸¹ Temmuz 2000 tarihinde DNS Çalışma Grubunun Çalışma İlkeleri belirlenmiştir. Çalışma grubu iki haftada bir toplanmaktadır. Alan adları konusundaki kuralları gözden geçirmekte ve ilgili çevrelerin de görüşlerini alarak esnek bir yapı getirmeye çalışmaktadır. Grup ilk toplantısını 2 Kasım 2000 tarihinde yapmıştır. Grup, Türkiye'de internet alan adları ile ilgili çıkabilecek uyuşmazlıkları çözmek amacıyla uyuşmazlık çözüm mekanizması oluşturulması konusunda çalışmalarını sürdürmektedir.

2.6. Alan Adı Kayıt İstatistikleri

İnternetin yaşamın her alanına girmesiyle birlikte, tescil edilen alan adı sayıları da hızla artmaktadır. Tüm dünyada 2000-2002 döneminde tahsisli alan adlarının sayısı 17.4 milyondan 28.7 milyona yükselmiştir. Kayıt edilen alan adlarının büyük bir kısmı ".com" uzantılı alan adlarında olmaktadır. 2002 yılında kayıt edilen ".com" uzantılı gTLD toplamı "21.198.557" olmuştur. Buna karşılık, ".net" uzantılı gTLD toplamı "3.586.124", ".org" uzantılı gTLD toplamı "2.328.690" olmuştur.⁸²

⁸⁰ "İnternet Kurulu Çalışma İlkeleri, Mart 2001"; <http://kurul.ubak.gov.tr/m01.php> (Şubat 2004)

⁸¹ "DNS Çalışma Grubu"; <http://kurul.ubak.gov.tr/calgrup01.php> (Nisan 2004)

⁸² "Comparing Domain Name Administration in OECD Countries"; <http://www.oecd.org/dataoecd/46/38/2505946.pdf> (Mart 2004)

Tablo 2.7. Seçilmiş Ülkelerde Tescil edilen Alan Adları Sayısı⁸³

ÜLKE	cc Ülke Kodu	Alan Adı Kayıt Sayısı/2000	Alan Adı Kayıt Sayısı/2002	İnternet Kullanıcı Sayısı ⁸⁴
ABD	.us	..	269 233	186 494 767
İNGİLTERE	.uk	1 938 740	3 635 585	34 765 774
İSVİÇRE	.ch	262 822	456 539	4 462 416
HOLLANDA	.nl	532 596	748 510	10 806 328
ALMANYA	.de	1 732 994	5 666 269	44 842 759
İTALYA	.it	417 609	735 156	19 900 000
YUNANİSTAN	.gr	18 670	55 000	1 704 900
BELÇİKA	.be	32 709	206 989	3 769 123
POLONYA	.pl	56 708	150 812	8 800 000
KORE	.kr	494 074	479 643	29 220 000
YENİ ZELANDA	.nz	67 777	111 000	1 908 000
JAPONYA	.jp	190 709	482 644	57 200 000
MEKSİKA	.mx	49 947	71 590	10 033 000
gTLD	..	17 476 025	28 756 238	719 000 000 (⁸⁵)

Tablo 2.8. Türkiye’de tescil edilen Alan Adları Artış Seyri⁸⁶

Yıllar	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Alan Adları Sayısı	3 818	9 188	14 777	23 889	32 639	41 445	54 705	56 579

Türkiye’nin kayıt edilen alan adı sayısı olarak diğer ülkelere göre gerilerde kaldığı çok net olarak görülmektedir. Dünyadaki alan adları sayıları ile kıyaslandığında Türkiye ticari alan adı sayısı (.com.tr) ile dünya sıralamasında 33. sırada yer almaktadır. Bu sıralamada dikkat çekici bir nokta İngiltere, Almanya, Meksika gibi büyük ülkeler dışında Belçika, Hollanda, Yunanistan ve Polonya gibi hem nüfus hem de yüzölçümü olarak Türkiye’den çok küçük olan ülkelerin dahi Türkiye’den daha üst sıralarda yer almasıdır. Bu duruma sebep olarak, Türkiye’de alan adı kayıtlarını yapan ODTÜ’nün gereksiz yere alan adı kayıt işlemlerini uzatması ve sürekli belge karşılığı alan adı kaydı yapması gösterilmiştir. Hiçbir belge talep etmeden, online başvuru ile gTLD uzantılı alan adı almak çok daha kolay olmaktadır. Bu yüzden Türkiye’nin büyük maddi kayıplara uğradığı belirtilmektedir. Yapılan araştırmalara göre, yurtdışından alan ismi

⁸³ Alkan M, Canbay C; http://www.stradigma.com/turkce/eylul2003/vizyon_sayi_9.pdf (Aralık 2003)
; OECD Compiled from country and generic NICs, August 2002.

⁸⁴ “Statistics of Internet”, <http://www.internetworldstats.com> (Şubat 2004)

⁸⁵ Toplam İnternet Kullanıcı sayısı

⁸⁶ “tr. Alan Adları Yönetimi”; <https://www.nic.tr> (Şubat 2004)

satın alınması nedeni ile yurtdışına giden toplam ülke içi kaynağın 60 milyon dolar civarında olduğu tahmin edilmektedir.⁸⁷

Türkiye’de alan ismi alımında istenen bilgi, belgeler ve bürokratik engellemeler dolayısıyla internet kullanıcıları, alan isimlerini Türkiye’de alan ismi tahsisine yetkili organizasyon olan ODTÜ yerine diğer aracı firmalardan veya internetten doğrudan satın alma yolunu seçmişlerdir. Bu nedenle “.tr” uzantısız alan ismi sayısı her geçen gün artarken “.tr” uzantılı alan ismi tahsisinde aynı büyüme sağlanamamıştır. Ancak Türkiye’de internet kullanıcı sayısı nüfusun ancak % 6,5’u civarındadır.⁸⁸ İnternet kullanımı ve bununla bağlantılı olarak alan adları tescili, sadece uygulanan politikalarla değil, o ülkenin sosyo-ekonomik durumu ile de yakından ilgilidir. Ekim-Kasım 1997’de yapılan bir saha araştırmasında, Türkiye’de işyerlerinde bilgisayarı olanların oranı %11,3; işyerinde internet bağlantısı olanların oranı da %1,9 olarak ortaya çıkmıştır. Bilgisayara evlerde sahip olma oranı %6,5; evlerde internet bağlantısı olanların oranı ise %1,2 olarak ortaya çıkmıştır.⁸⁹ Dolayısıyla, kişi başına düşen Milli Gelir gibi ülkelerin refah düzeyinin göstergesi oranlarda, internet kullanımı ve alan adı tescillerinde belirleyici rol oynamaktadır.

Alan adı tahsislerinde ODTÜ’nün izlediği belgeye dayalı tescil sistemi, tüm Dünya’da internetin ticarileşmesi sonrası ortaya çıkan alan adları ihtilaflarını da büyük ölçüde önlemiştir. Bu açıdan bakıldığında, ODTÜ’nün uyguladığı sistemin faydalı olduğu da söylenebilir. Ancak, bu konuda hem internet kullanıcılarını özendirici hem alan adı ihtilaflarını ve hak kayıplarını önleyici bir orta yol bulunmalıdır. ODTÜ Alan Adları Politikasında 2003 değişiklikleri ile hiçbir belge talep etmeden alınabilecek alt alan adı sayısı beşe çıkarılmıştır.⁹⁰ Ayrıca alan adı ücretleri de makul bir seviyeye çekilmiştir.

⁸⁷ Tekin Memiş, “Alan Adları ve TR. Alan Adı Politikalarına Eleştirel Bir Yaklaşım”, İnternet Hukuku Konferansı ve Çalışma Atölyesi, 9 Haziran 2003, İstanbul

⁸⁸ “Statistics of Internet”; <http://www.internetworldstats.com> (Şubat 2004)

⁸⁹ “Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Anaplanı Sonuç Raporu”, TUENA, Ekim 1999, s.11

⁹⁰ “tr Alan Adı Yönetimi”; www.nic.tr (Bu beş alt alan adı .web.tr, .gen.tr, .bbs.tr, .name.tr, .tel.tr)

BÖLÜM 3

INTERNET ALAN ADLARININ KORUNMASI

3.1. Genel Olarak

1991 yılının Mart ayında Ulusal Bilim Kurumunun internetin ticari kullanımına izin vermesi ile internet kullanıcı sayısı hızla arttı. Bu gelişmelerle kullanıcı sayısı 1993'ten 1996'ya kadar olan sürede iki katı kadar artarak 34 milyona çıktı.¹ İnternetin hızlı gelişimi sonraki yıllarda da artarak 2003 yılında kullanıcı sayısı 720 milyona çıktı. İnternet insanlığın yıllar boyu alışık olduğu modellerle yaklaştığı, bilgi edinme, eğitilme, eğlenme, ticaret yapma, alışveriş etme, finansal işlem yapma ve bunlara benzer, kapsamı her gün genişleyen kategorilerde paradigma değişikliği getirmiştir² Paradigma değişikliği ile birlikte internet kullanıcılarının oluşturduğu yepyeni bir faaliyet alanı olarak 'siber uzay' oluşmuştur. İnternetin ticari kullanımı ile birlikte bireyler, firmalar, ulusal ve uluslararası kuruluşlar da sözkonusu değişime ilgisiz kalmamışlar ve "alan adları" almak suretiyle kendilerini bu sonsuz paylaşım evreninde temsil ettirmeye başlamışlardır. İnternet alan adları sayısı da bu gelişmeye paralel olarak hızlı bir artış seyri izlemiştir. 2000 yılında 17 milyon olan toplam kayıtlı alan adı sayısı, 2002 yılında 28 milyona yükselmiştir. Siber uzayda ticaret de gelişmelerden nasibini almış ve e-ticaret hacmi, 1998'de 50 milyar dolara, 2000 yılında 430 milyar dolara, 2003 yılında ise 3.6 trilyon dolara fırlamıştır. Bu rakamın 2005 yılında 8.5 trilyon doları bulması beklenmektedir.³ Bu gelişmeler, firmaları internet ortamında kendilerini temsil ettirmek için daha istekli hale getirirken, daha önce benzeri görülmemiş firma türleri de

¹ Science&Engineering Indicators, "Number of World Wide Users", <http://www.nsf.gov/sbe/srs/seind98/c8/fig08-03.htm> (Şubat 2004)

² Sait Güran, Teoman Akunal; Köksal Bayraktar ve Diğerleri; *İnternet ve Hukuk, Superonline Workshop Metni*, İstanbul 2000.

³ Tom Mc Call, "World Wide Business", http://www4.gartner.com/5_about/press_room/pr20010313a.html (Şubat 2004)

alan adları almak suretiyle internet ortamında faaliyette bulunmaya başlamışlardır. Bütün bu gelişmeler sonucu, alan adını sadece “adres” olarak değerlendiren anlayış geride kalmıştır. Çünkü, zamanla alan adları ile ilgili iki önemli gelişme olmuştur. Bunlardan birincisi, sözkonusu adların fikri mülkiyet hukukundaki “işaret”in veya “tanıtma vasıtası”nın anlamını yüklenip bir malvarlığı değeri kazanmalarındır. İkincisi, bir alan adının, adın sahibinin korunan işaretinden (markası, ticaret unvanı, işletme adı gibi) veya işaretinin bir parçasından oluşması halinin hukuk tarafından dikkate alınmaya başlamasıdır.⁴

İnternet alan adlarının bu anlamda büyük bir reklam ve pazar gücüne sahip olduğu kuşkusuzdur. Bugün internette temsil edilmeyen, web sitesi olmayan kuruluşları düşünmek imkansız hale gelmiştir. Tüketiciler, daha doğrusu internet kullanıcıları da bu düşünce ile hareket etmektedirler. Zira bir şirket veya ürün hakkında bilgi almak, bir hizmetten yararlanmak isteyen kullanıcı bilgisayarında internet tarayıcısının adres kısmına, ilgili ürün veya hizmet markasını vermekte, bu şekilde bilgi ve hizmete ulaşmayı amaçlamaktadır. İnternet kullanıcısı nazarında marka sahibi ve alan adı ile ulaşılan sitenin sahibi aynı kişi, şirket veya kuruluştur. Böylece internet kullanıcısı bakımından alan adının işlevi, şirket, kurum, organizasyon veya bireylerin internet ortamındaki hem isim hem de adresleri olarak nitelendirilebilir.

İnternet alan adları sisteminin ilk zamanlarında Network Solutions Inc (NSI), alan adlarını “first-come-first served, İlk gelen-ilk alır” kuralına dayalı olarak dağıtmıştır. 1998 sonlarında ICANN’ın kurulması ile alan adları sisteminin yönetimi el değiştirmiş ancak bu değişikliğe rağmen alan adlarının dağıtımındaki “first-come, first served” kuralı temel kayıt yöntemi olarak varlığını korumuştur. Bu alandaki düzenleme eksikliği, düşük alan adı kayıt ücretleri ile birleşince, bazı insanları bu alandaki boşlukları değerlendirmeye itmiştir. Tanınmış ve meşhur markaları, ünlü kişilerin adlarını kendi adlarına daha önce tescil ettiren kişiler, bu yolla kısa yoldan vurgunlar yapmak istemişlerdir. Bu girişim ortaya “cybersquatting”⁵ kavramını ortaya çıkarmıştır.

⁴ Ünal Tekinalp, *Fikri Mülkiyet Hukuku*, İstanbul 2002. s.23

⁵ “cyber” kelimesi “cyber-space” kavramından esinlenilerek kullanılmaya başlanmıştır. Siber Uzay (*Cyberspace*) kavramı ilk defa bilim kurgu yazarı William Gibson tarafından “*Neuromancer*” isimli kitabında kullanılmıştır. Bkz. William Gibson, *Neuromancer*, Grafton Books, Collins Publishing Group, London 1984, sf. 8 (Türkçe çevirisi için bkz. William Gibson, *Neuromancer*, Çev. Melike Altıntaş, Sarmal Yayınevi, 1998). Siber Uzay (*Cyberspace*) elektromanyetik güdülerden oluşan sanal bir ortamın özet tanımlamasıdır. Daha açık olarak Siber Uzay

“Cybersquatting” çeşitli görünümde ortaya çıkmaktadır.⁶ Klasik cybersquatting yöntemi, ünlü markaları kendi adına alan adı olarak tescil ettirip, daha sonra alan adını marka sahibine yüklü meblağlar karşılığı satma karşılığı kullanılmaktadır. Buna benzer bir yöntem de yine markalarla bağlantılı olarak bir alan adını tescil ettirerek, internet kullanıcılarını bu karışıklıktan faydalanarak kendi sitesine yönlendirmeye dayalı olarak yapılan “cyberpiracy” denilen “siber-korsanlık” halidir. “Cybersquatting” halinin diğer bir şekli, “typo-squatting” denilen tanınmış markalara benzer adları, alan adı olarak tescil ettirmek suretiyle internet kullanıcılarının yaptıkları harf yanlışlıklarından yararlanarak internet kullanıcılarını kendi adresine çekmesi halidir. Son olarak, yine “cybersquatting” halinin bir şekli olarak ortaya çıkan, bazı bilinen markalarla aynı ya da benzer adları alan adı olarak tescil ettiren fakat alan adını hiçbir şekilde kullanmayan ve “pseudo-cybersquatters-uyanık siber korsanlar” olarak bilinen “pasif stokçular”ın faaliyetleri sözkonusudur. Bu kişiler alan adını tescil ettirirler fakat bunu web sitesi olarak kullanıma sunmazlar, kimseye alan adını satmayı teklif etmezler ve çoğunlukla bu kişilerle irtibata geçmek de güçtür. Bir de ünlü kişilerin adlarını alan adı olarak tescil ettirerek, daha sonra bu alan adını yüksek meblağlarla asıl hak sahibine satma hesaplarıyla alan adı tescil ettirenlerin durumu vardır ki buna da “domain grabbing” denmektedir. “Domainhandel” denilen domain ticaretinde ise, bir kişi veya kuruluş kendince alan ismi olmaya elverişli ve ifade gücü yüksek olan cins ve meslek isimlerini kendi adlarına tescil ettirip daha sonra da ilgilenen kişilere bunları satma veya kiralamaya çalışmaları hali vardır. Bu hususun da haksız rekabete yol açtığı nedeniyle yasal olmadığı tartışmalarına rağmen⁷, Almanya’da bu tür domain ticaretinin, üçüncü kişilerin haklarına tecavüz teşkil etmediği müddetçe caiz olduğu görüşü yaygındır.⁸

Yapılan bir araştırmaya göre,⁹ İnternet kullanıcılarının % 81’i internette herhangi bir web sitesini ararken “arama motorlarını”¹⁰ kullanmaktadır. Kullanıcıların % 41’i ise,

(Cyberspace) bilginin elektromanyetik formda oluşturulması ile başlayıp dünyanın dört bir yanını kuşatan çeşitli sistemler vasıtasıyla (örneğin ağ sistemleri, telefon hatları ve uyduar gibi) bilgiye erişimin sağlandığı sanal ortamın bütünüdür. “Cyber” eki aynı türdeki başka kelimelere eklenmek suretiyle internet ile bağlantılı kavramları belirtmek için kullanılmaktadır.

⁶ John G. White, ‘ICANN’s Uniform Dispute Resolution Policy in Action’

<http://www.law.berkeley.edu/institutes/bclt/pubs/annrev/exmp.html> (Mart 2004)

⁷ Tekin Memiş “İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar” Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt: IV, Sayı: 1-2, Erzincan-2000

⁸ Savaş Bozbel, “Domain Names (İnternet Alan Adları) ve ICANN-Tahkim Usulü”, Prof. Dr. Ömer Teoman’a 55. Yaşgünü Armağanı Cilt 1, İstanbul 2002, s.222

⁹ ‘International Online Marketing to Increase Your Web Traffic’, <http://www.global-reach.biz/eng/1/intro.php3> (Aralık 2003)

aradıkları kişi, kuruluş veya markanın adına göre tahmini olarak alan adını yazarak ilgili siteye gitme yolunu denemektedir. Dolayısıyla internet alan adı sahiplerinin sözkonusu durumlarda hak kayıplarının olmaması için alan adlarının da korunması zarureti ortaya çıkmaktadır. Ancak alan adlarının korunabilmesi için, öncelikle alan adlarının, kendisi gibi ayırt edici ad ve işaretlerden olan diğer haklara (markalar, ticaret unvanları, işletme adları), kişi adlarına veya başka haklara tecavüz halinin olmaması gerekmektedir. Çünkü bu durumlarda mevcut durumlarda üstün hakkı olan tarafın, bu alan adını kullanma menfaatinin daha yüksek olduğu kabul edilecek ve kendi üstün hakkı ile bağlantılı olan alan adlarını kullanma hakkı olan tarafın alan adı da bu suretle korunmuş olacaktır.

3.2. Internet Alan Adlarının Hukuki Niteliği

3.2.1. Alan Adlarının ‘hak’ niteliğinde olmadığı görüşü

Alan adları teknik olarak internet ağına bağlı olan herhangi bilgisayarın adresi veya kodudur.¹¹ Alan adları, her bir bilgisayarı tanımlayan ve IP (Internet Protokol) adresi denilen rakamlardan oluşan bir sayı dizisidir. Alan adlarının teknik olarak telefon numaraları gibi birer sayıdan ibaret olduğunu savunan bu görüş sahiplerine göre alan adları herhangi bir hakka vücut vermez. Alman Doktrininde bu görüşü savunanların çıkış noktası 1955 yılında Alman Federal Mahkemesinin “Hamburger Kinderstube Kararı”¹² olarak bilinen kararında belirtilen görüşlerdir. Bu kararda mahkeme “telgrafa esas adres ismi”nin korunmaya değer bir hak olup olmadığı görüşünü tartışmış ve “Telgraf Kararı” olarak da bilinen kararı ile telgrafa esas adres alelade bir adres olarak değerlendirilerek, korunmaya değer bulunmamıştır. Alman Mahkemeleri de verdiği bazı kararlarda¹³ alan adlarının teknik özelliğinden hareketle, birer sayı olarak değerlendirme yaparak, sayı ve adreslerin herkesin kullanımına açık olan işaretler olduğunu ve bunlardaki benzerliklerin bir iltibas tehlikesi oluşturmayacağı görüşüne varmışlardır. Oysa, Alman Federal Mahkemesi 1986 yılında verdiği bir başka kararında “uzaktan yazı

10 Arama motorları girilen “anahtar kelimeler” yardımıyla internet kullanıcılarının aradıkları siteleri bulmasını sağlayan internet siteleridir.

11 Keiko Pitter; Sara Amato; John Callahan ve Diğerleri; (Çev.: Tolga Ulus), Herkes için İnternet Rehberi, İstanbul 1995, s.5

12 Mustafa Fadıl Yıldırım, “Kişi İsimlerinin İnternette Alan İsmi Olarak Tescili Karşısında İsim Üzerindeki Hakkın Korunması” Prof. Aysel Çelikel’e Armağan, İstanbul 2001, s.1022

13 Yıldırım s.1020; LG Köln, 17.12.1996 www.onlie-recht.de/vorent.html?LGKoeln961217a ve www.onlie-recht.de/vorent.html?LGKoeln961217ab

bildirim işaretlerini” korunmaya değer bulmuştur. Diğer yandan telgrafa esas adres ile internet adresi olarak bilinen alan adları birbirlerinden farklıdır. Telgraf adresinde, muhataba ulaşmak için yazılan adres bir kolaylık sağlamasına rağmen alternatifi olan bir adrestir.¹⁴ İnternet adreslerinin ise alternatifi yoktur. Bir alan adından siber uzayda yalnızca bir tane vardır. Ayrıca, alan adlarının teknik yönünü esas alan görüş sahipleri alan adları ile IP adreslerini birbirlerine karıştırmaktadır. Alan adları sistemi, IP numaralarına dayanan ve fakat ondan farklı olan bir adlandırma sistemidir. Alan adları sistemi, 1980’lerin başlarında internet ortamında iletişimin daha sağlıklı ve kolay bir yapıya kavuşturulması amacıyla yapılan çalışmalar sonucu ortaya çıkmıştır. İnternet kullanımının hızla artması ve ticarileşmesi ile birlikte alan adları da internette firmaların, kişilerin kendilerine ulaşılabilmesi için kullandıkları ve genellikle kendi markaları, ticaret unvanları veya isimlerinden oluşan bir adlandırma sistemi olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla alan adlarını sadece “adres” olarak değerlendiren anlayış bugün artık geride kalmıştır.

3.2.2. Alan adlarının Fikri Mülkiyet Hukuku kapsamında “Ayırt Edici Ad ve İşaretlerden” olduğu görüşü

Geniş anlamda fikri mülkiyet hukuku kavramına dahil olan “ayırıcı ad ve işaretler” bir işletmenin sahibini, mal ve hizmetlerini, diğer işletmelerin sahiplerinden ve mal ve hizmetlerinden ayıran ad ve işaretlerdir. Fikri mülkiyet hukuku iki alt gruba ayrılabilir.¹⁵ Fikri ürün ve onun sahibinin korunmasını düzenleyen hukuk dalları ve “ayırıcı ad ve işaretler”den oluşur. Fikir ve sanat eserleri hukuku, patent ve faydalı modeller hukuku ve endüstriyel tasarımlar hukuku, fikri ürün temeline otururlar. Eser, buluş, faydalı model ve endüstriyel tasarım yaratıcı aklın ve çabanın yani fikrin ürünleridir. Fikri ürün bu hukukların ortak paydasıdır. Marka, coğrafi işaret, ticaret unvanı ve işletme adı fikri ürün değildirler ancak bunlar ayırt edici niteliğe sahip olan ve geniş anlamda fikri mülkiyet kavramına dahil olan işaret ve adlardır. Bunların ortak paydası ise ayırt edici karakteri haiz olmalarıdır.

¹⁴ Yıldırım, s.1022

¹⁵ Tekinalp, s.4

‘Fikri mülkiyet’ ile “fikri ve sınai mülkiyet” ve hatta bazen tercih edilen “fikri, sınai ve ticari mülkiyet” terimleri arasında fark yoktur. Temelini 1883 tarihli ‘sınai mülkiyetin’ korunmasına mahsus Paris Sözleşmesi ile 1886 tarihli Edebi ve Artistik Eserlerin korunmasına dair Bern Sözleşmesinde ayrımını bulan, “fikri ve sınai mülkiyet” terimini tercih edip bu terimin “fikri mülkiyet” kısmının fikir ve sanat eserlerini, yani eski deyimi ile telif haklarını ifade ettiği, buna karşılık patentlerin, markaların, ticaret unvanları ile diğer ad ve işaretlerin “sınai mülkiyet” bölümünün içine girdiği görüşü ağırlığını yitirmektedir.¹⁶ Çünkü, sadece fikir ve sanat eserlerinde değil, patentler, faydalı modeller ve endüstriyel tasarımlarda da “fikri ürün” sözkonusudur; bunlar da fikrin, yaratıcı faaliyetin sonuçlarıdır. Diğer yandan, fikir ve sanat eserleri alanı da sanayileşmiş, bu eserler de sınai mahiyet kazanmışlardır. Markalar, ticaret unvanları, işletme adları ve alan adları ise fikri ürün niteliğinde olmasalar da birer “sınai hak” olarak geniş anlamda fikri mülkiyet hukukunun kapsamındadırlar.

Fikri mülkiyetin konusu üzerindeki hakkın numerus clausus (sınırlı sayıda) olduğuna ilişkin anlayış etkisini yitirmiştir. Alman hukukunda malvarlıksal hakların haksız fiillere karşı korunmalarına olanak sağlayan, Alm MK &823(1)’deki “diğer haklar” ibaresi numerus clausus’un aşıldığını gösterir.¹⁷ Türk Ticaret Kanunu (TK) haksız rekabete ilişkin halleri düzenleyen m.57, b.5’deki, cins ve niteliği belirtilmemiş “işaret”, “tanıtma vasıtaları” ibareleri zaten ayırt edici ad ve işaretler yönünden numerus clausus’a engeldir. Kanun “işaret” ve “tanıtma vasıtası” ibarelerini herhangi bir cinse ve niteliğe yollama yapmadan genel olarak ve her türlü gelişmeye açık olarak ifade etmiştir. Bu ibare ile her türlü –ismen anılmayan- işaret ve tanıtma vasıtasının malvarlığı değeri olduğu vurgulanmaktadır. Çünkü, bu hüküm her türlü işaret ve tanıtma vasıtalarını korumaktadır. TK m.57, b.5 bir anlamda Alm. MK&823(1)’deki “diğer haklar” ibaresine benzemektedir. Anılan hüküm uyarınca, bir kimse başkasının hayatına, bedenine, sağlığına, özgürlüğüne, mülkiyetine ve diğer haklarına, kasten veya ihmali ile hukuka aykırı olarak zarar verirse, bunu tazmin ile yükümlüdür. Fezer, haksız fiilin hukuki temelini koruyan bu hükümde “diğer haklar” ibaresi içine kanunlarda belirlenip, isimlendirilmemiş hakların ve bu arada da alan adlarının girdiğini belirtir ve alan adlarının sui generis (kendine özgü) nitelik taşıyıp bu hükme göre korunduklarını

¹⁶ Tekinalp, s.1 vd.

¹⁷ Tekinalp, s.4

belirtir. Alman hükmü ile TK. M.57.b5 arasında anlayış ve yaklaşım özdeşliği vardır.¹⁸ Zaten fikri ürünlerde de teknik gelişmeler böyle bir sınırlamaya imkan tanımaz. Markalar Hukuku da temelde numerus clausus ilkesini kabul etmemiştir. Türk Markalar Hukukunu düzenleyen 556 sayılı Markaların Korunması Hakkındaki KHK'nin 8.maddesinin 5. fıkrasında geçen "Tescil için başvurusu yapılmış markanın, başkasına ait kişi ismi, fotoğrafı, telif hakkı veya herhangi bir sınai mülkiyet hakkını kapsamaması" ifadesi de numerus clausus ilkesinin benimsenmediğinin göstergesidir. Dolayısıyla Türk Hukukunda da alan adları TK m. 57, b.5 anlamında "işaret" ve "tanıtma vasıtası" olup, anılan hükümle korunurlar. Dolayısıyla diğer ayırt edici ad ve işaretler gibi soyutluk, eşya olmama ve soyutlaştığı eşyadan farklılık özelliklerine sahiptirler.

-Soyutluk: Ayırt edici ad veya işaret soyuttur. Alan adı olarak tescil edilen bir harfin veya kelimenin varlıkları yoktur.

-Eşya olmama: Ayırt edici ad veya işaret maddi bir varlığa sahip olmadığı için bir eşya da değildir. Alan adları üzerindeki hak sahibinin hakları sahibine verdiği yetkiler dolayısıyla mutlak hak niteliği taşır ve aynı haklara benzerler. Ancak alan adları eşya hukuku anlamında sahibine mülkiyet hakkı vermez.

-Somutlaştığı eşyadan farklılığı: Ayırt edici ad ve işaretler, üzerinde somutlaştığı (tecessüm ettiği) madde (eşya)'den farklıdır. Fikri ürünler de çoğu kez bir eşya üzerinde somutlaşırlar ancak fikri ürünün örneğin bir resmin tuval üzerinde somutlaşması onun soyutluk niteliğini ortadan kaldırmaz çünkü tuval üzerindeki resimde fikri hakkı tuval üzerindeki maddi varlığı olan boya değil, resim oluşturur. Alan adları da, teknik olarak rakamlara denk gelen her bir bilgisayarı veya internet sayfalarını tanımlamalarına rağmen üzerindeki somutlaştığı bilgisayardan farklı ve soyut bir varlığa sahiptirler. Alan adları bir fikri ürün değildir ancak ayırt edici niteliğe sahip haklardır.

¹⁸ Tekinalp, s.25.

Yabancı yargı kararlarında da, internet alan adlarının mal ve hizmet sunan kişi ve işletmelerin menşeiini gösterdiğinden hareketle bunların isim ve tanıtma vasıtası işlevi gören işaretler olduğu kabul edilmektedir.¹⁹

Alan isimlerinin korunması her ülkenin hukuk sistemlerinde farklı kanun ve hükümlerle sağlanmaktadır. Alman hukukunda alan isimleri öncelikle isimler ve şahsiyet hakları ile ilgili hükümlerle korunmaktadır. İsviçre, Hollanda, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde bu koruma, marka hukukunun hükümlerine göre sağlanmaktadır.²⁰

3.2.3. Internet Alan Adlarının Medeni Hukuk anlamında birer 'İsim' olduğu görüşü

İsim, bir kimseyi ferdileştirmeye ve diğer kişilerden ayırt etmeye yarayan kişisel değerlerdendir²¹. İsim, insanı toplum içinde devamlı olarak tanıtan ve onu bireysel bir varlık olarak belirten sözcüklerdir. İsim, öz ad ile soyadından, yani iki unsurdan meydana gelir. Soyadı, bir ailenin fertlerini birbirine bağlayan, diğer aile fertlerinden ayırt eden ve nesilden nesile geçen bir kelimedir. Her şahsın bir soyadının bulunması mecburidir. Soyadı resmidir, kati'idir ve değişmez. Ancak önemli nedenler olursa, hakim isim ile soyadı değiştirebilir. Öz ad ise, aynı ailenin fertlerini birbirinden ayırmaya yarayan bir kelimedir. Öz ad, kişinin doğumu ile değil, nüfus memurluğuna yapılan bir beyan ile kazanılır. Gerçek kişilerin ad ve soyadı olması bir zorunluluktur. 21.06.1934 tarih ve 2525 sayılı Soyadı Kanununun birinci maddesine göre "Her Türk. öz adından başka soyadını da taşımaya mecburdur." Aynı kanunun ikinci maddesi "Söyleyişte, yazışta, imzada öz ad önde, soyadı sonda kullanılır." demektedir. Yine Nüfus Kanunun 16. maddesinde "Her çocuğun doğum tutanağı; doğum bildirisi yapılan nüfus dairelerince adlı ve soyadlı olarak tutulur." ifadesi ile her gerçek kişinin ad ve soyadı kullanması mecburiyeti getirilmiştir.

¹⁹ Füsün Nomer, "İnternet Alan Adının (Domain Name) Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Unvanı gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar", Prof. Hayri Domaniç'e 80. Yaşgünü Armağanı, İstanbul 2001, s.401

²⁰ Memiş T., İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin; s.996.

²¹ Bilge Öztan, *Medeni Hukukun Temel Kavramları*, Ankara 2000, s. 270

Hukuk düzeninde gerçek kişilerin yanında tüzel kişiler de hak sujesi olarak kabul edilmişlerdir.²² Gerçek kişiler gibi tüzel kişilerinde bir ismi bulunur. Tüzel kişilerde ad ve soyadı söz konusu olmaz, ama onların da mutlaka bir isme sahip olmaları gerekir. Medeni Kanunun 58. maddesinde her derneğin bir tüzüğü olacağı belirtildikten sonra dernek tüzüğünde bulunması zorunlu olan unsurlar arasında “derneğin adı”nı da belirtmiştir.²³ Yine Vakıflarla ilgili 106.madde de vakıf senedinde vakfın adının da bulunacağı belirtilmiştir. Bu isimler şahsiyet hakkı kapsamında yer alır. Kişiler ve işletmeler ancak isimlerini kullanmak suretiyle toplumsal ve hukuksal ilişkilerde bulunabilir. İsimler, toplum nazarında ayırt ediciliği sağlarken, hukuki güvenliği sağlamada da büyük önem taşımaktadır.

Ticaret unvanı, tacirin, ticari işletmesine ilişkin işlemleri yaparken ve bu işlemlerle ilgili hukuki işlemlerde bulunurken kullandığı addır.(TK. m.41) Ticaret unvanı, gerçek veya tüzel kişiyi, ticari işletmenin sahibi olarak belirtir. İşletme adı ise, işletme sahibini hedef tutmaksızın doğrudan doğruya işletmeyi tanıtmak ve benzer işletmelerden ayırt etmek için kullanılan addır.(TK.m.55) Ticaret unvanı ve işletme adının korunması Ticaret Kanununda özel hükümle düzenlenmiştir. Ticaret Kanunun 54. maddesi ticaret unvanı ve işletme adlarının korunmasını düzenler. Ancak, ticaret unvanı ve işletme adı aynı zamanda Medeni Kanun anlamında birer isim olduklarından MK’nun 26. maddesinde düzenlenen adın korunması ile ilgili hüküm kapsamına sadece kişi adları değil, ticaret unvanı ve işletme adı da girer.²⁴

İnternette, ağ sistemlerinin birbirlerinden ayırtdilmesini ve bu ağ sistemleriyle iletişim kurulmasını sağlayan alan isimleri bulunmaktadır. Bunlar esasen sayılardan ibarettir, ama akılda tutulabilme kolaylığı bakımından kişi isimleri gibi isimler verilmektedir. Web sitesinin alan ismi, onun internetteki adresini ifade eder. Alan isminin de bir isim olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği doktrinde tartışılmıştır. Burada bir hukuk kişinin özelliklerini taşıyıp taşımadığı şüpheli olduğu için bilgisayarın bir hukuk sujesi olarak değerlendirilemeyeceği dolayısıyla ile de alan isminin, bir isim olarak kabul

²² Öztan, s.293

²³ Ayrıca Dernekler Kanununun 8.maddesinde de tüzükte bulunması gereken unsurlar arasında “dernek adı” da sayılmıştır.

²⁴ Alim Taşkın, “Tüzel Kişilerin Kişilik Haklarının Korunması”, A.Ü.Hukuk Fakültesi Dergisi, C.42,1991-92,s.201 vd.

edilemeyeceği görüşü savunulmuştur.²⁵ İsim, niteliği itibari ile gerçek ve tüzel kişilerin tanınmasını sağlayan bir adlandırma olmakla birlikte dış dünyada bir bilinci ve ekonomik alanda da bir varlığı temsil etmektedir. İsimlerin olmadığı bir dünyada karmaşa olur. Hukuk, toplumları düzene sokmaya çalışan kurallar bütünüdür. Alan isimleri de kullanıcı sayısının hızla artmasıyla birlikte siber uzayda bir düzen sağlama çabasının ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Alan isimleri, aslında iletişimin ana unsuru olan bilgisayarı değil, bu bilgisayarlar aracılığıyla iletişime geçen gerçek kişileri yada organizasyonları ifade etmektedir. Alan isimleri ile kişi adları arasında bazı temel farklar da bulunmaktadır. İsim üzerindeki hak kişiye sıkı sıkıya bağlıdır, miras yolu ile intikal etmediği gibi, vazgeçilemez, devir ve temlik edilemez.²⁶ Bununla birlikte, ismin kullanılması hakkı devredilebilir ve bu hakkı devralan, ismi kullanma hakkını elde eder. Diğer yandan isim üzerindeki hak mutlaklıdır, herkese karşı ileri sürülebilir. Oysa internet alan adları, kural olarak kişiye sıkı sıkıya bağlı haklardan değildir ve devredilebilir, kiraya verilebilir. Ancak, kişi isimlerinde olduğu gibi devir halinde devreden kişi ismi kullanmaya devam edemez. Alan adlarının aynından yalnızca bir tane vardır. Ancak bu durum bir önem arzetmemektedir. Çünkü ticaret unvanı da işletme ile birlikte devredilebilir (TK.m51/1). İşletme adı işletmeden ayrı olarak da devredilebilir.²⁷ Ticaret unvanı ve işletme adı da geniş anlamda isim kapsamına alınarak Medeni Kanundaki adın korunması ile ilgili özel korumadan faydalanabilmektedir. Alan adları da aynı şekilde bir kişiyi veya organizasyonu tanımlayan harfler dizgesidir ve Medeni Kanundaki özel korumadan faydalanabilir.

Teknik olarak alan isimleri her zaman bir organizasyonu ya da kişi ismini ifade etmese de, siber uzayda iletişimin sağlıklı ve daha kolay şekilde yürümesini sağlayan ve internete sunulan web sayfalarının siber uzaya sunulmasına yarayan bir adlandırma sistemi olduğundan dolayı, internet alan adları da kişi isimleri, ticaret unvanları ve işletme adları gibi ismin korunmasından faydalanmalıdır. Alman doktrininde alan adlarının isim gibi telakki edilerek korunması gerektiği görüşü hakimdir. Branderburg Eyalet Yüksek Mahkemesi, 12 Nisan 2000 tarihinde basına yaptığı bir açıklama ile,

²⁵ Tekin Memiş, "Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Sorunlar", Aysel Çelikel'e Armağan, 2000, s.204

²⁶ Selahattin Sulhi Tekinay; *Medeni Hukukun Genel Esasları ve Gerçek Kişiler Hukuku*, İstanbul, 1992, s. 284; Abdulkadir Arpacı, *Kişiler Hukuku*, İstanbul 1993, s.163

²⁷ Yargıtay 11. HD'nin 27.10.1974 tarih ve E. 1574, K.3909 sayılı kararında işletme devredilmeden sadece işletme adının devrinin olanaksız olduğu ifade edilmesine rağmen TK. m.55'de, TK.m51/1'e yollamada bulunulmadığından işletme adının, işletmeden ayrı olarak devri mümkün olmalıdır.

ismin korunmasının internet alan isimleri bakımından da geçerli olduğuna karar verildiğini kamuya duyurmuştur.²⁸ Mahkemeye göre, alan adları bir bilgisayara ulaşmak amacıyla rastgele dizilmiş harfler değildir. Burada amaç, bu ismi kullanan kişilerle, mal ve hizmet arz edenlerle teması sağlamaktır. Dolayısıyla, internet alan adları isim benzeri işaret (=Namensähnliche Kennzeichnung)tir. İsimlere sağlanan koruma, sadece kişilere sağlanmış bir koruma da değildir. Bazen bu korumadan eşyalar da faydalanmaktadır. Bu görüş, bir eşya isminin bir gerçek ya da tüzel kişiyi göstermesi halinde literatürde de onaylanmaktadır.²⁹

3.3. Alan Adları ile diğer ‘Ayırt Edici Ad ve İşaretler’ İlişkisi

3.3.1. Alan Adlarının ‘Marka’ olarak tescil edilmesi

556 sayılı Markalar Hakkında KHK’nin 5. maddesinde hangi işaretin marka olabileceğini hükme bağlanırken, dolaylı bir şekilde “marka”yı da tanımlamıştır. Bu tanım uyarınca, “bir teşebbüsün mal ve hizmetlerini, bir başka teşebbüsün mal ve hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, her türlü işaret” markadır. Marka olarak tescil edilemeyecek işaretleri belirleyen KHK’nin 7 ve 8. maddelerindeki tescil engelleri bulunmamak koşuluyla ve ‘ayırt edicilik’ vasfını taşımak kaydıyla, kişi adları dahil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi ve ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yolu ile yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaret marka olarak tescil edilebilecektir. İnternet alan adları da bu kapsamda, ayırdedicilik vasfına sahip olması ve 7 ve 8. maddelerdeki mutlak ve nisbi red sebepleri olmamak kaydıyla, marka olarak tescil edilebilecektir. Alan adları ‘marka’ olarak tescil edilirken bilhassa ‘ayırt edicilik niteliğine sahip olma’ ve ‘kavram adına yakın olmama’ şartları açısından incelenecektir. Bir işaret kavram adına veya tanımına yakın olduğu oranda ayırt etmeyi sağlamaktan uzaklaşır.³⁰ Özellikle cins belirten veya meslek belirten genel isimlerin (jenerik isimler), marka olarak tescil edilmesi 556 sayılı KHK’nin 7. ve 8. maddelerindeki mutlak ve nisbi red nedenleri kapsamına girer. Ancak alan adları tescilinde pek çok ülkenin kayıt kurumu jenerik isimler konusunda sınırlama yapmamaktadır. Bu yüzden jenerik

²⁸ Yıldırım, s.1026

²⁹ Tekin Memiş, *Alan İsmi Etrafında* ., s.204

³⁰ Tekinalp, s.315.

isimlerden oluşan alan adları olsa dahi bu alan adları ‘marka’ olarak tescil edilemeyecektir. Bugün, alan adlarının fikri hukuk kapsamında korunması tartışılmış fakat henüz alan adları ayrı bir fikri hak olarak tanınmamıştır. Internetin kendine has yapısı içinde, ünlenen “www.yahoo.com”, “www.amazon.com” gibi siteler, internetteki faaliyetleri ile bilinen ve ayırt ediciliğe sahip işaretler olmuşlardır. Bu şirketlerin sahipleri adeta iş alanlarının olmazsa olmazı konumuna yükselen site isimlerini ‘marka’ olarak tescil ettirmek suretiyle koruma mekanizmasını güçlendirmişlerdir.

Alan adları, kendi başına marka değildir ancak marka olarak tescil edilebilmeleri mümkündür. Ayrıca marka olarak tescil edilirken, jenerik üst düzey alan adları(gTLD) olarak bilinen, “com”, “net” gibi uzantıların tescil kapsamına girip girmemesi tartışılmaktadır. Marka ofisleri, bu kısmı ihmal etme eğiliminde³¹ olmalarına rağmen internet şirketleri, bir bütün olarak alan adını tescil ettirme gayreti içindedirler. gTLD’lerin mal ve hizmetlerin kaynağını gösterme gibi işlevleri olmadığı, hizmetlerin tipini gösterme fonksiyonuna sahip olduğu belirtilmiştir.³² Uluslararası marka hukuku korumasına göre de bir işaretin marka olarak korunabilmesi için ayırt edici niteliğe sahip olması gerekir. Oysa, gTLD’ler marka hukuku kapsamında ayırt ediciliğe değil, şekli bir ayrıma işaret eder. İnternet kullanıcıları da mal ve hizmetlerin kaynağı olarak ‘second level domain’ yani ikincil seviye alan adları kısmına dikkat etmekte, gTLD’leri kaynak gösteren bir işaret olarak görmemektedirler. Birleşik Devletler Patent ve Marka Ofisi (United States Patent and Trademark Office-USPTO)’de bu düşünce ile alan adlarını marka olarak tescil ederken, gTLD kısmını ihmal etme eğilimindedir.

3.3.2. Alan Adlarının ‘Ticaret Unvanı’ ve ‘İşletme adı’ olarak tescil edilmesi

Ticaret unvanı tacirin, ticari işletmesine ilişkin işlemleri yaparken kullandığı isimdir.³³ Bu yönüyle ticaret unvanı, taciri tanıtmaya ve onu diğer tacirlerden ayırtetmeye yarar. Ticaret unvanı, iki unsurdan oluşur. Bunlar çekirdek ve ektir. Ticaret unvanının asıl unsurunu çekirdek oluşturur. Ek kullanılması, esas itibariyle zorunlu değildir. Ancak

³¹ Hasibe Işıklı, *İnternet Alan İsimleri Sistemi, Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki*, DPT yayınları, Şubat 2001, s.51

³² Lisa M.Sharrock, “The Future of Domain Name Dispute Resolution: Crafting Practical International Legal Solutions from within the UDRP framework”, *Duke Law Journal*, Vol.51:817,s.840 vd.

³³ Sabih Arkan, *Ticari İşletme Hukuku*, Ankara 1997, s.239; Reha Poroy, *Ticari İşletme Hukuku*, İstanbul 1991, s.208 vd.

bazı hallerde ek kullanılması zorunlu hale gelir. Tacirin tescil ettirmek istediği ticaret unvanını daha önce tescil olunmuş unvanlardan açık biçimde ayırdetmeye yarayacak eklerin yapılması zorunludur. Bu zorunluluk gerçek kişi tacirler bakımından aynı sicil dairesi için sözkonusu olur (TK.43/II). Tüzel kişi tacirler ise, unvanlarının Türkiye'nin herhangi bir sicil dairesinde daha önce tescil edilmiş bir unvandan ayırdedilebilmesini sağlamak için ek almak zorundadırlar (TK.47/II). Ticaret unvanına ek yapma zorunluluğu, şube halinde de sözkonusu olur. Ticaret Kanunu 50/1 uyarınca her şube, kendi merkezinin ticaret unvanını şube olduğunu belirterek kullanmak zorundadır. Son olarak, ticaret şirketleri son bulma sebeplerinin gerçekleşmesi ile tasfiye haline girerler. Tasfiye haline giren şirketin ehliyeti ise tasfiye amacıyla sınırlanır ve şirket kural olarak yeni işlere girişemez. Bu durumdan üçüncü kişileri haberdar etmek üzere tasfiye haline giren şirketin ticaret unvanına "tasfiye halinde" ibaresi eklenir (TK 208,267,439/II).

Limited ve Anonim şirketlerle Kooperatiflerin ticaret unvanında çekirdek kısım, işletme konusu ile şirketin türünü gösteren kelimelerden oluşur. Örneğin "İthalat-İhracat Limited Şirketi" gibi. İnternet ile birlikte şirketler faaliyet alanlarını siber uzayı da içine alacak şekilde genişletirken, yeni ekonomi yeni şirket türlerini de beraberinde getirmiştir. İnternette, alan adı almak suretiyle faaliyette bulunan şirketler, ayrıncı ek almak suretiyle, alan adlarını ticaret unvanı olarak da tescil ettirebilirler. Ancak kullanılan ekin, tacirin hüviyeti, mali durumu veya işletmesinin büyüklüğü bakımından üçüncü kişilerde yanlış bir izlenim yaratmaması, gerçeğe ya da kamu düzenine aykırı olmaması gerekir (TK. 48/1). Ayrıca gerçek kişi tacirlerde örneğin "mehmetakın.com" alan adı sahibi, eğer tacir ise ve ticari işletmesi ile ilgili faaliyetlerde bulunuyorsa, bu alan adını ismini kısaltmadan kullanmak suretiyle ticaret unvanı olarak tescil ettirebilir (TK.43/1). Yine bir anonim şirket veya limited şirket sahibi, şirketi ile ilgili alan adını, şirketin türünü ve şirket konusunu göstermek suretiyle ticaret unvanı olarak da tescil ettirebilir. Örneğin "hepsiburada.com" alan adını, "hepsiburada.com pazarlama Ltd. Şti" olarak tescil ettirebilir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın İç Ticaret: 1995/1 sayılı Tebliğine³⁴ göre limited ve anonim şirket ticaret unvanlarının ve unvanda yer alan eklerin Türkçe olması gerekir. Ancak şirketin faaliyetin konusuna giren mal ve hizmetin tanıtıcı ad veya markasının yabancı dilde olması ya da Türkçe karşılığının bulunmaması hallerinde ve yabancı sermayeli şirketlerde ticaret unvanında yabancı kelime

³⁴ Resmi Gazete, 13.08.1995, S.22373.

bulunmasına izin verilebilir. Bu yasaklama, ticaret unvanının üçüncü kişilerin nazarında yanıltıcı ve aldattıcı nitelik taşınamaması esasına dayanmaktadır.³⁵ Alan adlarında da, eğer üçüncü kişilerde yanlış kanaat uyandıracak bir adlandırma yok ise, “com”, “net” gibi yabancı dil kökenli gTLD’lerin kullanılmasında bir engel yoktur.

Her tacir, ticari işletmesiyle ilgili işlemleri, ticaret unvanıyla yapmaya ve işletmesiyle ilgili senet ve diğer belgeleri bu unvan altında imzalamaya mecburdur (TK. 41/I). Ayrıca, tescil olunan ticaret unvanı, ticari işletmenin giriş cephesinin herkes tarafından kolayca görülebilecek bir yerine okunaklı bir şekilde yazdırılmalıdır (TK. 41/II). Dolayısıyla, alan adlarını sadece ticaret unvanı olarak tescil ettirmek yetmemekte, bu adın tacirin ticari işletmesiyle ilgili işlemlerde kullandığı ve işletmesine astığı bir isim olması gerekir. Alan adını, gerekli ayırıcı unsurlar ve Ticaret Kanununda düzenlenen şartlar dahilinde ticaret unvanı olarak tescil ettiren kimse, alan adını artık ticari işletmesinden ayrı olarak devredemez. Böyle bir devir gerçekleştirirse, TK. 53/II gereğince cezai müeyyide ile karşılaşabilir.

Alan adının, ticaret unvanı olarak tescili ile, alan adı sahibi, Ticaret Kanununda, ticaret unvanının korunması ile ilgili özel düzenlemeden de faydalanma şansına sahip olur. Tescil olunmuş ticaret unvanları TK.54 uyarınca özel olarak korunur. Gerçek kişi tacire ait ticaret unvanının tescil olduğu sicil çevresi içinde bir başka kişi tarafından kullanılması halinde korumadan yararlanır. Tüzel kişi tacirler ise tescil olunmuş ticaret unvanlarını, ülke sınırları içinde tekel şeklinde kullanma hakkına sahiptir (TK 47/II). Dolayısıyla, alan adı sahibi, alan adının kanuna aykırı şekilde başkası tarafından kullanıldığı durumlarda, önlenmesini dava edebilir. İltibasa yol açan tescillerin terkinini veya ayırıcı bir ek almasını talep edebilir. Eğer, haksız kullanım sonucu bir zarar oluşmuşsa, tazminat isteyebilir. Ve davayı kazanırsa, kararın basın yolu ile yayınlanmasını talep edebilir (TK.m54/II). Tescil edilmeyen ticaret unvanları ile tescil edilen ticaret unvanları tescil edildiği sicil çevresi dışında ancak TK 56 vd. haksız rekabet hükümleri ile korunabilir.

İşletme adı, işletme sahibini hedef tutmaksızın doğrudan doğruya işletmeyi tanıtmak ve benzeri işletmelerden ayırdetmek için kullanılır (TK 56). Ticaret unvanı taciri ayırt

³⁵ Arkan s.243

etmeyi ve tanıtmayı amaçlarken, işletme adı işletmeyi diğer işletmelerden ayırtetmeye yöneliktir. Ticaret unvanını, sadece tacirler kullanabilir; buna karşılık işletme adını esnaflar da kullanabilir. Tacirler bakımından ticaret unvanı almak zorunlu iken, işletme adını kullanmak zorunlu değildir. Ticaret Kanununda işletme adının nasıl oluşturulacağı gösterilmemiştir. İşletme sahibi, bu hususta serbestiye sahiptir. Ancak seçilecek işletme adının, aldatıcı nitelikte olmaması ve kamu düzenine aykırı düşmemesi gerekir. Ayrıca karışıklığa da yol açmaması gerekir (TK 55'deki yollama nedeniyle 43/II ve TSN 23/III).

İşletme adı, işletmeden ayrı olarak devredilebilir. Alan adını, işletme adı olarak tescil ettiren kimse, bu halde alan adını işletmeden ayrı olarak devredebilir. Tescil ve ilan edilmiş işletme adını tekel şeklinde kullanma hakkı sahibine aittir (TK 55 yollama nedeniyle TK 52). Ancak bu hak, tescili yaptıran tüzel kişi tacir dahi olsa tescilin yapıldığı sicil çevresi ile sınırlıdır. Tescil edilmeyen işletme adları ile tescilli sicil çevresi dışındaki koruma ise ancak TK 56 vd. maddelerindeki haksız rekabete dair koruma hükümleri ile korunur. Alan adları da işletme adı olarak tescil edilebilir ve TK. 55'deki yollama nedeniyle TK. 54'deki özel korumadan faydalanabilir.

3.4. Ticari İşletme ile İlgili Hukuki İşlemlerde 'Alan Adının' Durumu

3.4.1. Ticari İşletmenin 'Unsuru' olarak Alan Adları

Ticari işletmelerde diğer işletmelerde olduğu gibi insan ve malvarlığı unsurları birlikte bulunur. Kişi unsuru, ticari işletmeyi kısmen veya tamamen kendi adına işleten kimseyi –taciri- ifade eder. TK. m.11 f.2 “ Tesisat, kiracılık hakkı, ticaret unvanı ve diğer adlar, ihtira beratları ve markalar, bir sanata mütallik veya bir şahsa ait model ve resimler gibi bir müessesenin işletilmesi için daimi bir tarzda tahsis olunan unsurlar, mukavelede aksine hüküm bulunmadıkça ticari işletmeye dahil sayılır.” hükmünü koyarak, ticari işletmenin malvarlığı unsurlarına işaret etmiştir.³⁶ Bu hükümden hareketle, tesisat, kiracılık hakkı, ticaret unvanı ve diğer adlar, ihtira beratları, markalar, model ve resimler gibi bir müessesenin işletilmesine devamlı surette tahsis olunan unsurların, ticari işletmenin malvarlığına dahil ekonomik değerler olduğu söylenebilir. Günümüzde

³⁶ Arkan s.30

internetin ticari hayattaki yaygınlığı ile birlikte işletmelerin reklam ve tanıtım faaliyetlerinin önemli bir kısmını internet üzerinden yapmaları ve kendi reklamlarında kendileriyle ilgili her türlü bilgiye daha kolay ulaşılabilmesi amacıyla alan adlarını da sürekli kullanmaları düşünüldüğünde, alan adlarının da TK. m.11/2 anlamında işletmenin malvarlığı unsurları arasında bulunduğunu kabul etmek gerekir. İşletmenin malvarlığı unsurlarını, maddi-gayrimaddi unsurlar olarak ikiye ayırarak incelemek adet halini almıştır.³⁷ Bazıları tesisatı maddi, marka, patent gibi hakları gayrimaddi kabul etmekte³⁸, bazıları ise müşteri çevresini ve ticari itibarı gayrimaddi, marka ve tesisat ile birlikte diğer unsurları ise maddi kabul etmektedir.³⁹ Arkan'a göre⁴⁰ maddi unsurlar, tesisat, işletme sermayesi, hammadde ve üretilmiş mal stoğu ile benzeri değerlerden oluşur. Bu anlamda tesisat, işletmeye tahsis olunmuş gayrimenkuller ile bunların mütemmim cüz ya da teferruatı niteliğinde olan şeyleri –makine,alet-edevat gibi- kapsar. Gayrimaddi unsurlar arasında ise, ticaret unvanı (TK 41 vd), işletme adı (TK 55), marka, patentler, fikir ve sanat eserleri ile sınai model ve resimler üzerindeki haklar yer alır. Ticari işletmenin sahip olduğu alan adlarını da bu kapsamda düşünerek, ticari işletmenin gayrimaddi unsurları arasında kabul etmek gerekir.⁴¹

3.4.2. Ticari İşletmenin 'Devri' Halinde Alan Adlarının Durumu

Ticari işletmeler de dahil olmak üzere her tür işletmenin aktif ve pasifiyle birlikte devri, BK 179'da düzenlenmiştir. BK 179 anlamında bir devirden söz edilebilmesi için, işletmenin aktif ve pasif malvarlığı unsurlarının devredilmiş olması gerekir. Ancak bu ifadeden, ticari işletmenin malvarlığına dahil tüm unsurların, devrin kapsamında yer almasının zorunlu olduğu gibi bir sonuç çıkarılmamalıdır.⁴² Ticari işletmenin devri sonucunda, kural olarak, işletmeye daimi şekilde tahsis olunan tüm unsurlar devralana geçer. (TK 11/II). Ancak taraflar, devir sözleşmesine hüküm koymak suretiyle, münferit bazı unsurları devrin kapsamı dışında tutabilirler. Alan adını ticari hayatta kullanan bir işletmenin alan adı da TK 11/II anlamında işletmeye daimi şekilde tahsis olunan unsurlardan kabul edilerek, devir sözleşmesinde aksine hüküm bulunmadıkça, ticari

³⁷ Arkan s.30; Bu ayrımın eleştirisi için bkz. Poroy s.42.

³⁸ Mehmet Ali Bilgişin, *Ticaret Hukuku*, İstanbul 1950, s.220

³⁹ Halil Arslanlı, *Kara Ticareti Hukuku Dersleri, Umumi Hükümler*, İstanbul 1960, s.106.

⁴⁰ Arkan s.30 vd.

⁴¹ Aynı görüşte; Nomer, Hayri Domaniç'e Armağan, s.401

⁴² Arkan s.40

işletmeye dahil sayılarak devralana geçecektir. Ancak devir sözleşmesine hüküm koymak suretiyle, alan adının devir kapsamı dışında tutulması mümkün olacaktır. BK açısından, ticari işletmenin devri için, tek bir sözleşme yapılması yeterlidir. Bu sözleşme, kural olarak herhangi bir şekle bağlanmamıştır. (BK 11/I). Ancak ticari işletme içinde, devri kanunen özel bir şekle bağlanmış unsurlar var ise, bunların devri için bu özel şekle uyulması gerekir.⁴³ Örneğin, ticari işletme içinde gayrimenkul varsa, bunun devri için resmi senet düzenlenmesi gerekir. (MK 706). Fikir ve sanat eserleri üzerindeki mali hakların devri için de sözleşmenin yazılı olarak yapılması gerekir (FSEK 52). Tasarruf işleminin ise, işletmenin devri dolayısıyla BK 179'da külli halefiyet öngörülmediğinden, her bir unsur için öngörülen özel şartlar çerçevesinde yapılması gerekir. Örneğin gayrimenkuller için tescil (MK 705); markalar için marka sicil kaydına tescil (556 sayılı KHK 16/VII); alacaklar için yazılı temlik sözleşmesi (BK 163/I) gerekir. Menkul mallar üzerindeki zilyetliğin de devralana geçirilmesi gerekir (MK 763). İşletmenin devrettiği unsurlar arasında alan adı da var ise, işletme alan adlarını tescil ettirdiği kuruluş ile ilgili gerekli bilgi ve şifreleri devralana vererek, devralana kayıt bilgilerini kendi adına düzeltirme olanağını vermesi gerekir.

3.4.3. Ticari İşletmenin 'Rehni' Halinde Alan Adlarının Durumu

Ticari hayatın kesintisiz sürdürülebilmesi, tacirin zaman zaman kredi kullanmasını gerektirir. Ticari hayatta kredinin önemine binaen ticari işletmelerin rehninin özel düzenlemelerle yapılması gereği duyularak 1971 yılında 1477 sayılı Ticari İşletme Rehni Kanunu (TİRK) kabul edilmiştir. Bu Kanunla, çeşitli unsurlardan oluşan ticari işletmelerin bir bütün olarak, dolayısıyla işletmeye dahil menkul unsurların ayrıca teslimine gerek kalmamasının rehnedilebilmesine olanak sağlanmıştır.⁴⁴ Ticari İşletme rehninin kapsamı, TİRK'in 3.maddesinde gösterilmiştir. TİRK 3. maddesine göre;

“Ticari işletme rehni aşağıdaki unsurları kapsar:

- a- Ticaret unvanı ve işletme adı
- b- Rehnin tescili anında mevcut ve işletmenin faaliyetine tahsis edilmiş olan makina, araç, alet ve motorlu nakil araçları,
- c- İhtira beratları, markalar, modeller, resimler ve lisanslar gibi sınai haklar.

⁴³ Arkan s.40 vd.

⁴⁴ Arkan s.45

Taraflar ticaret unvanı, işletme adı ve menkul işletme tesisatı dışında kalan unsurlardan bir veya birkaçını rehnin dışında bırakabilirler. Gemi ipoteği hakkındaki hükümler saklıdır.”

Böylece ticari işletmenin malvarlığı unsurları, rehne dahil olanlar ve olmayanlar şeklinde ikiye ayrılmış bulunmaktadır. İlk gruba dahil olan unsurlardan ticaret unvanı, işletme adı ve işletmenin faaliyetine tahsis olunan menkul işletme tesisatının, rehnin kapsamını dışında bırakılması mümkün değildir. Bunlar rehnin kapsamına alınmazlarsa, ticari işletme üzerinde rehin hakkı doğmuş olmaz (TİRK 3/II). Buna karşılık patent, marka gibi sınai hakların rehnin kapsamı dışında bırakılması mümkündür. TİRK 3/I-c bendinde kullanılan ifade sınırlayıcı olmadığından işletmenin malvarlığı unsurları arasında yer alan alan adı da bu kapsamda mütala edilerek ticari işletme rehninin kapsamına giren unsurlar arasında kabul edilmelidir. TİRK'in 3/II. Maddesinde sınai haklardan bir veya birkaçının rehnin kapsamı dışında bırakılmasına izin vermiştir. Bu durum karşısında, rehnin kapsamına girmesi istenin sınai hakların açık şekilde listede gösterilmesi gerekir. Alan adları da istenirse, rehnin kapsamı dışında bırakılabilir. Rehin veren işletme sahibi, işletmenin değerini korumak hususunda özen göstermekle yükümlüdür. İşletme sahibi, bu yükümlülüğünü yerine getirmemek ya da TİRK'in 10/II. maddesine göre alacaklının muvafakatını alması gereken hallerde bunu yapmamak suretiyle alacaklının zararına işletmenin merhun değerini azaltırsa, alacaklı mahkemeye başvurarak ek bir teminat verilmesini veya durumun eski hale iadesini isteyebilir.⁴⁵ Dolayısıyla eğer işletmenin kullandığı alan adı da rehnin kapsamı dışında tutulmamış ise, rehin veren işletme alan adı ile işlettiği web sitesinde önemli değişiklikler yapacak ise bunu alacaklıya bildirerek muvafakatini almalıdır. Çünkü örneğin alan adı ile ilgili sitede pornografik içerikli yayın yapılması merhun değerini azaltacak veya ticari itibar kaybına neden olarak zarara sebep olabilecektir.

Rehin sözleşmesinin düzenlenmesi, ticari işletme üzerindeki rehin hakkının doğumu için yeterli olmaz. Rehin hakkı, sözleşmenin, işletmenin kayıtlı bulunduğu esnaf veya ticaret siciline tescili ile doğar (TİRK 5/I). Bu anlamda tescil kurucu etkiye sahiptir.⁴⁶ TİRK'in 7. maddesi uyarınca ticari işletme üzerindeki rehin hakkı sicil memuru

⁴⁵ Arkan s.55

⁴⁶ Arkan s.48

tarafından yapılacak bildirim üzerine markalar, patentler gibi sınai haklar için Türk Patent Enstitüsü'ce tutulan sicile; maden siciline; motorlu araçlar için nakil vasıtaları siciline ve işletmenin şubelerinin bulunduğu yer sicillerine kaydedilir. Eğer işletmenin üzerinde faaliyet gösterdiği gayrimenkul işletme sahibine aitse, sicil memuru tarafından yapılacak bildirim üzerine durum, tapu kütüğünün ilgili sayfasındaki beyanlar hanesine kaydolunur. Ticari işletme içinde, sicile kayıtlı gemiler varsa, rehin, geminin bağlı bulunduğu gemi siciline de işlenir. TİRK 7 ile güdülen amaç, ticari işletme rehninin mümkün olduğunca geniş bir çevre tarafından öğrenilmesini sağlamak ve üçüncü kişilerin iyiniyet iddiasında bulunmalarının önüne geçmektir.⁴⁷ Rehnin kapsamında olan alan adlarının da, Türkiye'de ODTÜ nezdinde tutulan sicile bildirilmesi gerekir. Ayrıca TİRK'e göre rehin, ticaret veya esnaf ve sanatkar sicilinde kayıtlı bir ticari işletme üzerinde kurulabilir. Rehnin kurulabilmesi için gerekli olan Esnaf ve Ticaret Siciline tescil kapsamında 'alan adları'nı da rehin kapsamında gösteren açıklayıcı bilgi yer almalıdır.

3.4.4. Ticari İşletmenin 'İflas'ı Halinde ve 'Haciz' halinde Alan Adlarının Durumu

İşletmede ayrı olarak 'mali bir değer'i haiz olan işletmeye ait ayırt edici ad ve işaretlerin de alacaklıların tatmininde faydalı olmalıdır. 556 sayılı KHK 19/I gereğince tescilli bir markanın işletmeden bağımsız olarak haczedilmesi mümkündür. Haciz sicile kaydedilerek yayınlanır.⁴⁸ Aynı şekilde iktisadi değer taşıyan alan adlarının da kayıtlı olduğu sicil otoritesine bildirilmek suretiyle haczi mümkün olmalıdır. Ancak iktisadi değer taşımayan ve kişilik haklarına dahil unsurlardan olan kişinin ad ve soyadından oluşan alan adlarının haczi mümkün olmamalıdır. Kişinin ad ve soyadından oluşan alan adı iktisadi bir değer taşıyorsa örneğin; alan adı altında ticari bir faaliyette bulunuluyorsa bu halde, kişi ad ve soyadından oluşan alan adı da haczedilebilmelidir.

İ.İ.K'nun 184. maddesinde "İflas açıldığı zamanda müflisin haczi kabil bütün malları hangi yerde bulunursa bulunsun bir masa teşkil eder ve alacakların ödenmesine tahsis olunur." diyerek iflas masasının teşkilinde İ.İ.K'nun 82. maddesindeki haczi kabil

⁴⁷ Arkan s.50

⁴⁸ Arkan s.272; Kutlu Oytaç, *Karşılaştırılmalı Markalar Hukuku*, Nobel Kitapevi 2002, s.209 vd.

olmayan mallar haricindeki malların iflas masasına gireceğini belirtmektedir. İktisadi değer taşıyan alan adları da iflas masasına girmeli ve alacaklıların tatmininde rol oynamalıdır. Ancak işletmenin faaliyetleri ile ilgili olmayan ve işletme sahibinin kendi adından oluşan ‘alan adı’ iflas masasına girmemelidir. Poroy, ticaret unvanı sadece kişi adından da oluşsa, işletme devri halinde bir ayırım yapılmadığından bahisle, iflas masasına gireceğini savunmaktadır.⁴⁹ Ticaret unvanının, işletmeyi temsil eden bir unsur olarak kişilik hakları ile ilgisi yoktur ve devredilen işletmenin bir unsuru olarak ele alınmak gerekir. Alan adları ise kişinin isminden oluşması halinde kişilik adlarına ait bir unsur olarak iflas masasına girmemelidir. Ancak kişi ad ve soyadından oluşan alan adı altında ekonomik bir faaliyet yürütülüyor ise bu halde alacaklıların tatminini amaçlayan iflas masasına kişi ad ve soyadından oluşan alan adları da girmelidir.

3.5. Alan Adları ile İlgili Çalışma ve Düzenlemeler

3.5.1. NSI Çözüm Usulü

Alan isimleri başlangıçta sadece, internet aracılığıyla bilgisayarlar arasındaki bağlantıyı kolaylaştıran bir teknik fonksiyonu yerine getirmek amacıyla oluşturulmalarına rağmen; kolay hatırlanabilir ve kullanım kolaylığı oluşturmalarından dolayı, günümüz iş dünyasında önemli bir role ulaşmıştır. İnternet üzerinden ticari faaliyetlerin artması da bu hususta önemli bir etken olmuştur. İnternetin ve dolayısıyla alan isimlerinin kullanımının giderek yaygınlaşması alan isimlerinin önemini artırırken aynı zamanda bazı sorunların ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Alan isimlerinin “ilk başvuran alır” kuralına göre tahsis edilmesi, alan adlarının markalar, ticaret unvanları, işletme adları, kişi adları gibi diğer fikri haklarla çakışmasını ve dolayısıyla hak uyumsuzluklarının oluşmasını kaçınılmaz kılmıştır. Alan isimleri ile benzer diğer hakların çakışmasının temel nedeni, birbirinden ayrı sistemleri olan bu hakların kayıt usulleri arasında herhangi bir bağlantının olmamasıdır.⁵⁰ Örneğin, marka tescil sistemi, coğrafi alan bazında ulusal ya da bölgesel olarak bir kamu kurumu tarafından idare edilmektedir. Alan isimleri tescil sistemi ise, herhangi bir fonksiyonel sınırlama olmaksızın genellikle kamu dışı bir kurum tarafından idare edilmektedir. Bu duruma internetin doğasından

⁴⁹ Poroy s.222

⁵⁰ Froomkin, Michael, “Icann’s Uniform Dispute Resolution Policy-Causes and Partial Cures”, Brooklyn Law Review, Volume 67, Number 3, 2002, s.608

kaynaklanan ve daha önce benzeri görülmemiş bir ortam olarak ‘siber uzay’ın ortaya çıkması eklenince, olası ihtilafların alışılmışın dışında özellikler gösterdiği ve bilinen yargı sistemlerinin kapasitesini zorladığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Gerçekten, internet üzerinden yapılan işlemlerde mal ve hizmet piyasası, tüm dünyayı içine alan ve dünyanın herhangi bir yerinden kolaylıkla bağlanılabilecek bir mekan olan ‘siber uzay’ olmaktadır. Bu ise, sorunun ulusal sınırları aşmasına sebep olmaktadır.

1 Mart 1993’den itibaren ABD Ulusal Bilim Vakfı-NSF ile yaptığı sözleşme ile internet alan adlarının kayıt ve dağıtım işlemlerini yapan Network Solutions Inc.-NSI alan adları ile ilgili uyuşmazlıkların artması üzerine 28 Temmuz 1995 yılında “NSI Alan Adı Uyuşmazlıkları Çözüm Politikası-NSI Domain Dispute Resolution Policy Statement”ı yürürlüğe koymuştur.⁵¹ Ancak yeterli çalışmalara dayanmadan yapılan bu usul, marka sahipleri tarafından yeterli bulunmamıştır. Marka sahipleri tarafından yapılan eleştiriler başlıca iki konuda yapılmaktadır. Öncelikle, NSI sisteminin markanın kullanımı esasına dayalı korumaya dayalı “common law” markalarını kapsamına almaması marka sahiplerince eleştirilmiştir. İkinci olarak; NSI alan adı ile markanın aynı olması halinde koruma getirmekte, ancak benzer olması halinde uyuşmazlığa bakmamaktadır.⁵²

Başlangıçta alan adlarının dağıtımı için herhangi bir ücret alınmıyordu. NSI, uyuşmazlıkları azaltır düşüncesiyle NSF’nin de izniyle 14 Eylül 1995’den itibaren alan adı kayıtlarından ücret almaya başlamıştır. Bu durum başlangıçta başarılı olmuş gibi gözükse de sorunları azaltmakta etkili olamamıştır.⁵³ NSI, 23 Kasım 1995’de ve 9 Eylül 1996’da uyuşmazlık çözüm politikasında değişiklikler yapmıştır.⁵⁴

Internet alan isimleri ile markalar arasındaki ilişki, ilk kez 1996 yılı başlarında Özel Seçilmiş Uluslararası Komite (International Ad Hoc Committee-IAHC) tarafından ele alınmıştır. Bu çalışmalar sonunda IAHC, 4 Şubat 1997’de internet küresel alan adları sisteminin geliştirilmesini teşvik ve idare politikalarının uluslararası yönetim

⁵¹Ellen Rony, Peter Rony, “The Domain name Handbook: High Stakes and Strategies in Cyberspace”, <http://www.domainhandbook.com/cdr.html>

⁵²Mark V. B. Partridge, “Domain Name Dispute Resolution: Development and Philosophy”, <http://www.pattishall.com/pdfs/DomainNameDisputeResolution.pdf>

⁵³MAHER, David w., “Trademarks on The Internet: Who’s In Charge?”, http://www.isoc.org/inet96/proceedings/f4/f4_2.htm

⁵⁴Ellen Rony, Peter Rony, “The Domain name Handbook: High Stakes and Strategies in Cyberspace”, <http://www.domainhandbook.com/cdr.html>

çerçevesini belirlemek amacıyla “Jenerik Birinci Derece Alan İsimleri Mutabakat Metni (Memorandum of Understanding on the Generic Top Level Domain Space of the Internet Domain Name System-gTLD-MoU) yayınlamıştır.⁵⁵ Bu mutabakat metni ile uluslararası yeknesak bir anlaşmazlıkların çözüm mekanizması oluşturması için WIPO’ya atıfta bulunulmuştur.

NSI, 25 Şubat 1998’de uyuşmazlık çözüm politikasında son kez değişiklik yapmıştır. Bu çözüm usulü, 25 Şubat 1998’den “Alan İsmi Anlaşmazlıklarının Halli için Yeknesak Politikalar-The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy-UDRP” kurallarının ICANN tarafından uygulamaya sokulduğu 1 Aralık 1999’a kadar yürürlükte kalmıştır. NSI’nın bu çözüm politikasına göre, marka haklarının alan ismi sahibi tarafından ihlal edildiğine inanan taraf, önce bunu alan ismi sahibine yazı ile bildirmek ve daha sonra da bu yazının bir kopyasını ve marka tescil belgesinin onaylı kopyasını NSI’ya göndermek zorundaydı. Bu aşamadan sonra, NSI alan isminin tahsis edildiği tarih ile şikayetçi tarafın marka tescil tarihini karşılaştırmakta; eğer alan ismi marka tescilinden önce verilmiş ise herhangi bir tedbir almamaktaydı. Ancak, eğer marka tescilinin yürürlüğe giriş tarihi alan isminin verildiği tarihten önce ise, NSI uyuşmazlığı çözmek için kabul etmekte ve anlaşmazlık çözülene kadar 90 gün için uyuşmazlık konusu alan adını “askıda” tutmakta yani kimsenin kullanımına izin vermemektedir. Taraflar arasında dava sonucu alan isminin yeniden kullanımı kararı verilirse NSI, “askıda” tutulan alan isminin statüsünü iade etmekteydi.⁵⁶ NSI, çözüm metodu sorunları çözmekte yetersiz kaldı ve tarafları memnun etmedi. Marka sahipleri yeterli koruma getirilmediği için, alan adı sahipleri ise tescilli marka sahiplerinin faaliyette bulundukları mal ve hizmet piyasası dışında da korunması nedeniyle NSI politikalarını eleştirmişlerdir.⁵⁷

Temmuz 1997’de “Elektronik Ticaret için Küresel Çerçeve” çalışmaları çerçevesinde ABD Ticaret Bakanlığının görevlendirilmesinden sonra ilgili kesimlerin görüşleri alınarak Ulusal Telekomünikasyon ve Bilgi İdaresi (NTIA) tarafından yapılan değerlendirme sonucunda, Ticaret Bakanlığı 5 Haziran 1998 tarihinde “Beyaz Kitap” olarak bilinen “Internet İsim ve Adreslerinin Yönetimine İlişkin Politika Tesbiti-

⁵⁵ Final Report of the International Ad Hoc Committee: Recommendations for Administration and Management of gTLDs”, <http://www.gtld-mou.org/draft-iahc-recommend-00.html>

⁵⁶ Işıkli., s.41

⁵⁷ Partridge, <http://www.pattishall.com/pdfs/DomainNameDisputeResolution.pdf>

Statement of Policy on Management Internet Names and Adresses” konulu bir bildiri yayınlamıştır.⁵⁸ Beyaz Kitap ile WIPO’ya alan isimleri ile markalar arasındaki anlaşmazlıkların çözümüne yeknesak bir yaklaşık getirecek tavsiyeler geliştirmesi talep edilmiştir.

3.5.2. WIPO Çalışmaları

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü-WIPO 1997 yılında alan adları ihtilafları ile ilgili yaptığı çalışmada bir alan isminin tescilinden önce ya da tescili esnasında bir marka ile bağlantılı olabilecek hususlara yönelik tartışmalar yapmıştır. Bu tartışmalar dört başlık altında özetlenmektedir.⁵⁹

1. Marka Veri Tabanları

Alan adları ile markalar arasındaki sorunların çözümünde yardımcı olmak üzere dünya çapında bir marka veri tabanı oluşturulması önerilmektedir. Böyle bir veri tabanı ile online araştırma yapılabilecek, alan ismine müracaat eden kişi seçtiği alan isminin bir marka ile ihtilaf yaratıp yaratmadığını görebilecek; marka sahibi de yeni alan adı kayıtlarını takip edebilecek ve ihtilaflar önceden ön kayıt izlemesi ile tesbit edilebilecektir. Ancak bu tür bir sistemde en büyük zorluğu çok dilli alan adı problemleri (Multilingual Domain Names) oluşturacaktır. Mevcut alan adı sistemi sayılar ve latin karakterlerden oluşmaktadır. Bu durum latin karakterler dışındaki karakterlerden oluşan dillerde alan adı kaydettirilmesini engellemektedir. Alan adlarının çok dilli hale getirilmesi için bazı çalışmalar yapılmaktaysa da ICANN’a göre yeni çok dilli alan adları henüz kullanıma hazır değil ve yeni karakter setleri test aşamasındadır. İnternetin latin karakterler dışındaki işaretler ile grafiksel sunuşları kapsayan markaları da bünyesine dahil edeceği zamana kadar bu tür sınırlamalardan doğan zorluklar, bu tür bir marka veri tabanı oluşturulmasını engelleyecektir. Çünkü, latin karakterlerden oluşmayan tescilli bir marka latin harflerine çevrilse dahi, bu çevrilme işlemi bir kullanıcıdan diğerine geçişte uygun olmayabilecek ve böylece araştırma ve karşılaştırma esnasında sorun çıkabilecektir.

⁵⁸“White Paper- Managment of Internet Names and Adresses”,
http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/domainname/6_5_98dns.htm

⁵⁹ Işık s.45

2. Marka katalogları (trademark directories)

Mevcut alan ismi sisteminde marka sahibinin alan ismini tanımlayan evrensel katalog servisi yoktur. Mevcut sistemde, birinci derece bir alan adı değişik sonuçlar vermekle beraber internet kullanıcıları sıklıkla marka adlarını ya da şirket adlarını yazmak suretiyle arama yapmaktadır. Araştırma yapılabilir ve alan adları ile şirket markalarını eşleştiren bir katalog servisinin olması ile, şirketler kolayca hatırlanamayan alan isimlerini de rahatlıkla kullanabilecek ve alan ismi seçimi hususundaki baskıları ortadan kaldıracaktır.

3. Alan İsmi Müracaatlarında Ön-İnceleme

Alan ismi tahsis edilmeden önce, alan ismi ile markanın karşılaştırılmasının yapılmasıyla potansiyel ihtilafların çözülmesi amaçlanmaktadır. Bu tür bir inceleme için önce marka ofisleri düşünülmüşse de, bunun hem zaman alıcı hem de pahalı bir işlem olacağından hareketle, “ön inceleme”nin bilgisayar aracılığıyla yapılmasının en doğru yaklaşım olduğu tespit edilmiştir. Böylece, mevcut marka veri tabanını kullanan bilgisayar, alan ismi müracaatını inceleyecek, herhangi bir anlaşmazlık olduğu durumda da hem alan ismi kaydını yapan kurumu, hem müracaat eden kişiyi hem de marka sahibini uyaracaktır. Ancak bu tür bir incelemenin hızlı bir şekilde yapılması gereken alan ismi tahsislerinde zaman kaybına neden olabileceği üzerinde durulmuştur.

4- Marka-Özel Alanı İhdası

ISO 3166 ülke kodu birinci seviye alan ismi altında bir “.tm” alt alanı ve “.tm.int” şeklinde oluşturulacak yeni bir tür özel alan ile, marka sahipleri için bir tür “güvenilir bölge” oluşturulması planlanmıştır. Ancak, internet ortamında markalara ilişkin yeni ilke ve politikalarda temel amaç tüm alanlarda markaları korumak olduğundan bu tür bir yaklaşım kısmi çözüm olmaktadır. Bu nedenle, bu hususun gelecekte uygun bir zamanda yeniden tartışılması düşünülmüştür.

3.5.2.1. WIPO Çalışma Süreçleri

3.5.2.1.1. WIPO Birinci Çalışma Süreci

ABD Hükümetince hazırlanan Beyaz Kitap'ta IAHC tavsiyeleri de dikkate alınarak alan adları ile ilgili sorunların çözümünde WIPO görevlendirilmiştir. Beyaz Kitap'a göre

“ABD Hükümeti, Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı'nın (WIPO), marka sahipleri ile marka sahibi olmayan Internet toplumunun diğer üyelerinin de dahil olacağı dengeli ve şeffaf bir süreci başlatması hususunda uluslararası destek arayışına girecektir. Bu süreç, (1) korsanlık nedeniyle ortaya çıkan marka-alan ismi ihtilaflarının çözümüne tek bir yaklaşım oluşturmak üzere öneriler geliştirmek (marka sahipleri arasındaki rekabetten kaynaklanan bilinen anlaşmazlıkların dışındakiler için), (2) jenerik birinci derece alanlarında tanınmış markaların korunması için bir yöntem önermek, ve (3) yeni gTLD'lerin ve bununla bağlantılı marka ve fikri mülkiyet sahipleri anlaşmazlıklarının halli prosedürünün eklenmesi ile ilgilenen bağımsız kuruluşların çalışmaları üzerindeki etkileri değerlendirmek üzere geliştirilecektir. Buna ilkin bulgular ve öneriler yeni gTLD'lerin yaratılması ve kayıt kurumu politikasının geliştirilmesi ile bağlantılı bir şekilde değerlendirilmek üzere yeni oluşan kurumun yönetim kuruluna sunulacaktır.”⁶⁰

Beyaz Kitap'ın yayınlanmasını müteakip WIPO, üye ülkelerden adı geçen uluslararası sürecin başlatılması ve sürdürülmesi hususunda onay almış ve Beyaz Kitap'ta getirilen çerçeveyi esas alarak, alan isimleri ile bağlantılı fikri haklar konuları üzerinde anlaşmazlıkların halli mekanizması kurulması da dahil olmak üzere uluslararası bir süreç başlatmıştır. Birinci süreç sonunda 30 Nisan 1999 tarihinde “Internet Alan Adları ve Adreslerinin Yönetimi: Fikri Mülkiyet Konuları-The Management of Internet Names and Adresses: Intellectual Property Issues” adı ile Nihai Rapor (Final Report) yayınlanmıştır.⁶¹

Yaklaşık 9 ayda tamamlanan bu süreç üç aşamaya ayrılmıştır. WIPO RFC-1'in 8 Temmuz 1998'de yayınlanması ile başlayan birinci aşamada, Beyaz Kitap'da bahsedilen 3 ana konu üzerinde durulmuştur. Bunlar tek tip bir uyumsuzluk çözüm mekanizması oluşturulması, tanınmış markaların korunması için yöntem çalışması ve yeni gTLD'lerin oluşturulmasıdır. 8 Temmuz ile 24 Ağustos 1998 tarihleri arasında

⁶⁰ “White Paper”, http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/domainname/6_5_98dns.htm.

⁶¹ “Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process, The Management of Internet Names and Adresses: Intellectual Property Issues,” <http://wipo2.wipo.int/process1/report/finalreport.html>

ilgili çalışma gruplarından belirlenen konulardaki çalışmalar, yöntemler ve planlar ile ilgili öneriler istenmiştir. Öneriler alındıktan sonra, uzmanlar panelinden bir değerlendirme yapılması istenilmiş ve WIPO RFC-2, 16 Eylül 1998 tarihinde yayınlanmıştır. WIPO RFC-2'nin yayınlanması ile ikinci aşama başlamış ve 16 Eylül-6 Kasım 1998 tarihleri arasında ilk aşamada ortaya konulan problemlerle ilgili öneriler istenmiştir. Bu dönemde 11 farklı yerde bölgesel bazda konferanslar düzenlenerek görüş alışverişleri yapılmış, birinci aşama sonunda belirlenen konularla ilgili 72 farklı ülke, uluslararası kuruluş ve örgütten görüşler alınmıştır. Bunun sonucunda 23 Aralık 1998 tarihinde WIPO-RFC-3 ile birlikte Ara (Interim Report) yayınlanmıştır.⁶²

Ara Rapor ilk iki aşama sonucunda ortaya çıkan verilerin derlenmesi ile oluşturulmuş ve yine görüşe sunulmuştur. Böylece başlayan üçüncü ve son dönem 23 Aralık 1998 ile 19 Mart 1999 tarihleri arasında yapılmıştır. Bu dönemde 6 farklı yerde bölgesel bazlı toplantılar yapılmış ve ilgili kesimlerin görüşleri alınmıştır. Bu süreçlerin sonunda 30 Nisan 1999 tarihinde Nihai Rapor (Final Report) yayınlanmıştır.

WIPO'nun 23 Aralık 1998'de yayınlanan ara raporunda uyuşmazlıkların çözülmesi için uzlaştırma, tahkim ve geliştirilmiş İdari Usul (ADR-Dispute Resolution Procedure). olmak üzere üç ana usul önerilmiştir. Uzlaştırma usulünde, karar verme yetkisi olmayan bağımsız bir arabulucu aracılığıyla uyuşmazlığın iyiniyet esasına dayalı çözümüne çalışılır. Tahkim usulünde ise, seçilecek hakem aracılığıyla sorunun çözülmesi esastır. Tahkim usulü, alan adı sahibi ile kayıt makamı arasındaki sözleşmeye konulacak özel bir kloz ile uygulanabilecektir. Üçüncü olarak ise özel ve hızlı bir prosedür olarak Dispute Service Providerler olarak bahsedilen Uyuşmazlık Çözüm Kuruluşları tarafından sorunun çözülmesidir. Kararlar, Uyuşmazlık Çözüm kuruluşları tarafından gönderilen hakem listelerinden seçilecek 1 veya 3 kişilik bir hakem heyeti tarafından hızlı bir şekilde çözülecektir. Bu usul sonucu verilen kararları, kayıt makamları icra etmekle yükümlü olacaktır. Ortaya çıkan zararın tazmini imkanı bu usulde öngörülmemiş olmakla birlikte gerekli masrafları hükmedilmesi mümkündür. Ara Rapor'da ayrıca tanınmış markalara ilişkin çözüm önerileri ile yeni gTLD'lerin durumu tartışılmıştır.

⁶² "Interim Report of the WIPO Internet Domain Name Process", <http://wipo2.wipo.int/process1/rfc/3/index.html>; Tekin Memiş, "İnternette Alan İsimleri Uyuşmazlıklarında Çözüm Arayışları ve WIPO Ara Raporu", Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukuk'ta Etkiler Sempozyumu, 23-24 Mart 2001, s.513 vd.

WIPO Nihai Rapor’unda öncelikle, internet alan isimleri ile markalar arasında mevcut durumda varolan önemli bir probleme işaret edilmektedir. Bu problem, bir tarafta büyük ölçüde özel sektör eliyle yönetilen ve küresel olarak kolayca ulaşılabilen alan ismi sistemi, diğer tarafta ise kamu tarafından idare edilen ve bölgesel bazda varolan fikri haklar sistemi arasındaki kesişmedir. Alan isimleri ile fikri haklar arasında ortaya çıkan ihtilaflar, bu birbirinden bağımsız iki sistemin birbirinin varlığını önemsemeden işleyişine devam etmesinden kaynaklanmaktadır. Bu problemin giderilmesine yönelik olarak yapılan tavsiyeler ise Ara Rapor’da da ele alındığı şekliyle dört ana başlık altında toplanmaktadır.⁶³

1- Kayıt İşlemlerinin İyileştirilmesi:

İnternetin hızlı gelişimin destekleyici özelliğinden ötürü, alan isimleri kayıt işlemlerinin basit, etkin ve düşük maliyeti öngören mevcut sistemine büyük bir değişiklik getirilmemesi önerilmektedir.

2- Jenerik birinci derece alanında anlaşmazlıkların çözümü için basit, hızlı ve tek bir idari süreç

Alan isimleri ile fikri haklar arasında, markaların alan ismi olarak kötü amaçla kayıt ettirilmesi ve kullanımı şeklinde en fazla karşılaşılan ihtilafların giderilmesi amacıyla bir yöntem geliştirilmelidir. Bu şekilde, alan ismi kayıt anlaşması çerçevesinde, alan ismi için müracaat edenlerden üçüncü taraflardan bir talep gelmesi halinde bu süreci kabul etmeleri istenecek, tarafların hukuki hakları korunacaktır. Sürecin sonuçları bütün kayıt kurumlarınca uygulanacaktır. Süreç, alan isimleri ile markalar arasındaki tüm anlaşmazlıklardan ziyade sadece hakların kötü amaçlı kullanımı halinde uygulanacaktır.

3- Tanınmış markaların kötü kullanımının korunması:

Ulusal ve uluslararası yasalarla zaten özel bir korumaya sahip olan tanınmış markaların siberuzayda da korunması için yasal bir süreci izleyen ve ayrıcalık getiren bir

⁶³ Işıklı s.55 vd.

mekanizma önerilmektedir. Buna göre, yaygın bir coğrafi alanda ve çeşitli ürün sınıflarında tanınmış olan bir markayı tanımlayan bu ayrıcalıklı koruma, tanınmış markanın sahibi dışında diğer insanlar tarafından alan ismi olarak kayıt ettirilmesini engelleyecektir. Bütün tanınmış markalara bu ayrıcalık tanınmayacak, sadece bir ülkede ya da bir mal veya hizmet sınıfı içinde tanınmış olan markalar bundan yararlanamayacaklardır.

4- Yeni yaratılacak jenerik birinci derece alanlarının etkileri:

Raporda son olarak yeni yaratılacak jenerik birinci derece alanlarının etki değerlendirmesine yer verilmiştir. Buna göre, eğer kayıt işlemlerinde iyileştirme, tek bir anlaşmazlıkların çözümü süreci ve tanınmış markalara ayrıcalıklı koruma mekanizması kabul edilirse, yeni jenerik birinci derece alanların –kontrollü bir şekilde- yaratılmasının fikri hakların korunmasına büyük ölçüde zarar verici bir etkisi olmayacaktır.

WIPO Nihai Raporu sadece gTLD'lere uygulanmak üzere hazırlanmıştır. Ülkelerin ccTLD'lere ilişkin seçmiş oldukları kurumlar isterlerse, Rapor'un içerisinde yer alan önerilerden yararlanabileceklerdir.

3.5.2.1.2. WIPO İkinci Çalışma Süreci

WIPO Temmuz 2000'de yeni bir süreç başlatmıştır. Bu süreç ilkinden ayrılması amacıyla "Alan Adları İkinci Çalışma Süreci-Second Domain Name Process" olarak adlandırılmaktadır. WIPO'nun Nihai Rapor'unda ele alınan ancak ilk süreç kapsamına girmeyen hususların yeni bir süreçte değerlendirilmesi ihtiyacı 19 WIPO üyesi ülkenin girişimiyle gündeme gelmiştir.⁶⁴

WIPO ikinci süreci 10 Temmuz 2000 tarihinde WIPO2 RFC-1'in yayınlanması ile başlamıştır. İlk aşama 15 Ağustos 2000 tarihine kadar sürmüştü ve bu tarihe kadar belirlenen konuların sınırlarının çizilmesi ve görüşlerin alınması amaçlanmıştır. Önerilerin değerlendirilmesi ve tartışılması sonucu 13 Ekim 2000 tarihinde RFC-2'nin yayınlanması ile ikinci aşama başlamıştır. 29 Aralık 2000 tarihine kadar süren ikinci

⁶⁴ WIPO RFC-1, <http://wipo2.wipo.int/process2/rfc/rfc1/index.html>

aşamada yine ilgili çevrelerden öneriler alınmıştır. Bu önerilerin değerlendirilmesi sonucu 12 Nisan 2001 tarihinde RFC-3 ile bir Ara Rapor (Interim report) yayınlanmıştır. 15 temmuz 2001 tarihine kadar olan üçüncü aşama sonunda 3 Eylül 2002 tarihinde ikinci süreç Nihai Raporu (Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process) yayınlanmıştır.⁶⁵ “Internet Alan Adları Sisteminde Hakların Tanımlanması ve isimlerin kullanımı-The Recognition of Rights and The Use of Names in the Internet Domain Name System” adı ile yayınlanan raporda:

- Kişisel isimlerin (Personal Names)
- İlaç etken maddeleri için Dünya Sağlık Örgütü’nce belirlenen Uluslararası Mülkiyet Dışı İsimlerin (International Nonproprietary Names-INNs)
- Uluslararası kuruluşların isimlerinin (Names of International Intergovernmental Organizations)
- Markalar dışındaki fikri haklardan coğrafi işaretler (Geographical Identifiers) ile ticari isimler (Trade Names)

konularının alan adları ile ihtilafları ortaya konulmuş ve UDRP benzeri çözüm önerilerinin getirilmesi tartışılmıştır.

Markalar dışındaki diğer fikri haklarda markaların korunmasındaki gibi uluslararası gelişim henüz yaşanmamıştır. Ticari isimler olan ticaret unvanları ve işletme adlarıyla coğrafi işaretlerde ulusal korumalar mevcut olmakla birlikte tüm dünyada bu adlar için uygulanacak ortak koruma şekli henüz oluşturulamamıştır. Coğrafi yer adları ve kişi isimlerinde ise hiçbir uluslararası koruma yoktur.

- İlaç etken maddeleri için Dünya Sağlık Örgütü’nce belirlenen Uluslararası Mülkiyetdışı İsimlerin (International Nonproprietary Names-INNs) ile ilgili olarak, herhangi bir hak sahibi WIPO’ya başvurularak kayıtlı bir alan adının herhangi bir INNs’e benzer olduğunu bildirir ve WIPO da Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ile işbirliği içinde bu benzerliğin var olduğuna karar verirse, durum ICANN’a bildirilecek ve alan adı iptal edilebilecektir.

⁶⁵ “Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, The Recognition of Rights and the use of Names in the Internet Domain Name System”, <http://wipo2.wipo.int>

- Uluslararası Kuruluşların İsimleri (Names of International Intergovernmental Organizations-IGOs) için UDRP benzeri bir uyuşmazlık çözüm mekanizması oluşturulması fikri ortaya atılmıştır. IGOs, kendi adı ile aynı veya karıştırılabilecek kadar benzer bir alan adının varlığı nedeniyle şikayette bulanabilecek ve eğer alan adı sahibinin üstün bir hakkı yok ise ve karıştırılma ihtimali var ise, yine alan adı iptal edilebilecektir. Uluslararası kuruluşlar için IANA tarafından konulan “.int” üst düzey alan adının etkinliği ve yaygınlığı artırılabilir ancak bu dünya çapındaki birbirlerine benzeyen kısaltmaları olan uluslararası kuruluşlar arasındaki karıştırılmayı önlemeye yetmeyebilir. Bunun için diğer üst düzey alan adları da örneğin “.org” kullanılmalıdır.
- Coğrafi işaretler ve işletme adları için UDRP herhangi bir koruma sağlamamaktadır. Burada mevcut olan temel problemleri çözmek için sınır ötesi korumalar getirilmelidir.

3.5.3. UDRP Uyuşmazlık Çözüm Prosedürü

3.5.3.1. Kısa Tarihçe ve Yetkili Tahkim Kuruluşları

WIPO'nun birinci süreç nihai raporunu 30 Nisan 1999'da yayınlamasından sonra ICANN tarafından gerekli çalışmalar başlatılmış ve bazı düzenlemeler yapılmıştır. Özellikle, alan isimleri kayıt kurumlarına ilişkin en iyi uygulamalar sistemi ve gTLD'lerde anlaşmazlıkların halli politikası oluşturulması ICANN tarafından başlatılan ve sonuçlandırılan girişimlerdir.

ICANN'a sunulan WIPO Nihai Rapor'unda özellikle anlaşmazlıkların halli için yeni bir sistem önerisi getirilmiştir. Bu raporda, alan isimleri ile fikri haklar arasında çıkabilecek muhtemel sorunlar ve çözüm önerileri yer almış; “.com”, “.org” ve “.net” TLD'lerinde faaliyet gösteren tüm kayıt kurumlarının anlaşmazlıkların halli hususunda izleyeceği politikaların bir kurum tarafından belirlenmesi ve bunun da WIPO Hakemlik ve Arabuluculuk Merkezi (WIPO Mediation and Arbitration Center) olması tavsiye edilmiştir. Nitekim, ICANN Yönetim Kurulunun aldığı bir kararla, DNSO İsim

Konseyince bir Çalışma Grubu (Working Group A) oluşturulmuş ve WIPO tarafından yapılan öneriler değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma Grubunca 29 Temmuz 1999 tarihinde bütün kayıt kurumlarınca izlenecek yeknesak bir anlaşmazlıkların halli politikası oluşturulmuş ve Nihai Rapor DNSO İsim Konseyine sunulmuştur. DNSO tarafından onaylanan bu politika 26 Ağustos 1999 tarihinde Şili’de yapılan toplantıda ICANN Yönetim Kurulu tarafından kabul edilerek kamuoyu görüşlerine açılmıştır. Nihayetinde 24 Ekim 1999 tarihinde, uygulama belgeleriyle beraber, “Alan İsmi Anlaşmazlıklarının Halli için Yeknesak Politikalar (The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy-UDRP) kabul edilmiş, 29 Kasım 1999 tarihinde, ilk servis sağlayıcı kurum olarak WIPO onaylanmış ve politikalar 1 Aralık 1999’da uygulamaya konmuştur. Bunun hemen ertesinde WIPO Hakemlik ve Arbuluculuk Merkezi’ne 2 Aralık 1999 tarihinde ilk ihtilaf dosyası müracaatı yapılmış ve ilk on-line karar 14 Ocak 2000 tarihinde verilmiştir. Dava 45 gün içerisinde sonuçlanmış olup, sistemin bu şekilde hızlı çalışması hedeflenmiştir.⁶⁶

ICANN, UDRP sistemini 1 Aralık 1999 tarihinden itibaren uygulamaya başlamış, ancak prosedürün resmi anlamda yürürlüğe girmesi 1 Ocak 2000 tarihi olmuştur. ICANN tarafından, UDRP’yi uygulamak üzere başlangıçta dört adet servis sağlayıcı belirlenmiştir. Bunlar;

- 1- WIPO (World International Property Organization):⁶⁷ 1 Aralık 1999 tarihinde akredite edilmiştir. Akredite edilen ilk servis sağlayıcıdır.
- 2- NAF (National Arbitration Forum):⁶⁸ 23 Aralık 1999 tarihinde akredite edilmiştir.
- 3- eResolution (eRes): 1 Ocak 2000 tarihinde akredite edilmiştir. 16 Ekim 2000’den önce DeC olarak biliniyordu. 30 Kasım 2001 tarihinden itibaren dava kabul etmemeye başlamıştır. Merkezi Montreal/Kanada’dadır.
- 4- CPR-CPR Institute for Dispute Resolution:⁶⁹ 22 Mayıs 2000 tarihinde akredite edilmiştir. Merkezi New York’tur.
- 5- Asian Domain Name Dispute Resolution Centre (ADNDRC):⁷⁰ 28 Şubat 2002 tarihinde akredite edilmiştir. Pekin ve Hong Kong’da iki ayrı bürosu mevcuttur.

⁶⁶ WIPO Arbitration and Mediation Center, Case No. D99-0001, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/d99-001.html-\(worldwrestlingfederation.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/d99-001.html-(worldwrestlingfederation.com))

⁶⁷ WIPO, <http://arbiter.wipo.int/domains/>

⁶⁸ National Arbitration Forum, <http://arbforum.com/domains/>

⁶⁹ CPR Institute for Dispute Resolution, <http://www.cpradr.org>

Pekin Ofisi, “Çin Uluslararası Ekonomik ve Ticaret Arabuluculuk Komisyonu-China International Economic and Trade Arbitration Commission-CIETAC”⁷¹ tarafından idare edilmektedir. Hong Kong ofisi ise, “Hong Kong Uluslararası Arabuluculuk Merkezi-Hong Kong International Arbitration Centre-HKCIAC”⁷² tarafından idare edilmektedir.

ICANN’ın tahkim kurallarının dışında her bir servis sağlayıcının uyguladığı “ek kurallar” mevcuttur. Bu kurallar genellikle, ücretler, başvuru şekilleri, hakemlerin seçimi ve reddi gibi kurallara ilişkindir.⁷³

3.5.3.2. ICANN Tahkim Kuralları Kapsamı

ICANN tahkim usulü klasik tahkimden farklı bir usule tabidir. Öncelikle ICANN Tahkim Usulü, alan adı tescili esnasında yapılan sözleşmelere konulan özel bir klotla zorunlu olarak kabul edilir. Ayrıca ICANN Tahkim Usulü, normal tahkim usulüne göre daha çabuk ve ucuz bir usuldür. İnternet üzerinden yapılabilecek ilk başvuru sonrasında ortalama 45 gün gibi bir sürede süreç sonlandırılmaktadır.

ICANN Tahkim Usulü, tescil makamının tahkim kurallarını kabulünden sonra gerçekleşen bütün uyuşmazlıklara uygulanacaktır. Tescil makamının bu kuralları kabul etmesiyle, o tescil kuruluşundan alan adı alan kişi ve kurumlar da bu usulü otomatik olarak kabul etmiş olmaktadır. Tescil kurallarında yapılacak sonraki değişikliklerde alan adını tescil ettirene karşı otomatik olarak uygulanacaktır. İlk uygulanmaya başlandığı zamanlarda sadece “.com”, “.org” ve “.net” gTLD’lerinde uygulanması kararlaştırılan tahkim usulü sonradan yeni gTLD’lerin de eklenmesiyle bütün gTLD’lere uygulanabilen bir çözüm şekli olmuştur. Ayrıca isteyen ccTLD idareleri de bu usulü kabul edebilirler veya bu usulden yararlanabilirler. İngiltere bu usule benzer bir uyuşmazlık çözüm şekli olarak NOMINET uyuşmazlıkları çözüm usulünü uygulamaktadır.

⁷⁰ Asian Domain Name Dispute Resolution Centre, <http://adndrc.org/adndrc/index.html>

⁷¹ China International Economic and Trade Arbitration Commission, http://www.cietac.org.cn/english/e_index.htm

⁷² <http://hkiac.org/main.html>

⁷³ WIPO’nun ek kuralları <http://arbiter.wipo.int/domains/rules/supplemental/index.html> National Arbitration Forum’un ek kuralları <http://www.arbforum.com/domains/UDRP/rules.asp> adresinde bulunabilir.

22 farklı ülke UDRP çözüm şeklini benimsemiştir. .AC (Ascension Island), .AG (Antigua and Barbuda), .AS (American Samoa), .BS (Bahamas), .BZ (Belize), .CY (Cyprus), .EC (Ecuador), .FJ (Fiji), .GT (Guatemala), .LA (Lao People's Democratic Republic), .MX (Mexico), .NA (Namibia), .NU (Nuie), .PA (Panama), .PH (Philippines), .PN (Pitcairn Island), .RO (Romania), .SH (Saint-Helena), .TT (Trinidad and Tobago), .TV (Tuvalu), .VE (Venezuela), and .WS (Western Samoa).

3.5.3.3. UDRP Kuralları⁷⁴ ve Karar Örnekleri

UDRP kurallarının birinci maddesinde amaç belirtilmiştir. Amaç, alan adının kaydı veya kullanımından doğabilecek anlaşmazlıklarla ilgili hüküm ve şartları belirlemektir. Alan adı için başvuruda bulunan kişi, verilen bilgilerin eksiksiz ve doğru olduğunu, alan adı kaydının üçüncü bir tarafın yasal haklarını ihlal etmeyeceğini, kanunsuz bir iş yapmak amacıyla kayıt yaptırmadığını ve alan adını kanuna aykırı şekilde kullanmayacağını garanti edecektir(m.2). Dolayısıyla, kayıt edilen alan adı üçüncü bir tarafın haklarını ihlal ediyor veya kanuna aykırı surette kullanılıyorsa, alan adı korunmayacaktır. UDRP'nin 4. maddesinde, alan adı ile ilgili bir uyuşmazlığın UDRP vasıtasıyla silinmesi veya devri için gerekli şartlar “Zorunlu İdari Hükümler” başlığı altında sayılmıştır. Buna göre alan adı ile ilgili tahkim kuruluşlarından birine başvuran şikayetçi şunları savunacak ve ispatlayacaktır:

- 1- İnternet Alan Adının ticari bir marka veya hizmet markası ile aynı veya iltibasa mahal verecek şekilde benzer olduğunu,
 - 2- İnternet Alan Adı üzerinde herhangi bir hakkı veya haklı menfaati olmadığını,
 - 3- İnternet Alan Adının kötüniyetli olarak tescil edilmiş ve kullanılmış olduğunu,
- Davacı, idari davada bu üç unsurun da bulunduğunu ispatlamalıdır.

1- Aynı veya Benzer Olması

UDRP'nin 4. maddesine göre sadece markalar korunmaktadır. UDRP kurallarının 4 (a) maddesi (i) bendinde “Alan adının ticari bir marka veya hizmet markası ile aynı veya

⁷⁴ Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, ICANN, <http://www.icann.org/udrp/udrp-policy-24oct99.htm> (Bkz. EK 1)

iltibasa mahal verecek şekilde benzer olduğu (your domain name is identical or confusingly similar to a trademark or service mark) ifadesi geçmektedir. Ancak UDRP uygulamaları ile ticari marka ve hizmet markası terimi geniş anlamda kullanılarak tanınmış olan gerçek kişi adlarının da bu kapsamda korunduğu görülmektedir. Marka, kapsamına sadece tescilli markalar değil, tescil edilmediği halde kullanılan ve tanınan markalar da girmektedir. Burada daha çok anglo-sakson hukukunda görülen “common law trademarks” markaların korunması amaçlanmaktadır.⁷⁵ ABD’de bu tür bir markanın tescil edilebilmesi için uzun bir süredir kullanılıyor olması gerekir. İşletme adları ile cins ve meslek isimleri ise UDRP kapsamına girmez. Bu halde, ancak mahkemeler nezdinde haksız rekabete dayalı olarak “passing off” davaları ile koruma sağlanabilir.

Şikayetçi için, alan adının marka ile olan benzerlik ve ayniyetinin ispatlanması nisbeten kolay olmaktadır. Burada önemli olan, şikayetçinin haklı ve geçerli bir markasının olmasıdır. Benzerlik hali, marka ile alan adı arasındaki telaffuz, harf dizimi ve çağrışım esas alınarak araştırılır. Marka ile alan adı aynı ise benzerlik zaten vardır.⁷⁶ Markanın bir harfini silerek veya markaya bir harf ekleyerek oluşturulan alan adları benzerlik olduğu için korunmayacaktır. Örneğin Toyota Motor ile John Zuccarini davasında panel “toyoto.com” alan adının davacı Toyota firmasına transferine karar vermiştir.⁷⁷ Davalı John Zuccarini’nin davacının 1958 yılından beri ABD’de kullandığı tescilli markası olan “Toyota” adını, 3 Mayıs 2000 tarihinde kendi adına tescil ettirmiştir. Davacının markası tescilli ve tanınmış bir markadır. Alan adı ile marka arasında iltibas olması için tam bir ayniyet şart değildir. Davalı ise, bu alan adını kullanmasında haklı bir menfaati olduğunu ispatlayamamıştır. Dünyaca tanınmış olan Toyota markasını kötüniyetli bir şekilde alan adı olarak tescil ettirdiğinden bahisle, “toyoto.com” alan adının davacıya transferine karar verilmiştir. Yine, “beanybabies.com”, “beanybaby.com” ve “beaniesbabies.com” alan adları tescilli marka “Beanie Babies” markası ile karıştırılacak kadar benzer kabul edilerek alan adının şikayetçiye transferine karar verilmiştir.⁷⁸ Bir başka kararda, “micorosft.com” alan adı, şikayetçinin tescilli ve

⁷⁵ “Common Law Trademark Rights”, <http://www.bitlaw.com/trademark/common.html> (Aralık 2003)

* Verilen karar örneklerinde yazım kolaylığı sağlanması için alan adlarının “www” kısmı yazılmadan örnekler verilecektir.

⁷⁶ WIPO, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2003/d2003-0004.html>-(marlbora.com)

⁷⁷ WIPO, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0951.html>-(toyoto.com)

⁷⁸ WIPO, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0370.html>-(beaniebabies.com)

tanınmış olan “microsoft” markasına benzediği ve halkı yanıltmaya elverişli olduğu için, şikayetçiye transfer edilmiştir.⁷⁹

Alan adının karışıklığa yol açıp açmadığında incelenen kısmı “second level domain” denilen ikinci düzey alan adıdır. gTLD’lerin farklı olması benzerlik ya da karıştırılmayı engellemez. Çünkü gTLD’ler kaynak belirten kısımlar değildir. Şikayetçi Microsoft firmasına ait “microsoft.com” alan adı ve tescilli markası, davalı tarafından kullanılan “microsoft.org” alan adı ile benzer kabul edilerek, davalının alan adının davacı Microsoft firmasına transferine karar verilmiştir.⁸⁰

Karışıklığa meydan verme tehlikesi oluşması için, markanın ayırt edici özelliğinin kuvvetli veya zayıf olması önem arz etmez. Bu nedenle tescil edilmemiş bir marka olan “TourPlan” markası, “tourplan.com” alan adı ile karıştırılma tehlikesi oluşturmaktadır.⁸¹

Marka ile alan adı arasına markada olmayan işaretler konulması da karıştırılma tehlikesini engellemez. Örneğin, tescilli “tipp-ex” markasının “tippex.com” şeklinde alan adı olarak kayıt edilmesi, karıştırılma tehlikesini ortadan kaldırmamıştır.⁸²

Markanın yazımında boşluk bırakılmış fakat alan adında bu boşluk yoksa karıştırılma tehlikesi yine mevcuttur. 1997 yılından beri beslenme ürünlerinde ticari marka olarak kullanılan ve 2002 yılında “ABD Marka ve Patent Ofisine-US Patent and Trademark Office-USPTO” tescil edilen “Green Tea Plus” markası sahibi olan şirket, “greenteaplus.com” alan adının kötüniyetle tescil ettirildiğini, alan adı sahibinin bu alan adını kullanmakta haklı menfaati olmadığını ve alan adının kendi markası olan “Green Tea Plus” ile karıştırılma tehlikesi içerdiğini belirterek 9 Ocak 2004’de NAF’a başvurmuştur. NAF, 25 Şubat 2004’de verdiği karar ile, şikayetçinin iddialarını kabul etmiş ve alan adının şikayetçiye transferine karar vermiştir.⁸³

⁷⁹ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2004/d2004-0027.html-\(micorosft.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2004/d2004-0027.html-(micorosft.com)); ayrıca bkz. [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1711.html-\(yahoo1.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1711.html-(yahoo1.com))

⁸⁰ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0053.html-\(microsoft.org\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0053.html-(microsoft.org))

⁸¹ Tourism and Corpotate Automation Ltd. V. TSI Ltd., AF-0096, 2000-03-16, [http://www.eresolution.com/services/dnd/decisions/0096.htm-\(tourplan.com\)](http://www.eresolution.com/services/dnd/decisions/0096.htm-(tourplan.com)); Bozbel, s.232

⁸² WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0418.html-\(tippex.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0418.html-(tippex.com))

⁸³ National Arbitration Forum, [http://www.arbforum.com/domains/decisions/224966.htm-\(greenteaplus.com\)](http://www.arbforum.com/domains/decisions/224966.htm-(greenteaplus.com))

Bir alan adında, markanın tamamının yer aldığı hallerde, alan adının markaya ilaveler yapılmış şekilde oluşturulması, karıştırılma tehlikesini ortadan kaldırmaz. Şikayetçi, Porche şirketi, “Porche” markasını 50 yıldır tescilli olarak kullanmaktadır. “Porche” markası dünyaca ünlü ve tanınmış bir markadır. Porche firması kendi tanınmış markası ile ilgili olan “porschetennis.com” alan adının, kendi markasının şöhretinden haksız olarak faydalanmak için kötüniyetle tescil edildiğini belirterek alan adının kendisine transferini istemiştir. Panel, “tennis” adının “porsche” tanınmış markasına “ayırt edicilik” katmadığını ve davalının başka alan adlarını da bu şekilde kötüniyetli şekilde tescil ettirdiğini belirterek, alan adının şikayetçi tarafa transferine karar vermiştir.⁸⁴ Bir başka davada “microsoftcorporation.com” alan adının şikayetçinin tescilli ve tanınmış markası “microsoft”a benzer olduğu nedeniyle ve “corporation” kelimesinin ayırt edicilik sağlamadığını, jenerik bir isim olduğunu belirterek panel, alan adının şikayetçiye transferine karar vermiştir.⁸⁵

UDRP 4.maddesi kapsamında ünlü kişilerin isimleri de sokularak, ünlü kişilerin isimlerini alan adı olarak kayıt ettirerek daha sonra satmayı düşünenlerin alan adları koruma dışında tutulmaktadır. Hizmet markası olarak düşünülen ünlü kişilerin isimleri de böylece korunmaktadır. Bir marka doğal olarak ayırt edici niteliğe sahip değilse, üzerinde hak iddia edenin bu markaya ticarete kullanım yoluyla ikincil anlam kazandırmasıyla –acquire secondary meaning- da marka hakkı elde edilir.⁸⁶ Anglo-Sakson hukukunda egemen olan bu ilke gereğince ünlü kişilerin adları da UDRP kapsamında marka olarak düşünülerek, korunmaktadır. Bu kararlardan birinde,⁸⁷ İngiltere’de ikamet eden şikayetçi Jeanette Winterson, 21 ülkede 18 farklı dilde kitapları basılan, ünlü bir yazardır. Davalı ise yine İngiltere’de ikamet eden 132 farklı yazar adını alan adı olarak geliştirmek ve kullanıcılara yazarlara tanıtmak üzere “writerdomains.com” alan adı ile faaliyette bulunmak isteyen Mark Hogarth adlı akademisyendir. Ancak, Hogarth, bu alan adlarını akademik bir amaç için değil, kullanarak değer kazandırıp satmak için almaktadır. Bunu, hem kendisi diğer ünlü yazarlara yaptığı tekliflerle hem de Jeanette Winterson ile yaptığı telefon görüşmesinde ifade etmiştir. Panel, bütün bunları dikkate alarak, Jeannette Winterson’un UDRP’nin 4

⁸⁴ WIPO, [http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2003/d2003-0042.html-\(porchetennis.com\)](http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2003/d2003-0042.html-(porchetennis.com))

⁸⁵ WIPO, [http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2004/d2004-0046.html-\(microsoftcorporation.com\)](http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2004/d2004-0046.html-(microsoftcorporation.com))

⁸⁶ Oytaç s.81

⁸⁷ WIPO, [http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0235.html-\(jeannetewinterson.com\)](http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0235.html-(jeannetewinterson.com))

.maddesindeki şartları kanıtladığını ve tescilli olmasa da kullanım yoluyla ayırt edicilik kazanan “jeanettewinterson” adının korunmaya değer olduğu, İngiliz hukukunda da tescilsiz markanın kullanım yoluyla korunmasının mümkün olduğu belirtilerek, “jeanettewinterson.com”, “jeanettewinterson.net” ve “jeanettewinterson.org” alan adlarının şikayetçiye devrine karar vermiştir. Bir başka kararda, panel “madonna.com” alan adının, Madonna Ciccone adlı ünlü sanatçıya devrine karar vermiştir.⁸⁸ Bu olayda panelin işi nisbeten kolay olmuştur çünkü “madonna adı” sanatçının tescilli markasıdır. Dolayısıyla alan adını kayıt ettiren Dan Parisi’nin kullanımda haklı menfaati olmadığı, kötüniyetli hareket ettiği nedeniyle alan adının transferine karar verilmiştir. Bir başka kararda, aktriss “Julia Roberts”, “juliaroberts.com” alan adının kendisine devri talebiyle panele başvurmuştur. “Julia Roberts” adı sanatçının tescilli markası olmamasına rağmen kullanım sonucu markaya ayırt edicilik kazandırdığı nedeniyle panel, alan adının Julia Fiona Roberts’a devrine karar vermiştir.⁸⁹ Daha sonra davalı Russell Boyd, mahkemeye başvurarak dava açmış ise de mahkeme verdiği kararda, Boyd’un kötüniyetli şekilde başkasının ismini alan adı olarak tescil ettirdiği gerekçesiyle Boyd’un davasını reddetmiştir. Boyd, alan adını bütün hakları ile birlikte davacıya transfer etmiştir.⁹⁰

Tahkim kuruluşları her zaman, ünlü kişileri korumamıştır. Sting kararında,⁹¹ tahkim davalı lehine karar vermiştir. Gordon Sumner, İngiliz vatandaşı olan ABD’de ikamet ve “Sting” takma adıyla 1978’den beri tanınan ve kasetler yapan ünlü bir sanatçıdır. Sanatçı, kendi şöhretinden haksız menfaat sağlandığını ileri sürerek “sting.com” alan adının kendisine transferi talebiyle tahkime başvurmuştur. Ancak sanatçı “Sting” adını marka olarak tescil ettirmemiştir. Davalı ise, ABD’de ikamet eden Michael Urvan adlı kişidir. Michael Urvan, kendisinin uzun süredir “Sting” takma adını kullandığını, alan adını Temmuz 1995’de kayıt ettirdiğini, internette kullanıcılar arasında “Sting” adı ile tanındığını, ayrıca “Sting” adının sözlükde pek çok anlama geldiğini sadece ABD’de Sting adını içeren 20’yi aşkın marka bulunduğunu belirterek alan adını kullanmakta haklı menfaati olduğunu belirtmiştir. Ayrıca davalı, alan adını satmayı düşünmediğini, satış teklifinde bulunmadığını dolayısıyla kötüniyetli olmadığını da belirtmiştir. Tek kişiden oluşan panel, davalının savunmasına hak vermiş, “Sting” adının sözlüklerde pek

⁸⁸ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0847.html-\(madonna.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0847.html-(madonna.com))

⁸⁹ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html-\(juliaroberts.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html-(juliaroberts.com))

⁹⁰ *Boyd v. Roberts*, 00-CV-968 (E.D. Va. Jan. 26, 2001).

⁹¹ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0596.html-\(sting.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0596.html-(sting.com))

çok anlamı olduğunu üstelik şikayetçinin “Sting” adının gerçek ismi olmadığı, takma isim olarak kullandığı ayrıca bunu tescil de ettirmediği, davalının kötüniyetli davranışlar içinde olduğunu da ispatlayamadığını belirterek şikayeti reddetmiştir.

2- Davalının Haklı Menfaatinin Bulunmaması

UDRP kuralları 4 (a) maddesi (ii) bendine göre “Internet Alan Adı üzerinde davalının herhangi bir hakkı veya haklı menfaati olmadığı (no rights or legitimate interest in respect of the domain name)” da ispatlanmalıdır.

UDRP 4(a)’ya göre şikayetçinin ispatlaması gereken hususlardan birisi de alan adını kullananın bu ad üzerinde herhangi bir hakkı veya haklı menfaati olmadığını ispatlamaktır. Burada ispat külfeti yer değiştirmiş görünmektedir. Gerçekten, alan adı üzerinde herhangi bir üstün hakkı olduğunu iddia eden davalının bu iddiasını ispatlaması beklenirdi. Ancak UDRP 4 (a)’nın kaleme alınış şekline ispat külfeti şikayetçiye geçmiş görünmektedir. Tahkim kuruluşları nezdinde görülen davalarda hakemler, bu ispat külfetini genellikle davalı tarafa yüklemektedir. Yani, alan adını kullanmakta haklı menfaati olduğunu iddia eden davalı taraf, bunu ispatlamakla yükümlüdür. Davalı bu şekilde üstün hakkı olduğunu ispatlayarak, tescil ettirdiği alan adının korunmasını sağlamış olacaktır. UDRP, 4 (c) maddesinde davalının cevaplarını nasıl vermesi gerektiğini anlatırken –sınırlı sayıda olmayan- üç hal sayılmıştır. Alan adı sahibinin, şikayetçiye karşı ileri sürebileceği imkanlar olan bu haller;

- Alan adı sahibinin, kendisine tahkim usulüne başvurulduğu bildirilmeden önce, alan adı veya buna uygun bir terimi bir mal veya hizmet arzı için kullanmış veya kullanılması için bir takım hazırlıklar yapmış olması; veya
- Alan adı sahibinin, alan adı üzerinde bir marka ya da hizmet markası veya kanuni haklara sahip olmadığı halde, toplumda bu alan adı altında tanınmış olması; veya
- Alan adını, sözkonusu markayı karalamak veya tüketicileri yanlış yönlendirerek ticari kazanç sağlama amacı olmaksızın, kanuni sınırlar içinde dürüst bir şekilde kullanılması

Bu hususlar tahdidi değildir. Hakemler kendiliğinden, yukarıdaki hallerden herhangi birisinin var olup olmadığını kontrol etmek zorundadır.

NAF'ta görülen bir uyuşmazlıkta,⁹² şikayetçi "GALLUP Inc" seçim araştırmaları konusunda 60 yıldır faaliyet gösteren bir şirkettir. "Gallup" markası ise ABD'de en çok bilinen ve arama motorlarında en çok aranan ve sonuç veren markalardan bir tanesidir. Şikayetçi tarafın ayrıca "Gallup Poll" markası da tescillidir. Şirket "galluppoll.com" ve "gallup-poll.org" alan adlarına sahiptir. Şikayetçi taraf "gallupeurope.com" alan adının kötüniyetli olarak tescil edildiğini, bu alan adını tescil eden kişiyle arasında bir lisans sözleşmesi veya herhangi bir ilişki bulunmadığını belirterek "gallupeurope.com" alan adının kendisine devredilmesi amacıyla 22 Ağustos 2003'de tahkime başvurmuştur. Davalı şirket ise merkezi Belçika'da bulunan uluslararası bir istatistik şirketidir. Şirket bu konularda 29 yıldır faaliyet göstermekte ve "EOS Gallup Europe" adıyla tanınmakta ve bilinmektedir. Davalı 5 Eylül 1990'da "EOS Gallup Europe" markasını Benelux markası olarak tescil ettirmiştir. Ayrıca 20 Şubat 1991'de de "EOS Gallup Europe" markasını Almanya, Avusturya, İspanya, Fransa ve Macaristan'da geçerli bir uluslararası marka olarak tescil ettirmiştir. Davalı 8 Temmuz 2002 tarihinde de "gallupeurope.com" alan adını kendi adına tescil ettirmiştir. Üç kişiden oluşan panel yaptığı incelemede UDRP 4. maddesine göre şikayetçinin ispatlaması gereken hususlardan birinin de alan adı ile ilgili davalının haklı bir menfaatinin olmaması hali olduğunu, davalının "EOS Gallup Europe" markasının tescilli markası olduğu ve bu marka altında faaliyette bulunduğu dolayısıyla, şikayetçinin UDRP 4 (a) (ii)'de yer alan haklı menfaat olmadığı maddesini ispatlayamadığı nedeniyle davanın reddine, alan adının davalı tarafta kalmasına 2 Aralık 2003'de oybirliğiyle karar vermiştir.

Haklı kullanım kavramı geniş olarak düşünülmesi gereken bir kavramdır. Bir hakkı sadece 'tescilli' diye üstün hak kabul etmek yanlıştır. Her olayın somut şartları dikkate alınarak bir karar verilmelidir. Nitekim, WIPO nezdinde görülen bir davada,⁹³ davacı 1983 yılından beri ticari faaliyetlerinde "sixnet" adını kullanmaktadır. Davacı Digitronics firması "sixnet" adını 13 Kasım 1984'de Birleşik Devletler Patent ve Marka

⁹² National Arbitration Forum, [http://www.arbforum.com/domains/decisions/190461.htm-\(gallupeurope.com\)](http://www.arbforum.com/domains/decisions/190461.htm-(gallupeurope.com))

⁹³ WIPO, [http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0008.html-\(sixnet.com\)](http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0008.html-(sixnet.com)); Selma Toplu

Ünlü, "İnternet Üzerinde Marka Tecavüzü ve Haksız Rekabet", İstanbul Barosu İnternet ve Hukuk Konferansları, Nisan 2003

Ofisine tescil ettirmiştir. Ayrıca 11 Ağustos 1998’de de Kanada da bu markasını tescil ettirmiştir. Davacı bilgisayar ağ yapıları ve sistemleri alanında faaliyette bulunmaktadır. Davalı ise “Six.net” adı ile 1995’den beri faaliyette bulunan bir internet servis sağlayıcısıdır. Davalı 16 Ocak 1996’da “sixnet.com” alan adını adına tescil ettirmiştir. Ayrıca davalı “@ six.net registered” adı ile ticaret unvanını da 13 Şubat 1996’da tescil ettirmiştir. Davacı, davalıya alan adını devretmesi için mektup yazmasına rağmen bu teklifi davalı tarafından kabul edilmemiştir. Ayrıca davalı, bu alan adını satmayı teklif etmemiştir. Siteye girildiği zaman, davacının şirketi karıştırma oluşturacak bir hal yoktur. Davalı, kendi ticari faaliyetlerini yürütmektedir. Davalı şirketin merkezi ABD’de New York’dur. Davalı ise Kanada’da faaliyette bulunmaktadır. Davacının markası Kanada da tescillidir ancak tanınmış ve meşhur değildir. Davacı, UDRP kurallarının 4(a) maddesinde yer alan davalının haklı kullanımı olmadığı iddiasını ispatlayamamıştır. Davalı ise bu alan adı ile 1996 yılından beri tanındığını ve faaliyetlerini sürdürdüğünü belirtmiştir. Tahkim davalının alan adını kullanmakta UDRP 4 (c) maddesindeki haklı kullanım hallerinin bulunduğunu, davacının benzerlik halini ispatlamasına rağmen kötüniyet ve haklı kullanım olmadığı unsurlarını ispatlayamadığı gerekçesiyle “sixnet.com” ve “six.net” alan adlarının transferi talebini 1 Mart 2000 tarihinde verdiği kararla reddetmiştir.

Haklı kullanımın hangi hallerde var olduğunu belirlemek her zaman kolay olmamaktadır. Örneğin, yetkili distribütörün, adına faaliyette bulunduğu firmanın markasını alan adı olarak kullanması haklı kullanım sayılacak mıdır? Tahkim kuruluşları, bu konuda farklı kararlar vermişlerdir. Örneğin NAF bünyesinde görülen bir davada,⁹⁴ “The New Piper Aircraft” adı ile uçak parçası ve aksesuarları üretmektedir. Firma “piper” markasını 1937’den beri kullanmaktadır. Markayı Birleşik Devletler Patent ve Marka Ofisine 30 Ağustos 1949 tarihinde tescil ettirmiştir. Davacı firma Ocak 1996’da “newpiper.com” alan adını kendi adına tescil ettirmiştir. Davacının, uçak yan ürünlerini ve aksesuarlarını pazarlayan ve satan davalı şirket ise “piper.com” alan adını 22 Mayıs 1997’de tescil ettirmiştir. Davacı firma, ilk kayıt zamanında “piper.com” alan adını kayıt ettirmek için herhangi bir başvuruda bulunmamıştır. Daha sonra , 28 Mart 2000 tarihinde tahkime başvurmuştur. Davalı, yaptığı savunmada, kendisinin bu alan adını UDRP 4 (c)’deki dürüst ve haklı kullanım kapsamında

⁹⁴ National Arbitration Forum, [http://www.arbforum.com/domains/decisions/94367.htm-\(piper.com\)](http://www.arbforum.com/domains/decisions/94367.htm-(piper.com))

kullandığını, alan adını satarak kar sağlamak gibi bir amacı olmadığını, “piper-aircraft” ürünleri satan birisi olarak müşterileri ile irtibat kurmak için “piper.com” alan adını seçtiğini, davacı firmanın markasından faydalanmadığını, “piper” kelimesinin ABD’de pek çok marka ve ticaret unvanında kullanılan bir kelime olduğunu, davacının alan adını “newpiper.com” olarak daha önce tescil ettirdiğini, isterse “kendi sitesinden davacı firma sitesine ‘bağlantı-link’ koyabileceğini” belirtmesine rağmen bunu davacının kabul etmediğini belirterek davanın reddedilmesini talep etmiştir. Davacı firma ise “piper” adının kendi tescilli markası olduğunu, “piper.com” alan adının kendi markası ile aynı olduğunu belirtmiştir. Tek kişiden oluşan panel, davacının ‘haklı kullanım bulunmadığını’ ispatlayamadığını belirterek davacının talebini reddetmiştir. Ancak bu karar çok tartışılmıştır. Bir satıcının, ürünü satması, o ürünün markasını kullanma hakkı vermez. Yetkili distribütör olması halinde dahi distribütörün, marka sahibinden izinsiz olarak markasını kullanması haklı değildir. Nitekim bir başka davada ünlü “Mercedes” arabası ile ilgili yedek parça satışı yapan ve “mercedesshop.com” alan adı altında “Mercedes ürünleri” hakkında bilgi veren, bakım ve performansla dair açıklamalar yapan davalının bu alan adını kullanmakta ‘haklı bir menfaati’ bulunmadığı “Mercedes” markasının 1909’dan beri bilinen ve kullanılan bir marka olduğu gerekçesiyle “mercedesshop.com” alan adının davacı firmaya transferine karar verilmiştir.⁹⁵

3- Kötüniyetli Tescil ve Kullanma

UDRP kurallarının 4 (a) maddesinin (iii) bendi gereği alan adının kötüniyetli olarak tescil edildiği ve kötüniyetli olarak kullanıldığı (domain name has been registered and is being used in bad faith) da ispatlanmalıdır.

UDRP 4 (a)(iii)’nin kaleme alınış şekline göre, bir alan adının devri veya silinmesini isteyen şikayetçi tarafın, alan adının hem kötüniyetli olarak tescil edildiğini hem de kötüniyetli olarak kullanıldığını ispatlaması gerekir. Gerçekten UDRP 4(a)(iii) “Internet alan adının kötüniyetli olarak tescil edilmiş ve kullanılmış olması sebebiyle” diyerek kullanımda ve tescilde kötüniyeti şart koşturmuştur. Fakat uygulamada bu ayrımı yapmak kolay değildir. Özellikle, alan adını tescil ettiren kişinin, alan adını hiç kullanmaması durumunda UDRP’nin lafzına sadık kalarak sorunu çözmek güçleşecektir.

⁹⁵ WIPO, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0160.html>-(mercedesshop.com)

UDRP 4(b) maddesi kötü niyetli tescile örnek olarak dört hali sıralamıştır:

- 1- Alan adını kendi adına tescil ettiren, alan adını marka sahibine veya rakiplerinden birine satmak, kiralamak veya başka şekilde devretmek amacıyla yapmışsa, meğer ki saadce belgelenmiş olan tescil masrafları talep edilmiş olsun.
- 2- Alan adı sahibinin tescili, ticari hayatta marka sahibinin markasını alan adı olarak kullanmasına engel olmak amacıyla yapmış olması,
- 3- Tescilin öncelikle, rakip firmaya zarar vermek amacıyla yapılması,
- 4- Alan adını, şikayetçi markaya çok benzer bir ismi seçmek suretiyle bilinçli olarak marka ile arada ticari bir bağlantı olduğu izlenimi vererek, ticari hayatta marka ile karışıklık oluşturmak böylece internet kullanıcılarını kendi sitenize çekmek suretiyle kazanç elde etmeyi amaçlamak,

Bu faktörler örnek kabilinden (illustrative) sayılmış hususlar olup, sınırlı sayıda (exhaustive) değildirler. Bu örneklerden anlaşılacağı üzere, kötüniyetli kullanım için aktif bir kullanım şart değildir. İlk üç husus, aktif bir kullanım olmadan da kötüniyetli kullanım olabileceği şeklinde yorumlanabilir. Tanınmış ve meşhur markaları alan adı olarak kayıt ettirmek ve sonra bunları asıl sahiplerine satmak amacıyla hareket eden kişilerin davranışları bu üç husus içinde düşünülerek kötüniyet kapsamına alınabilir. Özellikle alan adını tescil ettiren ve fakat hiç kullanmayan kişilerin de bu kapsamda kötüniyetli oldukları tespiti yapılabilecektir. Buna örnek bir davada “telstra.org” kararında⁹⁶, şikayetçi taraf, Avustralya’da faaliyette bulunan bir telekomünikasyon şirkettir. Avustralya telekomünikasyon sektörünün önde gelen firmalarından olan Telstra, “telstra” markasını 30 ülkede tescil ettirmiş veya tescili için başvuruda bulunmuş ve bu ismi 1993 yılından beri kullanmaktadır. Ayrıca “telstra.com” ve “telstra.net” alan adları ile de faaliyetlerini sürdürmektedir. Davalı “Nuclear Marshmallows” adı ile alan adını NSI’ya kayıt ettiren fakat verdiği irtibat adresi Avustralya’da bir postane olan, asıl kimliğini de saklayan birisidir. Uyuşmazlığa konu olan “telstra.org”, şikayetçinin tescilli markası ile aynıdır. Ancak, davalı alan adını hiç kullanmamıştır. Ayrıca alan adını şikayetçi tarafa satmayı da teklif etmemiştir. Bütün çabalara rağmen davalının gerçek kimliği ve adresi ise tespit edilememiştir. Davalı,

⁹⁶ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0003.html-\(telstra.org\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0003.html-(telstra.org))

dava dilekçesine de cevap vermemiştir. Bütün bunlardan, davalının özellikle gerçek kimliği ve adresini saklama çabası içinde olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak, UDRP'nin kaleme alınış şekline, bütün bu hareketlerin kötüniyet kapsamına sokulması maddenin yorumunu gerektirmektedir. Maddenin yorumundan kötüniyetli kullanım için sadece aktif bir davranış şart değildir, pasif bir davranış ile de kötüniyetli kullanım şartı sağlanabilir. Davada, davalı taraf, kendisiyle ilgili doğru adresleri vermemiş, davaya cevap vermemiş ve alan adı ile ilgili web sitesini aktif hale getirmemiştir. Ancak, davalının tanınmış bir marka olan “telstra” yı bilmemesi düşünülemez. Panel, burada kötüniyetli kullanıma esas olmak üzere, beş hali gözönünde bulundurmıştır:

- 1-Uyuşmazlığa konu markanın tanınmış ve meşhur olması
- 2-Alan adını kayıt ettiren kişinin, alan adını iyi niyetle kullandığına veya kullanacağına dair emarenin bulunmaması,
- 3-Sorumlunun gerçek kimliğini gizlemesi ve bunun için aktif bir çaba içinde olduğunun anlaşılması,
- 4-Sorumlunun tescil sözleşmesindeki irtibat adresinin yanlış olması ve bunu düzeltmek için bir çabasının olmaması,
- 5-Davalının, bütün bunların sonucunda ve şikayetçinin hakları yanında alan adını almakta meşru ve haklı bir sebebinin olmaması,

Bu sebeplere dayanarak, alan adının kötüniyetli olarak tescil edildiği ve kullanıldığını saptayan tek kişilik panel 18 Şubat 2000’de alan adının şikayetçiye devrine karar vermiştir. Bu karardan sonra pek çok kararda,⁹⁷ “telstra.org” kararı emsal alınarak, pasif davranışların kötüniyetli kullanım anlamına gelebileceği şeklinde yorum yapılmış ve alan adlarının marka sahiplerine transferi kararı verilmiştir. Merkezi ABD’de olan “CBS Broadcasting Inc” ile Edward Enterprises adlı kişi arasındaki “cbs.net” davasında da benzer bir karar⁹⁸ verilmiştir. Söz konusu davada, “cbs” markası, televizyon ve radyo yayınları yapan uluslararası bir şirket olan CBS Şirketi’nin 9 Temmuz 1968’de Birleşik Devletler Patent ve Marka Ofisine tescil ettirdiği markasıdır. Şirket 20 yıllık yenileme

⁹⁷ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0620.html-\(internet-in-the-sky.org\);](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0620.html-(internet-in-the-sky.org);)
[http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0627.html-\(polyesters.com\);](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0627.html-(polyesters.com);)
[http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0185.html-\(timekeeper.com\);](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0185.html-(timekeeper.com);)
[http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0055.html-\(guerlain.net\);](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0055.html-(guerlain.net);)
[http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0112.html-\(stralfors.net\);](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0112.html-(stralfors.net);)
⁹⁸ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0242.html-\(cbs.net\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0242.html-(cbs.net))

süresi sonunda 1988’de yeniden markasını tescil ettirerek, kullanmaya devam etmektedir. 5 Şubat 1996’da davalı “cbs.net” alan adını kendi adına tescil ettirmiştir. Şikayetçi şirket, 31 Mart 2000’de WIPO Hakemlik ve Arabuluculuk Merkezi’ne alan adının kendisine transferi talebiyle başvuruda bulunmuştur. Davalı, alan adını tescil ettirmiş fakat bir web sitesi olarak aktive etmemiştir. Davalı, şikayetçinin alan adının kendi tescilli markasıyla aynı olduğu ve kendisine transferi amacıyla yazdığı mektuba cevap vermemiştir. Panel kararına göre, davalının alan adının şikayetçinin markası ile aynı olduğu açıktır. Ayrıca davalının alan adını kullanmakta haklı menfaati de yoktur çünkü marka tescillidir ve davalı dava dilekçesine cevap vermemiştir. Davalının web sitesini aktif olarak kullanmadığını ancak “telstra.org” kararında pasif kullanma ile de kötüniyetli kullanım oluşabileceği şeklinde karar verildiğinden bahisle, davalının irtibat adresinin yanlış olduğu, davaya cevap vermediği ve şikayetçinin bütün çabalarına rağmen davalıya ulaşamadığı tespit edilerek, alan adını kötüniyetli olarak tescil ettirdiği ve kullandığı gerekçesiyle alan adının şikayetçi şirkete devrine karar verilmiştir. Bir başka kararda,⁹⁹ bilgisayar sektöründe faaliyet gösteren Hewlett-Packard şirketine ait tescilli marka olan “photosmart” adını “photosmart.org” şeklinde alan adı olarak tescil ettiren davalının, alan adı ile ilgili hiçbir faaliyette bulunmamasına rağmen, UDRP 4. maddedeki şartların sağlandığı nedeniyle alan adının şikayetçi marka sahibine transferine karar verilmiştir.

Alan adının kullanımında ölçüt alınacak husus, tescilden sonraki alan adı sahibinin davranışlarıdır. Alan adının, tescil masraflarının üzerinde bir meblağ karşılığı gerçek hak sahibine teklif edilmesiyle kötü niyetli tescil ve kullanma gerçekleşmiş olur.¹⁰⁰ Satış rakamının belirtilmediği hallerde de, alan adı sahibinin, tescil masraflarını aşan bir meblağı talep ettiği kabul edilir.¹⁰¹ Aynı şekilde, alan adının tescil masrafları karşılığında gerçek hak sahibine devredilmesi tekliflerini geri çeviren alan adı sahibi de kötü niyetli davranmış olur.¹⁰²

⁹⁹ National Arbitration Forum, [http://www.arbforum.com/domains/decisions/95359.htm-\(photosmart.org\)](http://www.arbforum.com/domains/decisions/95359.htm-(photosmart.org))

¹⁰⁰ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0004.html-\(amerikanvintage.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0004.html-(amerikanvintage.com))

¹⁰¹ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0053.html-\(microsoft.org\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0053.html-(microsoft.org))

¹⁰² WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0788.html-\(trigonbluecrossblueshield.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0788.html-(trigonbluecrossblueshield.com))

Alan adı sahibinin, başka alan adlarını da kayıt ettirmiş olması¹⁰³ onun kötünietine karine teşkil eder. WIPO nezdinde görülen “guerlain.net” davasında, davalı “guerlain” markası dışında 24 farklı markayı alan adı olarak tescil ettirmiş, bunlardan 14’ü kolayca tanınabilir markalardan oluşmaktadır. Panel, burada davalının bu davranışını alan adının kötünietli olarak tescil edilmesi ve kullanılması şartına ölçüt olarak almıştır. Yine “stralfors.com” kararında,¹⁰⁴ davalının başka markaları da alan adı olarak kayıt ettirmesi panelin kötünietli kullanım kanaatine varmasına yardımcı olmuştur.

UDRP, uyuşmazlık çözüm mekanizması sonucu verilen tahkim kararlarına karşı mahkemelerde dava açma hakkı saklıdır (UDRP 4 (k)).

3.5.3.4. UDRP Usul Kuralları¹⁰⁵

ICANN, tahkim kurallarını koyduktan sonra tahkim uygulaması yapılırken, akredite edilmiş kuruluşların uyması gereken usul kurallarını da “Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy” adı ile 24 Ekim 1999’da onaylayarak¹⁰⁶ yürürlüğe sokmuştur.

a- Müracaat ve Dava Dilekçesi Verilmesi

ICANN tarafından akredite edilmiş kuruluşlardan birisine şikayetçinin şikayet dosyasını kağıt ve elektronik formda hazırlaması ve kağıt olanını posta ile elektronik kopyayı ise elektronik posta veya faksimil cihazı ile göndermesi ile tahkim usulü açılmış olur. Taraflar istisnai durumlar dışında bizatihi hazır bulunmak zorunda değildirler. Ayrıca avukat mecburiyeti de yoktur. Akredite edilen kuruluşlar, müracaat için gerekli dökümanları sitelerinde hazır tutmaktadır. Şikayetçi, müracaat dilekçesinde, uyuşmazlığın tek bir hakem ile veya üç kişilik bir hakem heyeti tarafından çözülmesini istemelidir. Aynı kişi üzerine tescil edilen alan adlarında aynı dilekçe ile birden fazla alan adı ile ilgili talepte bulunulabilir.

¹⁰³ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0055.html-\(guerlain.net\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0055.html-(guerlain.net))

¹⁰⁴ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0112.html-\(stralfors.net\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0112.html-(stralfors.net))

¹⁰⁵ “Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy”, <http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm>

¹⁰⁶ “Special Meeting of the Initial Board, October 24, 1999”, <http://www.icann.org/minutes/minutes-24oct99.htm#99.112>

Taraflar, tahkime başvurmadan önce milli mahkemelerde dava açmışlarsa, davanın durumu ve gidişatı hakkında dilekçelerinde bilgi vermelidirler. Sonradan, milli mahkemelerde dava açılması halinde de bildirim yapılmalıdır. Ayrıca müracaat eden, herhangi bir uyuşmazlık halinde alan adı sahibinin ikametgahı veya tescil makamının merkezi mahkemesinin yer ve görev bakımından yetkili olduğunu kabul etmekle yükümlüdür. Ayrıca taraflar, tahkim sonucu ICANN veya çalışanlarına karşı herhangi bir hak talebinde bulunmayacaklarını temin etmelidirler (RUDRP 3(b)(xiii) ve (xiv)). Dolayısıyla taraflar taleplerinin reddi halinde, tescil makamına karşı müdahalenin önlenmesi veya tazminat davaları açamacaklardır.

b- Tahkim Usulüne Başlanması

Belgeler temin edildikten sonra herhangi bir eksiklik yoksa veya sonradan eksiklik tamamlanmışsa, şikayetçi taraf tahkim ücretini yatırır ve süreç başlar. Dava ile ilgili bilgileri ihtiva eden bilgiler karşı tarafa iletilir. Böylece dava açılmış olur. RUDRP'nin 4 (c) maddesindeki 2 (a) maddesine yapılan atıf gereği, dava tahkim kuruluşunun kendi üzerine düşen karşı tarafa bildirim yükümlülüğünü tamamlamasıyla dava açılmış kabul edilir. Davalı taraf kendisine dava dilekçesinin gönderildiği tarihten itibaren 20 gün içinde, RUDRP 5 (a) gereğince şikayet ile ilgili cevaplarını bildirmesi gerekir. RUDRP 5 (d) gereği istisnai hallerde veya tarafların aralarında böyle bir şart koyması ve bu şartın da tahkim kuruluşu tarafından onaylanması suretiyle davaya cevap verme süresi uzatılabilir. Davalı taraf cevabında, şikayetçinin iddialarına cevap vermelidir. Kötüniyetli olmadığını, alan adını kullanmak için haklı sebepleri olduğunu ayrıntılı olarak belirtmelidir. Ayrıca, davalı taraf, şikayetçinin seçtiği hakem heyeti ile de kayıtsız şartsız bağlı değildir. Eğer şikayetçi taraf tek kişilik hakem seçmişse, davalı üç kişilik bir heyet tarafından davanın görülmesini isteyebilir. Ancak bu halde, tahkim ücretinin yarısını davalı taraf ödemelidir. (RUDRP 5(c)) Davalı tarafın davaya hiçbir şekilde cevap vermemesi UDRP 4 (a) (iii) gereğince kötüniyetli tescile karine oluşturur. Şikayetçi uyuşmazlığın üç kişilik hakem heyeti tarafından çözülmesini istemişse istediği hakemlerin isimlerini bildirmelidir (RUDRP 3(b)(iv)). Eğer, davalı tarafta üç kişilik heyet istemişse bu halde o da bir hakem listesi belirlemelidir. Tahkim kurulu, bu

iki listeden birer hakemi seçer. Üçüncü hakemi ise, tahkim kuruluşunun belirlediği beş kişilik listeden taraflar birlikte seçerler. (RUDRP 6(e)).

Hakemler, dava sırasında diğer hakemlerle ve taraflarla irtibat kurmaktan kaçınmalı ve tarafsızlıklarını muhafaza etmelidirler. (RUDRP (7) ve (8)).

Tahkim dili, eğer tarafların anlaşmasıyla veya tescil sözleşmesinde özel olarak belirtilmemişse, alan adı kayıt sözleşmesinin dili olacaktır. Ancak tarflar ve hakem heyetinin ortak bir ana dili konuşmaları halinde dava dili bu dilden farklı bir dil olabilir. (RUDRP 11)¹⁰⁷

RUDRP (13) gereğince gereklilik görülmedikçe tarafların davada şahsen dinlenmesi gerekmez.

c- Karar Aşaması

İstisnai bir durum olmadıkça, uyuşmazlığa karar verecek hakemlerin belirlenmesinden itibaren “ondört gün” içinde hakem heyetinin yazılı olarak kararını vermesi gerekir (RUDRP 15(b)). Üç kişilik hakem heyetinde karar oy çokluğu ile verilir. Tarafların sulh olması halinde karar verilmez (RUDRP 17). Panel, maddi kuralları dayanarak karar verirler. Gerekli görülmesi halinde, tamamlayıcı olarak özellikle tarafların milli hukuklarının dikkate alınması mümkündür. Karar verildikten sonra, tahkim kuruluşu kararı “üç gün içinde” taraflara ve ICANN’a bildirir ve kararı internette yayımlar. (RUDRP 16). Kararın tebliğinden itibaren “on günlük” bekleme süresi vardır. Bu bekleme süresi UDRP 4 (k) maddesi gereğince dava aleyhine sonuçlanan tarafın milli mahkemeler nezdinde dava açması içindir. Eğer, mahkemeler nezdinde dava açılırsa, dava sonuçlanana kadar karar uygulanmaz. Karar gerekçeli olarak verilir. Tahkim sonucunda, davalının alan adı tescili UDRP 4(a) kapsamındaki kötünietli tescil kapsamında görülürse, alan adı duruma göre şikayetçiye devredilir veya iptal edilir. Tahkim kuruluşu, dava masrafları dışında tazminata hükmedemez.

¹⁰⁷ Tahkim kuruluşlarının verdikleri kararlar çoğunlukla İngilizce olmakla birlikte, İspanyolca, Fransızca, Çince ve Korece yayınlanan kararlarda vardır. ICANN tarafından akredite edilen tahkim kuruluşlarının hakemlerinin arasında Türkçe konuşan bir hakem olmadığı için ve tescil esnasında kullanılan dilde Türkçe olmadığı için Türkçe verilen bir karar henüz yoktur.

3.5.4. NOMINET¹⁰⁸ Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması

Nominet, İngiltere'nin ülke kodu olan ".uk" uzantılı alan adlarını yöneten kar amacı gütmeyen, internet endüstrisi ve kullanıcıları tarafından oluşturulan ve hükümet tarafından resmi olarak onaylanan bir özel sektör kuruluşudur.¹⁰⁹ Nominet, alan adlarını kayıt ederken, kimin üstün hakkı olduğunu araştırmadan "ilk gelen-ilk alır" kuralına göre alan adlarını kayıt etmektedir. Ancak, sonraki uyuşmazlıkların hızlı ve ucuz bir şekilde çözülebilmesi amacıyla "Dispute Resolution Service-DRS" adı verilen idari çözüm usulü yürürlüğe sokulmuştur. Uyuşmazlıkların öncelikle "DRS Procedure"¹¹⁰ adıyla konulan usul kurallarının 7.maddesinde "Informal Mediation"¹¹¹ adı verilen gayriresmi arabuluculuk merkezi tarafından çözümlenmesi amaçlanır. Bu çözüm yönteminde, taraflar "dostane görüşmeler" (negotiations) yolu ile anlaşmaya davet edilir. Ancak bu ikili görüşmeler sonunda taraflar '10 günlük süre zarfında' uyuşmazlığın çözümünde anlaşamazlar ise usul kurallarının 7/c maddesi gereğince "10 gün içinde" hakem ücretini yatırması için şikayetçiye süre verilir.¹¹² Şikayetçi bu süre içinde hakem ücretini yatırarak uyuşmazlık çözümünü bir hakeme (expert) bırakmış olur. Böylece "Informal Mediation" denilen "Anlaşma ile Çözüm" sürecinden, "Expert" denilen hakemler tarafından uyuşmazlığın tahkim yolu ile çözümlenmesi aşamasına geçilir. NOMINET, ayrıca uyuşmazlık çözümü için gerekli kuralları da "DRC Policy"¹¹³ adı ile yürürlüğe sokmuştur. Bu kuralların 1.maddesinde "Tanımlar" başlığı altında "Kötüye kullanılmış Tescil-Abusive Registration" şu şekilde tanımlanmıştır:

"- Tescilin yapıldığı veya kazanımın vuku bulduğu tarihte haksız avantaj teşkil eden veya şikayetçinin haklarına haksız olarak zarar veren bir şekilde tescil edilen veya herhangi bir şekilde kazanılan alan adları; veya

- Haksız avantaj teşkil eden veya şikayetçinin haklarına haksız olarak zarar verecek şekilde kullanılan alan adları,"

¹⁰⁸ "The United Kingdom Internet Names Organisation", <http://www.nominet.org.uk> (Bkz. EK 2)

¹⁰⁹ "The Dispute Resolution Service", <http://www.nominet.org.uk/content/files/Drs.pdf.pdf>

¹¹⁰ "DRS Procedure", <http://www.nominet.org.uk/DisputeResolution/DrsProcedure/>

¹¹¹ "NOMINET Mediation", <http://www.nominet.org.uk/DisputeResolution/Mediation/>

¹¹² "DRS Timetable", <http://www.nominet.org.uk/DisputeResolution/Timetable/>

¹¹³ "DRS Policy", <http://www.nominet.org.uk/DisputeResolution/DrsPolicy/>

Yine 1.maddede tanımlar içinde “Haklar-Rights” başlığı ile haklar “İngiliz Hukuku uyarınca uygulanabilir olanları da kapsayan ancak bununla sınırlı olmayan haklar” olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla, uyuşmazlıkların çözümünde, milli hukuklar sonucu kazanılan haklar da dikkate alınarak çözüme ulaşılmaya çalışılacaktır. Nominet kurallarına göre şikayetçinin şikayetinde başarılı olabilmesi için hakeme şu iki hususu ispatlaması gerekir (madde 2):

- Alan adıyla ayırt edilemeyecek kadar aynı veya benzer bir markayla ilgili haklara sahip olduğu
- Şikayet edilenin alan adını kötüniyetli olarak tescil ettirdiği

Burada “kötüniyetli tescil” birinci maddede tarif edilen “kötüye kullanılmış tescil” tanımına göre anlamlandırılacaktır. Ayrıca üçüncü madde ile de sınırlı sayıda olmayan kötüye kullanma halleri örnek kabilinden sayılmıştır. Bu haller:

- Esas olarak alan adının tescil edilmesi veya başka herhangi bir şekilde elde edilmesi ile doğrudan ilgili olarak cevap veren tarafından yapılan belgeye dayalı harcamalardan yüksek bir meblağ karşılığında alan adının şikayetçi veya şikayetçinin ticari rakiplerinden birine satışı, kiralanması veya herhangi bir şekilde transferi amacıyla tescil yaptırılması,
- Şikayetçinin hak sahibi olduğu bir isim veya markayı kullanmasını önlemek amacıyla hareket edilmiş olması,
- Şikayetçinin iş düzenini dürüst olmayan davranışlarla bozmak amacıyla hareket edilmesi,
- Şikayet edilenin alan adını, internet kullanıcıları nazarında şikayetçi ile herhangi bir şekilde bağlantısı olduğu izlenimi yaratacak şekilde kullanmak
- Uyuşmazlıkla ilgili diğer hususları da dikkate almak kaydıyla, alan adını kayıt ettirenin bu işi kötüniyetli olarak sürekli yaptığına ve meslek haline getirdiğine dair emareler bulunması
- Şikayet edilenin verdiği irtibat adreslerinin yanlış olduğunun kanıtlanması

Bu halleri uyuşmazlığı çözen hakem gözönünde bulunduracaktır. Uyuşmazlık çözüm kurallarının dördüncü maddesi ile de şikayet edilene “dürüst kullanım” ispat olanakları sayılmıştır. Bu hallerde yine sınırlı sayıda değildir. Buna göre;

- Şikayet edilen, şikayetçi alan adı ile ilgili uyuşmazlık prosedürüne başvurmadan önce, bu alan adını iyiniyetli bir şekilde kendi mal ve hizmetlerini

pazarlamak için kullanmayı amaçladığını en azından bunun için hazırlıklar yaptığını ispatlamalı,

- Yine bu uyuşmazlık çıkmadan önce, bu alan adı ile aynı veya benzer bir ad üzerinde isim veya marka hakkı olması

- Yine uyuşmazlıktan önce alan adını ticari olmayan amaçlar için veya dürüst bir şekilde kullanması

- Alan adı, tanımlayıcı ve jenerik ad içeriyor ve şikayet edilenin kullanımı iyiniyetli ise,

Bu hallerden birini ispatlayarak şikayet edilen “kötüniyetli kullanım” olmadığını ispatlayabilecektir. Uyuşmazlık çözüm süresince kullanılacak yazışma dili “İngilizce”dir (DRC Procedure 2/c). Uyuşmazlık sonunda, hakem, üç türlü karar verebilir:

- Alan adının şikayetçi tarafa verilmesine (transfer)
- Alan adı askıya alınır, kullanım dışı olur (suspension)
- Alan adı kayıt kurumu tarafından silinir ve “ilk gelen-ilk alır” kuralı gereği kullanıma açık tutulur. (cancellation)

NOMINET’e konu uyuşmazlıklardan birinde, Nokia Corporation, telekomünikasyon sektörünün önde gelen firmalarından olup, 1865’den beri faaliyette bulunmakta, 1980’den itibaren de Nokia markası ile faaliyetlerini sürdürmektedir. “Nokia” markası 1993’de İngiltere’de tescil edilmiştir. Şikayet edilen 5 Eylül 2000 tarihinde “nokiagsm.co.uk” alan adını adına tescil ettirmiştir. Şikayetçinin bütün çabalarına rağmen, şikayet edilen onunla temasa geçmemiştir. Şikayetçi 25 Ekim 2001’de NOMINET’e şikayette bulunmuştur. Ayrıca şikayet edilen dava dilekçesine de cevap vermemiştir. Şikayetçinin alan adı üzerinde hakkı olduğu açıktır ancak kötüniyetli kullanım incelenmiştir. Uyuşmazlık kurallarının üçüncü maddesinde tanımlanan kötüniyetli kullanım hallerinden 3/i-A olayımızda uygulanamaz çünkü şikayet edilenin alan adını satmak veya kiralamak istediğine dair bir kanıt yoktur. Ayrıca 3/i-B’de uygulanamaz çünkü şikayet edilenin bu alan adını şikayetçinin kullanmasını engellemek için özellikle tescil ettirdiğine dair bir kanıt yoktur. Aynı sebeplerle, şikayet edilene kuralların 3/i-C bendi de uygulanamaz. Uyuşmazlık çözüm kurallarının 3/ii maddesinde şikayet edilenin alan adını kullanıcıların kafasını karıştırmak suretiyle onunla arasında

bir ilişki olduğu izlenimi verecek şekilde kullanılması düzenlenmiştir. Bu durumda, bu hükmün uygulanması yakın gözüküyor ancak bunun için de yeterli delil bulunmadığı ifade edilmiştir. Ancak üçüncü maddede sayılan hususlar sınırlı sayıda değil, birinci maddede “kötüye kullanılmış tescil” tanımında “haksız avantaj teşkil eden veya şikayetçinin haklarını haksız olarak zarar verecek şekilde kullanılan alan adları” demek suretiyle başka hallerinde kötüniyetli kullanım teşkil edebileceğini ifade ediyor. Bu hükme dayanan hakem, meşhur ve tanınmış bir marka konumundaki “Nokia” markasıyla karıştırma oluşturacağı gerekçesiyle 21 aralık 2001 tarihinde “nokiagsm.co.uk” alan adının şikayetçiye transferine karar vermiştir.¹¹⁴

Bir başka kararda, Avustralya telekomünikasyon şirketi Telstra şirketi “telstra” markasının tescilli ve bilinen bir marka olduğundan bahisle “telstra.org.uk” alan adının kendisine devri talebiyle NOMINET’e başvurmuştur. Hakem, kuralların 4 (b)(i) maddesi gereğince benzerlik veya ayniyet araştırmasında alan adının sonundaki ülke kodu ve gTLD’lerin ayırık tutulduğunu, dolayısıyla alan adı ile tescilli markanın aynı olduğunu belirtmiştir. Şikayet edilen, bir internet cafe işleticisidir ve bu alan adı ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Ancak, telekomünikasyon şirketi olan şikayetçinin tanınmış markası olan “telstra” adı ile bu alan adı karıştırılabilir. Sektörün benzer olması da karıştırılma olasılığını artırmaktadır. Şikayetçinin markası ayırt edicilik karakterini haiz bir markadır. Dolayısıyla “telstra.org.uk” alan adının şikayetçi marka sahibine transferine karar verilmiştir.¹¹⁵

Türkiye’den Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.’de bir uyuşmazlığa taraf olmuştur.¹¹⁶ Davalı Zafer Metin Atas isimli bilgisayar sektöründe çalışan ve İstanbul’da ikamet eden şahısdır. Davalı, 29 Mart 2000 tarihinde “turkcell.co.uk” alan adını adına tescil ettirmiştir. Davacı Turkcell şirketi, alan adının kendi rakibi firmanın “aria.com.tr” adresine yönlendirildiği ve tescilli ve tanınmış markasının zarar gördüğü gerekçesiyle NOMINET’e 6 Mart 2002’de başvuruda bulunmuştur. Şikayetçi firma “turkcell” markasını 9 Eylül 1996’da tescil ettirmiştir. Davalı “turkcell” isminin tanımlayıcı isim

¹¹⁴NOMINET, <http://www.nominet.org.uk/DisputeResolution/Decisions/NokiaCorporation-v-AndrewStone.html>(nokiagsm.co.uk)

¹¹⁵ NOMINET, <http://www.nominet.org.uk/DisputeResolution/Decisions/TelstraCorporationLimited-v-Flipjack.html>(telstra.org.uk)

¹¹⁶NOMINET, <http://www.nominet.org.uk/DisputeResolution/Decisions/TurkcellIletisimHizmetleriAs-v-ZaferMetinAtas.html>-(turkcell.co.uk)

olduğuna dayandı ancak hakem bu isim tanımlayıcı olsa da kullanım sonucu bu ismin ayırt edicilik vasfını kazanmış ticari bir marka olduğuna ve tescilli olduğu kanaatine vardı. Ayrıca, davalı tanımlayıcı olsa dahi iyiniyetli kullanımı ispatlamalıdır. Olayımızda davalı, iyiniyetli bir kullanımı olduğunu ispatlayamamıştır. Ayrıca, tescilli marka ile aynı alanda faaliyet gösteren “aria.com.tr” alan adına yönlendirme yapmıştır. Şikayetçi ise kuralların 3(a)(ii) bendine yani kendisi ile arasında bir bağlantı olduğu izlenimi oluşturarak kullanıcıları aldatmak maddesine dayanıyor. Hakem, alan adının tescilli marka ile aynı olduğu ayrıca şikayet edilenin alan adını kullanım şeklinin kötünüyetini ortaya koyduğu gerekçesiyle, “turkcell.co.uk” alan adının şikayetçi firmaya transferine 31 Mayıs 2002’de karar vermiştir.

3.5.5. Federal Trademark Dilution Act-FIDA¹¹⁷

ABD’de ticari markalar ve hizmet markalarını düzenleyen Lanham Markalar Kanunun 43. maddesine 16 Ocak 1996 yılında eklenen (c) bölümü ile düzenlenen “Federal Trademark Dilution Act” tanınmış markalara olan korumayı arttırmaktadır. İngilizce “dilution” kelimesinin türkçe karşılığı “sulandırma” olarak çevrilebilir.¹¹⁸ Markanın sulandırılması, markaya tecavüzden farklıdır. “Sulandırma” meşhur bir markanın mülkiyet ilişkisinden ileri gelen ayırt ediciliğini korumayı hedeflerken; markaya tecavüz markanın tüketiciler tarafından karıştırılma olasılığını değerlendirir. “Dilution” kavramı, “meşhur markanın - taraflar arasında rekabet hali ve tüketiciler nazarında karıştırılma, aldatma ve hata olasılıkları aranmaksızın- mal ve hizmetleri ayırma ve tanıma kabiliyetinin azalması olarak tanımlanmaktadır.¹¹⁹ Federal Mahkemelerce iki tür “sulandırma” hali kabul edilmektedir.

a- Bulandırarak Sulandırma (Dilution by Blurring): Markanın tanımladığı mal ve hizmet grubu ile ilişkisinin azalmasına yol açacak şekilde kullanılması halidir. Ayırt edicilik niteliğine haiz markanın, farklı mal ve hizmet grubunda markanın kaynak belirleme fonksiyonunu azaltacak şekilde kullanılması ile ‘bulandırarak sulandırma’ oluşur. Örneğin tanınmış bira markası olan “Budweiser” adının “Buttweiser” şeklinde t-shirt markası olarak kullanılmasında California Mahkemesi, bu kullanımın karışıklık

¹¹⁷ “US Code Collection”, Legal Information Institute, <http://www4.law.cornell.edu/uscode/15/1125.html> (Bkz. EK 3)

¹¹⁸ Oytaç, s.143.

¹¹⁹ Lanham Act § 43(c), 15 U.S.C. § 1125(c) (1996); <http://www4.law.cornell.edu/uscode/15/1127.html>

oluşturacağı ve tanınmış marka ile arasında irtibat oluşturacağı izlenimi ile kaynak belirleme fonksiyonunu bozacağını belirterek “bulandırarak sulandırma” olduğuna karar vermiştir.¹²⁰ Markanın çok çeşitli mallarda kullanılması markanın kimliğini kaybetmesi tehlikesini ortaya çıkarır. Bu, imajın özünün zarar görmesi anlamına gelir. Burada, markanın imajı, öncelikle tüketicinin malların alımı konusunda karar vermesinde ilave bir ölçü olarak yardımcı olma yeteneğini kaybeder ve tüketici artık markanın hangi işletmenin mallarını ayırt ettiğini bilemeyecek duruma gelir. Bunun sonucu, toplumda markaya duyulan güvenin ortadan kalkmasıdır.¹²¹

b- Matlaştıracak Sulandırma (Dilution by Tarnishment): Meşhur markanın, kalitesi düşük ürünlerde kullanılması veya kötü ve hoş olmayan bir görünüm verecek şekilde kullanılması sonucu, markanın imajının ve prestijinin azaltılması halidir. Federal Mahkeme Gemini Rising Şirketinin “Enjoy Coca Cola-Koka Kolanın Tadını Çıkart” şeklindeki Coca Cola’nın sloganını “Enjoy Cocain-Kokainin Tadını Çıkart” şeklinde kullanılmasını “matlaştıracak sulandırma” kabul etmiştir.¹²² Meşhur ve tanınmış markaların yıllar içinde oluşan itibarı, daha düşük kaliteli mallarda kullanılması sonucu markanın temsil ettiği imajın özünün zarar görmesi ve böylece cezbetme gücünün azalması sonucunu doğurur.¹²³

ABD’de oyuncak firması Toys “R” firmasının tescilli markasını “adultsrus.com” şeklinde alan adı olarak kullanan Akkouli adlı cinsel aletler satan firmanın bu kullanımı Federal Dilution Act’a göre “sulandırma” kapsamında görülmüş ve alan adının davacı firmaya transferine karar verilmiştir.¹²⁴ Bir başka davada çocuklar için oyunlar üreten Hasbro şirketinin tescilli markasını “candyland.com” alan adı olarak pornografik içerikli web sitesi olarak kullanan “Internet Eğlence Grubu” adlı şirketin bu kullanımı yine FIDA’ya göre “sulandırma” kapsamında görülerek alan adının Hasbro şirketine transferine karar verilmiştir.¹²⁵

FIDA’ya göre “sulandırma” olabilmesi için markanın tüketiciler tarafından karıştırılması şartı aranmaz. Ayrıca taraflar arasında rekabet olmasına da gerek yoktur.

¹²⁰ Oytaç, s.146.

¹²¹ Hanife Dirikkan, **Tanınmış Markanın Korunması**, Seçkin Yayınları, Ankara 2003, s.216

¹²² Oytaç, s.146.

¹²³ Dirikkan, s.215.

¹²⁴ 40 U.S.P.Q.2d 1936 (N.D. Cal, 1996)

¹²⁵ 40 U.S.P.Q.2d 1479 (W.D. Wash.1996)

Ancak korunması sözkonusu olan markanın “tanınmışlık” ölçütüne sahip bir marka olması gerekir. Mahkemelerin bir markanın “tanınmış” olup olmadığını anlamaları için sınırlı sayıda olmayan sekiz unsur dikkate alınır. (FIDA&1125(c)(1))

- markanın doğal (inherent distinctiveness) ya da kazanılmış ayırt edicilik (acquired distinctiveness) derecesi
- markanın kullanım süresi ve kullanım alanı
- markanın reklam ve tanıtımının süresi ve kapsamı
- markanın kullanımının coğrafi genişliği
- markanın içinde kullanıldığı ticaret kanalları
- markanın kullanıldığı ticaret kanallarında tanınmışlık derecesi
- 3. kişilerin aynı veya benzer markayı kullanım yaygınlığı ve niteliği
- markanın tescilli olup olmadığı

İnternetin yeni gelişmeye başladığı ve uyuşmazlıkların yeni ortaya çıkmaya başladığı 1996 ile 1999 arasındaki dönemde, markalar ile internet alan adları arasında çıkan uyuşmazlıklar, FIDA’nın “sulandırma” kavramı ile çözülmüştür. Bu korumanın sağlanabilmesi için mahkemeler bu dönemde genellikle “tanınmışlık” ölçütlerinin olduğu yönünde karar vermişlerdir. Mahkemelerin verdiği ilk kararlardan birisi Intermatic şirketi ile Dennis Toeppen arasındaki davadır.¹²⁶ Dennis Toeppen bu dönemde pek çok markayı kendi adına alan adı olarak tescil ettiren birisidir. Bu alan adlarından biri de Intermatic firmasının tescilli markası “intermatic.com” alan adıdır. Davacı Intermatic firması markasının FIDA anlamında “tanınmış ve meşhur” bir marka olduğunu mahkemeye ispatlamıştır. FIDA’ya göre markanın korunması için aynı mal ve hizmetlerde olma veya rekabet şartı yoktur. Toeppen, bu markayı sahibine satmak amacıyla kayıt ettirmiştir. Mahkeme bunu, Toeppen’in davacı firmaya alan adını “10.000\$”a satma teklifi yapmasından kolaylıkla çıkarmıştır. Haklı kullanım için bir sebep yoktur. Ayrıca mahkeme burada ‘ticari kullanım’ olduğuna karar verirken, bu kararın alan adının “.com” jenerik alan adı ile kayıt edilmesi ve bu uzantının “commercial-ticari” amaçlarla kullanılmasını “ticari kullanım” için yeterli görmemiştir. Burada mahkemenin ölçütü, Toeppen’in bu alan adını marka sahibine satma amacıyla hareket etmesidir. Illinois Federal Mahkemesi Toeppen’in bu kullanımının, FIDA anlamında meşhur markanın sulandırılması olduğu ve bunun markanın imajını

¹²⁶ *Intermatic v. Toeppen*, 96 C 1982, 1996 U.S. Dist. Lexis 14878 (N.D. Ill. Oct. 3, 1996).

azaltacağı düşüncesiyle “intermatic.com” alan adının davacıya transferine karar vermiştir.

17 Nisan 1998’de açılan bir başka davada¹²⁷ yine davalı Dennis Toeppen’dir. Davacı Panavision şirketi, tescilli markaları “panavision” ve “panaflex” markaları ile kameralar üreten bir şirkettir. Davacı firma Aralık 1995’de kendi markası olan “panavision.com” alan adını adına tescil ettirmek istemiş fakat bu alan adının Dennis Toeppen isimli şahsa ait olduğunu öğrenmiştir. Bunun üzerine firma 20 Aralık 1995’de Toeppen’e bir mektup göndererek, bu adın kendi tescilli ve tanınmış markası olduğunu ve bu alan adını kullanmayı durdurarak kendisine iade etmesini teklif etmiştir. Ancak Toeppen bu mektuba kaba bir cevap vererek, alan adını kullanma hakkı olduğunu, avukat masrafları etmek yerine, kendisine “13.000\$” verirlerse, alan adını devredeceğini belirtir. Ve hemen sonra da Panavision firmasının diğer kayıtlı markası “panaflex” adını “panaflex.com” şeklinde tescil ettirir. Bu alan adına kullanıcılar girdiğinde sadece “hello-merhaba” şeklinde bir yazı ile karşılaşmaktadır. Toeppen adına kayıtlı alan adları incelendiğinde, Toeppen’in aralarında Delta Airlines, Neiman Marcus, Eddie Bauer, Lufthansa, Intermatic gibi tanınmış markaların bulunduğu 100 kadar alan adını tescil ettirdiği görülmüştür. Ayrıca Toeppen bu alan adlarını çeşitli kişilere satmayı teklif etmektedir. Panavision firmasının açtığı davada, mahkeme siber uzaydaki hukuka aykırı hareketlerin etkilerinin görüldüğü yerde de mahkemelerin yetkisinin olduğu gerekçesiyle davayı görmeye başlamıştır. Mahkeme, Toeppen’in başka markaları da alan adı olarak kayıt ettirmesini ve “panavision.com” alan adını firmaya 13.000\$’a satmayı teklif etmesinden, kötüniyetli davrandığını tespit etmiştir. Toeppen’in amacı ticari gaye ile hareket ederek kazanç elde etmektir. Markalar tescilli ve meşhur markalardır. Davalının aynı sektörde faaliyet göstermesinin veya tüketicilerin bunu karıştırma olasılığının incelenmesine gerek yoktur. FIDA’ya göre “ticari kullanım” şartı ve ‘markanın meşhur olması’ şartı aranmaktadır. Bu şartların olduğu ise açıktır. Bu nedenlerle mahkeme FIDA’ya göre markanın sulandırılması yoluyla marka hakkının ihlal edildiği gerekçesiyle Toeppen’i haksız bularak, “panavision.com” ve “panaflex.com” alan adlarının davacı firmaya transferine karar vermiştir.

¹²⁷ 141 F.3d 1316, 46 U.S.P.Q.2d (BNA) 1511 (9th Ctr.1998); <http://laws.findlaw.com/9th/9755467.html>

Mahkemeler 1999'da markaların alan adı olarak kullanılmasına ilişkin özel düzenlemeler içeren ve daha geniş korumalar getiren ACPA'nın yürürlüğe girmesinden sonra "tanınmışlık" ölçütünü daha sağlıklı yapmaya başlamıştır. Örneğin TCPIP Firması ile Haar İletişim arasındaki davada¹²⁸ "childsplace.com", "childrenplace.com" ve "mychildsplace.com" alan adlarının çocuklar için öngörülen alanlar anlamında kullanılan geniş içerikli kelimeler olduğu belirtilerek "The Children's Place" adının ünlü ve tanınmış bir marka olmadığı, FIDA'nın amaçlarının bu yönde bir koruma getiremeyeceği belirtilerek davacının alan adlarının transferi talebi reddedilmiştir. Bir başka davada¹²⁹ Avery Dennison kuruluşu açtığı dava ile kendi adına tescilli markalar olan "avery" ile "dennison" markalarının "avery.net" ve "dennison.net" şeklinde Sumpton tarafından alan adı olarak tescil edildiğini, bu alan adlarının kendisine transferini talep etmiştir. Ancak mahkeme FIDA'ya göre yaptığı incelemede, FIDA anlamında Avery Dennison markasının tanınmış ve meşhur bir marka olmadığı, dolayısıyla koruma kapsamında olmadığı belirtilerek, alan adlarının transferi talebini reddetmiştir.

3.5.6. Anticybersquatting Consumer Protection Act-ACPA¹³⁰

Alan adları ile ilgili uyuşmazlıkların artması üzerine, ABD'de 29 Kasım 1999 tarihinde uzay korsanları ile mücadele için, "Anticybersquatting Consumer Protection Act-Uzaykorsanlığına karşı Tüketiciyi Koruma Kanunu" yürürlüğe girmiştir. ABD'de 5 Temmuz 1946'dan beri yürürlükte olan ve markaların korunması ile ilgili düzenlemeler içeren Lanham Act'in 43. maddesine eklenen (d) bölümü ile yürürlüğe giren "Anticybersquatting Consumer Protection Act-ACPA" markalar ve kişi adlarının alan adı olarak kullanılmasını önlemeyi amaçlayan düzenlemeler içermektedir. ACPA, UDRP gibi idari bir çözüm usulü olmayıp, mahkemeler nezdinde uyuşmazlıkların çözümünü sağlayan yargısal bir çözüm getirir.

ACPA, internet alan adını "herhangi bir yetkili kayıt kurumu tarafından internet üzerinde kayıtlı bir bilgisayar tanımlamak üzere tescil edilen elektronik bir adresten

¹²⁸ 244 F. 3d 88, Connie L. Ellerbach, 'Domain Name Dispute Remedies: Tools for Tarning the World Wide Web', http://www.fenwick.com/docstore/publications/IP/Domain_Name_Dispute.pdf (Mart 2003), s.19

¹²⁹ Avery Dennison Corp. v. Sumpton, 189 F.3d 868, 51 U.S.P.Q.2d (BNA) 1801 (9th Cir. 1999)

¹³⁰ ACPA kuralları için bkz. <http://www.gigalaw.com/library/anticybersquattingact-1999-11-29-p1.html> (Mart 2004) (Bkz. EK 4)

oluşan, alfanumerik bir belirteçtir.”¹³¹ şeklinde tanımlamaktadır. ACPA’nın amacı siber korsanlığına karşısında yeterli koruma mekanizmaları getirmek, e-ticaret’in gelişimini sağlamak, kötüniyetli tescil edilen alan adlarının kullanımını engellemek ve başkasının markası ve isminden haksız istifadelerin önüne geçmektir.¹³² ACPA, hem tescilli hem tescilsiz markaların alan adı olarak kullanılmasını koruduğu gibi, ünlü olmasına bakılmaksızın kişi adlarının da alan adı olarak kullanılmasını engelleyen düzenlemeler içermektedir.

ACPA 43(d)(1) maddesi ile siber korsanlar tarafından alan adının kötüniyetli kullanılması hallerini düzenlemektedir. Davacı 43 (d)(1)’e göre marka sahibi:

- (1) Markasının ayırt edici niteliğe sahip olduğunu veya tanınmış marka olduğunu,
- (2) Alan adı sahibinin markadan kazanç sağlamak amacıyla kötüniyetli olarak hareket etmesi,
- (3) Alan adı ile markanın aynı veya karıştırılacak kadar benzer olması

gerektiğini ispatlamalıdır. Ayırt edicilik karakteri veya meşhur olma şartı alan adının kayıt edildiği tarihte mevcut olmalıdır. ACPA, “karıştırılabilecek kadar benzer” şartını mal ve hizmetlerin çeşidine bakmadan aramaktadır. Marka sahibinin önünde iki alternatif bulunmaktadır. Marka sahibi ya markasının meşhur bir marka olduğunu ispatlamalıdır veya markasına tecavüz olduğunu ispatlamalıdır. Klasik marka hukukunda, marka sahibinin meşhur olmayan marka hakkına tecavüz fiilini ispatlayabilmesi için tüketicinin markayı karıştırma olasılığı gözönünde bulundurulur. Bu ise markanın faaliyet gösterdiği mal ve hizmet grubu ile belirlenir. Oysa, bu şartı siber uzayda aramak ‘tecavüz’ şartının oluşmasını hayli güçleştirecektir. Çünkü siber korsanlar çoğu zaman alan adlarını kullanmamaktadır. ACPA bu konuda bir yenilik içermektedir. Alan adı ile markanın karıştırılacak kadar benzer olması yeterli olmakta ayrıca mal ve hizmet sınıfına bakılmamaktadır. Bu yolla meşhur olmayan markaların korunması da mümkün olmaktadır.

ACPA 43(d)(1) maddesinin (B) paragrafı ile (A) paragrafında geçen “kötüniyet (bad faith)” şartını açıklamak amacıyla mahkemelerin dikkate alması gereken dokuz hal örnek kabilinden sayılmıştır. Bu haller sınırlı sayıda değildir. Bu ve buna benzer diğer

¹³¹ Lanham Act &43, 15 U.S.C. & 1125 (1994 & Supp.IV 1998)

¹³² Ellerbach, ,s.14.

durumlar somut olayın şartları içinde değerlendirilerek mahkemece dikkate alınacaktır.

Bu haller:

- (1) Alan adında, kişinin ticari marka veya diğer fikri mülkiyet haklarından birinin bulunması;
- (2) Alan adının, bir kişinin kanuni ismi veya kişinin kendini tanıtmak için yaygın olarak kullandığı isminden oluşması hali;
- (3) Alan adının alan adı sahibi tarafından kullanımının iyiniyete dayalı olarak mal ve hizmet pazarlamak amacıyla kullanılması;
- (4) Alan adı sahibinin, alan adını ticari olmayan gayelerle veya dürüst kullanım ile işletmesi
- (5) Alan adı sahibinin, tüketicilerin marka ile alan adını karıştırmasını sağlayarak marka sahibi ile aralarında sponsorluk, bayilik veya herhangi bir ilişki olduğu izlenimini vermesi ve böylece kullanıcıları kendi sitesine çekmeye çalışması veya ticari kazanç amacıyla veya markanın itibarını zedelemek ve azaltmak amacıyla hareket etmesi
- (6) Alan adı sahibinin, alan adını iyi niyetli şekilde kullanmadan veya kullanmaya niyeti olmadığını gösteren şekilde alan adını marka sahibine veya üçüncü kişilere transfer etmeyi, satmayı veya ayırmayı teklif etmesi veya alan adı sahibi ile ilk irtibatın buna benzer durumlara işaret etmesi hali;
- (7) Alan adı sahibinin, alan adını kayıt ettirirken verdiği irtibat adreslerinin yanlış olması veya kendisine ulaşılmaması için çaba harcaması
- (8) Alan adı sahibinin tescil ettirdiği başka alan adları bulunması ve bu alan adlarının başkasının ayırt edici olan markası ile aynı veya benzer olması veya başkasının meşhur markasının ününden yararlanacak şekilde olması
- (9) Alan adı ile ilgili olan markanın Lanham Act anlamında ayırt edici karaktere sahip olup olmaması veya meşhur marka olup olmaması hali;

Mahkeme için bu noktalar yol gösterici olacaktır. Farklı olaylarda bu faktörler farklı şekillerde ele alınarak incelenecektir. Ayrıca alan adı sahibinin, alan adını iyiniyetli veya kanun dairesi içinde kullandığı durumlarda mahkemelerce incelenecektir.

Kötüniyetli kullanıma örnek olarak PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) ile Doughney davasında alınan karar gösterilebilir. PETA, ABD’de hayvanları

korumak için çalışmalar yapan ve hayvanlara insani şekilde davranılmasına yönelik faaliyetlerle uğraşan bir kuruluş. Doughney adındaki davalı ise, “peta.org” alan adını kendi adına tescil ettiriyor ve “People Eating Tasty Animals” adıyla faaliyet gösteriyor. PETA derneği, hayvanlara karşı insani muameleler topluluğu adıyla faaliyet gösterirken, Doughney, aynı harfleri “lezzetli hayvanlar yiyen insanlar” adı ile kullanarak alan adını kullanıyor. Doughney sitesinde avcılık, et yemekleri, kürk ve deri konularında ayrıntılı bilgiler veriyor. Mahkeme, bu olayda ACPA’nın 43(d)(1) anlamında kötüniyetli bir kullanım olduğuna karar verdi. Mahkeme, bu siteye girildiği zaman “Peta” kısaltmasının açılımından bu sitenin Peta derneğine ait bir site olmadığını anlaşılmasına rağmen, Doughney’in daha önce “peta” adını hiç kullanmadığı, bu harf grubunun peta derneğinin kısaltılmışı olarak bilindiğini, Doughney’in bu derneğin adından haksız şekilde faydalarak kullanıcıları bu siteye çektiğini bu kullanımın ticari kazanç gayesiyle yapıldığı ve sitenin içeriğinin de peta derneğinin faaliyetleri ile zıtlık içerdiğini ve bu şekilde derneğin adının olumsuz etkilendiği kanaatine vardı. Davalının “peta.org” alan adını kullanmasında hiçbir haklı sebebinin olmadığını belirten mahkeme, kullanımın yasanın 43(d)(1)-B paragrafındaki “kötüniyet testi-bad faith test” kapsamında kötüniyetli kullanıma örnek teşkil ettiğini belirterek alan adının davacıya transferine karar verdi.¹³³

Aynı şekilde “Planned Parenthood ile Bucci davasında da davalının “plannedparenthood.org” alan adını tescil ettirdiği, bu alan adının davacının adı ile karıştırılacak kadar benzer olduğu, davacının yasal sitesinin isminin “ppfa.org” olduğu, kullanıcıları aralarında bir bağlantı var sanısıyla kendi sitesine yönlendiren davalının davranışının haksız menfaat sağlamaya yönelik bir kullanım olduğu belirtilerek alan adının kullanımı haksız bulunmuş ve davalının alan adını kullanımı korunmamıştır.¹³⁴

Mahkeme bazı kararlarında da, dürüst kullanım olduğu gerekçesiyle davacının talebini reddetmiştir. Hasbro Inc. ile Clue Computing Inc. arasındaki davada,¹³⁵ “clue” adı Hasbro adlı şirketin tescilli bir oyun markasıdır. Clue Computing şirketi ise, ticaret unvanı olarak “clue” adını kullanmakta ve farklı mal ve hizmetlerde faaliyet

¹³³ Robert Cannon, “Anti-Cybersquatter Protection Act”, Boardwatch Magazine, Jan2001, Vol. 15 Issue 1, s.52., People for the Ethical Treatment of Animals v. Doughney, 263 F. 3d 359

¹³⁴ Planned Parenthood v. Bucci, 42 U.S.P.Q.2d 1430, (S.D.N.Y. 1997), aff’d, 152 F.3d 920 (2dCir.)

¹³⁵ Hasbro Inc. V. Clue Computing Inc. (66 F.supp.2d 177 D. Mass 2000)

göstermektedir. Clue Computing “clue.com” alan adını adına tescil ettirmiştir. Hasbro şirketinin ACPA’ya dayanarak açtığı davada mahkeme, kötüniyetli kullanım testi için öngörülen dokuz faktörün gözönüne alınarak davalının kullanımının iyiniyetli ve hakka dayanan bir kullanım olduğu kararına varmış ve “first come-first served, ilk gelen-ilk alır” kuralının burada uygulanması gerektiği sonucuna vararak davacının talebini reddetmiştir.

ACPA, marka ile alan adı arasında karıştırılabilecek derecede benzerlik şartını aramaktadır. Bu şart, PETA davasında olduğu gibi bazı davalarda kolaylıkla ispatlanabilmektedir. Ancak bazı olaylarda, bu şartın varlığına karar vermek güçlük arzdebilmektedir. Bu gibi hallerde;

- Markanın gücü
- Benzerliğin derecesi
- Mal ve hizmet sınıfının yakınlığı
- Markanın ilk sahibinin markayı kesintisiz olarak kullanıp kullanmadığı
- Karıştırılabilirlik şartına dair tarafların getirdiği kanıtlar
- Markanın, tüketiciler tarafından benimsenmesine markayı sonradan kullananın kötü niyetli kullanımının etkisi
- Sonraki kullanıcının markayı kullandığı mal ve hizmetlerin kalitesi
- Tüketici kitlesinin davranışları

gibi durumlar¹³⁶ mahkemeler tarafından dikkate alınarak bir karar verilmeye çalışılacaktır.

Bir başka davada, Greenpoint Financial Corp. ile S&H arasındaki uyuşmazlıkta, Greenpoint ABD’de Brooklyn’de bir bölgeye verilen isimdir. Greenpoint adı finansal hizmetlerde bulunan davacının şirketinin ticaret unvanıdır. S&H şirketi ise davacının firmasından farklı mal ve hizmetler sunan bir şirkettir ve “greenpoints.com” alan adını adına kayıt ettirmiştir. Davacı finans şirketi, kendi şirket unvanı ile aynı olan alan adının haksız olarak davalı tarafından kullanılmak suretiyle kendi marka hakkına tecavüz edildiğini belirterek mahkemeye başvurmuştur. Ancak mahkeme “greenpoint” adının bir bölgeye verilen genel bir isim olduğunu, Brookly telefon defterine bakıldığında 50 civarında firmanın isminde “greenpoint” adının geçtiğini, bu adı alan adı olarak

¹³⁶ Cannon, s.5.

kullanan firmanın, kendi faaliyet alanı olan finansal hizmetler dışında faaliyet gösterdiğini, iki ismin karıştırılma olasılığının bulunmadığını, iki firmanın birbirleriyle rekabet halinde olmadığı, aynı pazarda faaliyet göstermedikleri gerekçeleriyle olayda “ilk gelen-ilk alır” kuralını uygulayarak, davacının talebini reddetmiştir.¹³⁷

Kötüniyet tespitinde, alan adını kayıt ettiren kişinin başka markaları veya kişi isimlerini de alan adı olarak kayıt ettirip ettirmediği de dikkate alınır. John Zuccarini adlı kişi, siber korsanlığın ABD’de ünlü ettiği şahıslardan birisidir. John Zuccarini pek çok alan adını kendi adına kayıt ettirerek ticari kar sağlamaya çalışan birisidir. Bu davalardan birinde Shields ile aralarındaki davada¹³⁸, Zuccarini “joescartoon.com”, “joecarton.com”, “joescartons.com”, “joescortoons.com”, “cartoonjoe.com” alan adlarını adına tescil ettirmiştir. “Joe Cartoon” markası Shields’a ait ve ayırt edicilik niteliğine sahip bir markadır. Mahkeme, ACPA’ya göre yaptığı incelemede, alan adlarının “karıştırılabilecek derecede benzer” olduğuna, davalının davacının markası ile aynı veya benzer olan beş adet alan adını adına kayıt ettirmesinden onun kötüniyetli hareket ettiği sonucunu çıkarmıştır. Zuccarini, alan adlarını hiç kullanmamış olmasına rağmen, dürüst kullanım veya ticari gaye gütmeksizin kullanım olmadığı gerekçesiyle alan adlarını davacı marka sahibine transfer etmiştir. Davacının talebi sonucu tazminatı da ACPA hükümlerine göre çözen mahkeme her bir alan adı için ACPA’nın 3003 (b) bendi gereği “10.000\$” yasal tazminata hükmetmiştir.

ACPA, 3002(b) ile bireyler için siber uzayda koruma getirmektedir. Kişinin izni olmaksızın, satıp kar sağlamak amacıyla başkasının ismini alan adı olarak tescil ettiren kişilerin bu hakkı korunmamaktadır. Kişinin adı ile aynı veya benzer alan adlarının kullanımı yasaklanmaktadır. Ancak, ACPA burada markalara getirdiği koruma kapsamını daha da daraltan bir şekilde bir istisna öngörüyor. 3002(b)(1)’in ‘B’ paragrafı ile getirilen istisnaya göre, eğer telif hakkı sahibi veya lisans sahibi eser sahibi ile olan anlaşması gereği meşru sınırlar içinde alan adını eserin menfaati gereği kullanacak ise, bu şekilde başkasının isminden oluşan alan adını kullanmak hak ihlali doğurmamaktadır. Örneğin “heidi-fleiss.com” veya “janet-reno.com” alan adları, site

¹³⁷ Cannon, s.6.

¹³⁸ Barbara Solomon, Fross Zelnick Lehrman&Zissu,P.C. “Domain Name Disputes: New Developments and Open Issues”, <http://www.frosszelnick.com/changes.pdf>. (Mart 2003),s.19.; Shields v. Zuccarini, No. 00-2236, 2001 U.S. App. LEXIS 13288 (3d Cir. June 15, 2001)

içeriğinde konu ile ilgili sinema, fotoğraf, karikatür, hikaye, müzik sunumu veya diğer fikri ürünler olduğu sürece ACPA'ya göre hak ihlali oluşturmaz.

ACPA, kişi adları ile ilgili UDRP'den farklı ve geniş bir koruma sağlamaktadır. ACPA, ünlü olsun olmasın bütün bireylerin isimlerini koruma kapsamına almaktadır.

ACPA kararında alan adının iptaline, transferine veya alan adının kullanımının yasaklanmasına karar verebilir. Mahkeme, alan adının gerçek marka sahibine transferine karar verirken, mahkeme masrafları, avukat giderlerini de davayı kaybeden tarafın ödemesine karar verir. Davayı kazananın önünde seçimlik bir hak vardır. İsterse, gerçek zararına dayanarak maddi tazminat isteyebilir. Veya, ACPA 3003(b) gereği yasal tazminatlar için öngörülen "1000\$"dan az olmayan "100.000\$"dan da fazla olmayan tazminata hükmedilmesini isteyebilir. Davacı, ACPA'da düzenlenen yasal tazminatı seçmemesi halinde davalının markasını alan adı olarak kullanması sonucu elde ettiği menfaat, kendisinin bu yüzden uğradığı zarar ile mahkeme masrafları, vekalet ücreti vs. dikkate alınarak hesaplanacak tazminatı isteyebilecektir.

ACPA'nın en büyük dezavantajı davaların tahkim usulüne göre daha uzun sürmesi ve daha pahalı bir yol olmasıdır. Öyle ki, ACPA'ya başvurarak dava açtıktan sonra kararın kesinleşmesine kadar 300.000\$'a kadar çıkan masraflar yapılabilmektedir.¹³⁹

ACPA'nın en önemli avantajı ise ihtiyati tedbir yolu ile alan adının kullanılmasının durdurulmasının hemen mümkün olması ve dava sonunda her bir alan adından doğan zararlarla ilgili tazminat talep edilebilmesidir. ACPA yürürlük tarihi olan 29 Kasım 1999'dan sonraki uyuşmazlıklara uygulanır. Ancak, alan adı bu tarihten önce alınmış olsa dahi, bu tarihten sonra da kullanılmaya devam ediyorsa ACPA'ya dayanılarak dava açılabilir. ACPA'ya dayanılarak dava açabilmek için davacının ve davalının ikametgahının ABD olması şartı yoktur. Davacının tescilli olan markasına bir ihlal var ise ve alan adının tescil edildiği kuruluş ABD sınırları içinde ise 43(d)(2) gereği ACPA'ya dayanarak dava açılabilir.

¹³⁹ Ellerbach, s.17.

3.6. Benzer Hakların Alan Adı Olarak Kullanılması

3.6.1. Markanın 'Alan Adı' Olarak Kullanılması

3.6.1.1. Genel Olarak

Eşyaların üzerinde marka benzeri işaretlerin kullanıldığı eski çağlarda, bu işaret bugün olduğu gibi mal ve hizmetleri ayırt etmek için değil, sahiplik veya aidiyet belirtmek için kullanılıyordu. Eşyaların üzerine konulan işaretler eşyanın kime ait olduğunu belirleme fonksiyonunu yerine getiriyor böylece hırsızlığa veya kaybetmeye karşı korunmak isteniyordu.¹⁴⁰ Arkeologların yaptığı kazılarda tabak, çanak, çömlek, gibi eşyalarda bu tip işaretlere rastlanmıştır. Orta çağa doğru, bu işaretlerin kullanım alanı ticari alana doğru genişlemeye başlamıştır. Ticaretin gelişimi ile birlikte, markalar eşyaları kimin satışa sunduğunu belirtmek için kullanılmaya başlamıştır. Bu dönemdeki markalar ticaret markaları değil, mülkiyet markalarıydı. Zamanla, markalar kullanıldıkları mal ve hizmetleri diğerlerinden ayırt etmeye yarayan bir işleve büründü. Tüketiciler ise, aradıkları mal ve hizmetin kalitesini ve kaynağını markasına bakarak ayırt etmeye başladılar. Markaların ticaret markaları haline gelmelerinde Orta Çağdaki 'lonca'ların faaliyetleri etkili olmuştur. 19.yy'da ise ülkeler markaları koruyan kanunlar koymaya başlamışlardır.

Markayı oluşturan işaretlerin kökeni Yunanca'dan gelen sembol (symbol)'e dayanmaktadır. ABD'de 1939 ile 1962 yılları arasında yargıçlık yapan Felix Frankfurter'e göre "markaların korunması sembollerin psikolojik işlevlerinin hukuk tarafından tanınması" dır.¹⁴¹ Gerçekten, insan zihni ve davranışları üzerinde sembollerin etkinliğine inanıyorsak, malları alırken de onların sembollerinden etkilenmeyeceğimizi söyleyemeyiz. Markalar, alınmak istenilen ürünün seçimini kolaylaştırır ve onları diğerlerinden ayırt etmeye yarar. Marka sahipleri, markaların insan davranışı üzerindeki etkilerini bildikleri için, malların üzerine markalarını en özenli ve hoş şekilde yerleştirmeye çalışırlar. Ve böylece kendi ürünlerinin diğerlerinden daha çok ilgi

¹⁴⁰ Nathaly J. Vermette, "Domain Names in the Realm of Trademark Law", Federation of Insurance & Corporate Counsel Quarterly, Fall 2000, Vol. 51, s.1

¹⁴¹ Robert J. Posch, "Trademark protection for Internet Domain Names", Direct Marketing, July 98, Vol. 61, s.63

çekmesine çalışırlar. Eğer bir başkası kendi sembolünün ticari çekim gücünden haksız olarak faydalanmak isterse hukuk yoluyla bunun korunması sağlanır.

Marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırdetmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dahil özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işarettir. Markanın edinilmesi ve marka ile ilgili hakların kullanılması konusunda iki temel sistem vardır. Birincisi, Anglo-Amerikan hukuk çevrelerinde görülen ‘marka hakkının kullanım yoluyla kazanılması’, ikincisi ise Almanya, Avusturya gibi ülkelerle bazı kuzey ülkelerinde geçerli bulunan ‘tescil sistemi’dir. Bu sistemde markanın sahibine sağladığı haklar tescil ile oluşur ve üçüncü kişilere karşı tescilin yayını tarihinden itibaren hüküm ifade eder. Tescil burada kurucu etkiyi haizdir.¹⁴² Birinci sistemde tescil bildirici nitelik taşır. ABD’de henüz kullanım başlamadan ileriye dönük ve “kullanım amaçlı (intend to use)” tesciller yapılabilen ancak tescilin gerçekleştirilmesi için gerçek kullanımın (genuine usage) başlatılması zorunlu kılınmaktadır.¹⁴³ Türk sisteminde de 556 sayılı KHK’nin 1 ve 6. maddeleri ile tescil ilkesi benimsenmiştir. Yani, Türk Markalar Hukukunda bir markadan doğan hakları kullanabilmek için markanın tescil edilmesi gerekmektedir. Ancak bunun iki önemli istisnası vardır. Bunlardan ilki, 556 sayılı KHK’nin mutlak ret nedenlerini düzenleyen 7.maddesinin (1) bendindeki atıf nedeniyle Paris sözleşmesinin 6. maddesinin birinci mükerrer hükmüne göre “herkesçe bilindiği mütalaa edilen” markaların üye devletler tarafından korunmalarıdır. Tanınmış bir marka, -Türkiye’de tescil edilmemiş olsa bile- sahibinin izni bulunmadan aynı mal ve hizmet için başkasının adına tescil olunamayacağı gibi; tanınmış markanın başkası adına tescili markanın toplumda ulaştığı tanınmışlık nedeni ile haksız bir yarar sağlanmasını sebep olacaksa veya markanın itibarına zarar verecekse, farklı mal ve hizmetler için de tescil talebi reddedilir, aksi halde markanın hükümsüzlüğü davası açılabilir. Diğer hal ise, KHK’nin nisbi ret nedenlerini düzenleyen 8. maddesinin 3. fıkrasında belirtilen hallerdir. Bu hükme göre “Tescilsiz bir markanın veya ticaret sırasında kullanılan bir başka işaretin sahibinin itiraz etmesi üzerine, tescili istenilen marka aşağıdaki hallerde tescil edilmez:

¹⁴² Tekinalp, s.324.

¹⁴³ Oytaç, s.7.

a) Markanın tescili için yapılan başvuru tarihinden önce veya markanın tescili için yapılan başvuruda belirtilen rüçhan tarihinden önce bu işaret için bir hak elde edilmiş ise,

b) Belirtilen işaret, sahibine daha sonraki bir markanın kullanımını yasaklama hakkı veriyorsa,”

diyerek tescilsiz bir markanın kullanım sonucu ayırt edicilik kazanması ile –aynı ve benzer- mallar için koruma talep edilebilmektedir. “Kullanma ile ayırt edici nitelik kazanmış marka” sahibi, markanın korunması sisteminde ‘kullanma esasını’ benimsemiş sistemlere ve tescilli markalar göre daha düşük bir koruma elde etmektedir. Burada marka sahibine, tescil edilmemiş bir işareti emek ve masraf yaparak belirli süre kullanma sonucu ayırt edicilik kazandırdığı için, bu markayı tescil olanağı sağlanmakta, fakat başkaları tarafından aynı marka tescil edilmiş ise marka sahibi bunun terkinini isteyememektedir.¹⁴⁴

3.6.1.2. Türk Hukukunda Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması

Bir markanın, alan adı olarak kullanılması halinde marka sahibi markayı koruyan davaları açmak suretiyle markasını ve dolaylı olarak da kendi markasından oluşan alan adını koruyabilecektir. KHK 9.maddesi ile tescilli marka sahibinin markasını koruma kapsamı çizilmektedir. Markaya sağlanan koruma, kural olarak, tescilin kapsamına giren mal ve hizmetlerle sınırlıdır. 556 sayılı KHK’nin 9. maddesinin (a) bendi ile marka tescil kapsamına giren aynı mal veya hizmetlerle ilgili olarak, tescilli marka ile aynı olan herhangi bir işaretin kullanılması halinde marka sahibinin bunun önlenmesini talep hakkı vardır. Dolayısıyla, alan adı da tescilli marka ile aynı mal ve hizmetlerle ilgili olarak kullanılıyorsa, tescilli marka sahibi bunun önlenmesini talep edebilir. Aynı şekilde 556 sayılı KHK’nin 9. maddesinin (b) bendi gereğince tescilli bir marka ile aynı veya benzer olan ve tescilli markanın kapsadığı mal veya hizmetlerin aynı veya benzeri mal veya hizmetleri kapsayan karıştırılma ihtimali olan herhangi bir işaretin kullanılması halinde de örneğin halk üzerinde işaret ile tescilli marka arasında bağlantı olduğu izlenimi yaratılması hallerinde de tescilli marka sahibi bunu önleyebilecektir.

¹⁴⁴ Tekinalp, s.355.

Marka sahibi, markasının aynı veya benzeri olan bir işaretin, markanın tescil edildiği mal ve hizmetten başka mal veya hizmetlerde kullanılmasını ise ancak tescilli markanın itibarı dolayısıyla kullanana haksız avantaj sağlıyor ve tescilli markanın ayırt edici karakterine zarar veriyorsa, menedebilir. Bu hali Tekinalp “haksız yararlanma veya şöhreti sömürme” olarak nitelendirmiştir.¹⁴⁵ Tescilli marka sahibi, markasının aynı veya benzerinin bir başkası tarafından farklı mal ve hizmetlerde alan adı olarak kullanılmasını şayet bu kullanım 9.maddenin (c) bendinde geçen “tescilli markanın itibarından dolayı haksız avantaj elde edecek veya tescilli markanın ayırt edici karakterine zarar verecek nitelikteki herhangi bir işaretin kullanılması” kapsamında ise, önleyebilecektir. Bu hükme dayanarak markasının 556 sayılı KHK’nin 9. maddesinin(c) bendi kapsamında tanınmış olduğunu ve markasının aynı veya benzerinin alan adı olarak kullanılmak suretiyle ayırt edicilik karakterine zarar verildiği nedeniyle markayı koruyan davaları açabilecektir. Marka sahibinin markası tanınmış değil ise ve markası alan adı olarak kullanılıyor ise, bu halde marka sahibi ancak KHK’nin 9. maddesinin II/d bendi gereği “işaretin, teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarda kullanılması” hükmüne dayanarak koruma isteyebilecektir. Bu ifade kapsamında, marka herhangi bir kişi tarafından; mektup, zarf, fatura başlıklarında; fiyat, renk, mal, hizmet kataloglarında; broşürlerde; yani iş evrakında ya da reklamlarda kullanılması –mal ister imal edilmiş olsun ister olmasın; ister ticaret mevkiine konulmuş bulunsun ister bulunmasın- markanın haksız kullanımı olup marka sahibi tarafından yasaklanabilir. Bu haller sınırlı sayıda değildir. Markanın aynı veya benzerini alan adı olarak kullanılması da bu kapsamda düşünülerek eğer ticari kullanım da var ise, koruma talep edilebilecektir. Markanın tanınmış olmaması halinde koruma ancak aynı tür mal ve hizmetlerle sınırlı olacaktır.

Markanın, alan ismi olarak kullanılması farklı üst düzey alan adları altında mümkündür. Örneğin aynı isim, farklı üst düzey adlar altında kullanılabilir. Markasının korunmasının kapsamının, tüm üst düzey alan adlarını kapsaması çok geniş bir koruma getirecektir. 556 sayılı KHK’nin 9. maddesi kapsamında karıştırılma ihtimalinin varlığı için ‘karıştırılma ihtimalinin halk yönünden’ olması gerekmektedir. Yani, halkın karıştırma ihtimaline karşı korunma olacaktır. Bunun ölçütü ise bu işin uzmanları değil, mal veya hizmetin orta yetenekteki alıcılarının dikkat ve özenidir. İnternet

¹⁴⁵ Tekinalp, s.369.

kullanıcılarının, makul ve orta seviyedeki kullanıcıları, internet alan adlarının işlevini ve farklı üst düzey alan adları ile aynı adların kullanılabildiğini bilmektedirler. Bu yüzden tanınmışlık özelliğine sahip olmayan markalarda korunmanın ancak aynı tür mal ve hizmetlerle ilgili olarak korunması esas olacaktır. Tanınmış markalarda ise markanın ‘şöhretini sömürme’, ‘itibarını azaltma’ şeklinde markanın ününden haksız faydalanmalar olabileceği için farklı üst düzey alt alan adlarında da kullanım engellenebilmelidir. Örneğin bir kullanıcı “arcelik.com”, “arcelik.net”, “arcelik.gen.tr” şeklinde farklı üst düzey alan adları ile “tanınmış” ve “meşhur” bir marka olan ‘arçelik’ markasının ününden faydalanarak internet kullanıcılarını kendi sitesine çekebilir. Bu durum, hem arçelik markasından haksız kullanımı doğuracak hem de arçelik markasının imajını zedeleyebilecektir. Dolayısıyla tanınmış markalarda koruma daha geniş olarak düşünülmelidir. Zaten UDRP uygulamaları ve ACPA’da bu esası dikkate alarak kararlar vermektedir.

Markanın Korunması hakkında KHK’nin 9. maddesinde belirtilen şekilde markasının başkası tarafından alan adı olarak kullanıldığını tespit eden marka sahibi, KHK’nin 61. maddesinin (a) bendi kapsamında ‘marka hakkına tecavüz’ olduğu gerekçesiyle marka hakkını koruyan davaları açabilir. Bu koruma tescilli markalar içindir. Şayet marka tescilli değilse KHK’nin koruyucu hükümlerinden yararlanılamaz ve KHK’nin 8/III’de tanımlanan “ayırt edicilik kazanmış tescilsiz marka veya işaret sahibi” ancak TK’nun 56 vd. maddelerine dayanarak haksız rekabet koruması hükümlerinin uygulanmasını talep edebilir.¹⁴⁶ Marka sahibi KHK’nin 62. maddesine dayanarak marka hakkına tecavüz fiillerinin durdurulmasını isteyebilir. Durdurma davası devam etmekte olan bir tecavüze son vermek için açılan bir eda davasıdır. Bu talebin ileri sürülebilmesi için tecavüzde bulunanın kusuru ve zararın varlığı aranmaz.¹⁴⁷ Tecavüz devam ettiği müddetçe bu dava ikame edilebilir. Dolayısıyla alan adı kullanıldığı sürece bu dava alan adı sahibine de açılabilir. Ayrıca marka sahibi, KHK’nin 61. maddesi (b) bendine dayanarak “tecavüzün giderilmesi davası” ile “madde ve manevi tazminat” davaları açabilir. Tecavüzün giderilmesi davası, tecavüz ile ortaya çıkan hukuka aykırılığın sonuçlarının ortadan kaldırılmasını (ref’ini) kendisine konu alır. Bu talebin dermeyanı

¹⁴⁶ Oytaç, s.285.

¹⁴⁷ Tekinalp, s.420.

için kusurun varlığı şart değildir. Sonuçlar devam ettiği sürece talepler ileri sürülebilir.¹⁴⁸

KHK'nin 12. maddesi “dürüstçe ve ticari veya sanayi konularıyla ilgili olarak kullanılmaları koşuluyla üçüncü kişilerin, ad ve adresini, mal veya hizmetlerle ilgili cins, kalite, miktar, kullanım amacı, değer, coğrafi kaynak, üretim veya sunulmuş zamanı veya diğer niteliklere ilişkin açıklamaları marka sahibi tarafından engellenemez” diyerek korumanın kapsamına istisna koymuştur. Markanın alan adı olarak kullanılması düşünülürken buradaki adres kavramına, alan adının adres işlevini ancak teknik olarak yerine getirdiği, kullanım açısından ise ticari nitelik taşıyan bir belirteç olduğu dikkate alınarak alan adının girmeyeceği düşünülmelidir. Buradaki dürüst kullanımın sınırını ise MK. 2. maddesindeki “dürüst davranma” yükümlülüğü oluşturur. Yani, bir hakkın açıkça kötüye kullanılmasını hukuk düzeni korumayacaktır. KHK'nin 12. maddesi kapsamında olsa dahi, sırf başkasına zarar vermek veya onun markasının şöhretinden yararlanmak amacıyla davranılması halinde, bu kullanım korunmayacaktır.

Marka sahibi, markasının başkası tarafından alan adı olarak kullanılması dolayısıyla uğradığı zararların KHK'nin 62 ve 68. maddelerinde düzenlenen maddi tazminat davası, manevi tazminat davası ve itibar tazminatı davası açmak suretiyle giderilmesini isteyebilir. Marka sahibi, maddi tazminat davası ile uğradığı fiili kaybın değeri (damnum emergens) ile “yoksun kalınan kazanç” (lucrum cessans) var ise, bu zararını da ispatlayarak tazminat talep edebilir. Marka sahibi, alan adının kullanımı olmasaydı elde edebileceği geliri ispatlayarak veya alan adını tescil ettirmek suretiyle alan adı sahibinin markanın ününden yararlanarak elde ettiği kazancı ispatlayarak veya markası bir lisans sözleşmesine dayalı olarak kullanılsaydı ödenmesi gereken tutarı ispatlayarak “yoksun kalınan kazanç” bedelini ispata çalışır.¹⁴⁹ Marka sahibi, ayrıca bu iki davaya ek olarak KHK'nin 68. maddesinde “Marka hakkına tecavüz eden tarafından markanın kötü veya uygun olmayan bir şekilde kullanılması sonucunda, markanın itibarı zarara uğrarsa, marka sahibi bu nedenle ayrıca tazminat isteyebilir.” hükmüne dayanarak, markasının örneğin pornografik içerikli yayınların yapıldığı web sitesinde kullanılması veya markası ile aynı alan adı altında markası hakkında kötüleme ve yalan beyanlar

¹⁴⁸ Tekinalp, s.421.

¹⁴⁹ Tekinalp, s.425 vd.

yayınlanması halinde, marka sahibi KHK'nin 68. maddesine dayanarak "itibar tazminatı" isteyebilecektir. Markanın itibarı kavramı, marka ile inşa edilen "imaj"ı ifade etmektedir. 556 sayılı KHK'nin 68. maddesi "Markanın İtibarı" başlığı ile düzenlenmiştir. Bu maddede düzenlenen markanın itibarının zarara uğraması halinde doğacak zarar, hem manevi hem de maddi tazminatın unsurlarını taşır ancak bu ikisinden farklı ve ayrı bir davadır.¹⁵⁰ Bu zarar, marka sahibinin uzun yıllar sonucu yaptığı yatırım ve maliyet ile yarattığı güvenilirlik ve itibarın zedelenmesi sonucu oluşan durumu giderme amacı taşır. Bu tazminatın istenebilmesi için marka hakkının KHK'nin 61. maddesinde belirtilen şekilde tecavüze uğraması ve zarar verenin kusurlu olması gerekir.

Markası tecavüze uğrayan kişi, ayrıca mahkemeden, KHK'nin 62 (e) bendi uyarınca tecavüzün önlenmesi için gerekli tedbirlerin alınmasını ve bu bağlamda tecavüze uğrayan markayı taşıyan ürünler ve araçlar üzerinden bu markanın silinmesini veya tecavüz ancak ürünler ile araçların imhası ile önlenebilecek ise bunların imha edilmesini talep edebilir. Bu bağlamda, marka sahibi alan adını teşebbüsün iş evrakı ile ilan ve reklamlarda kullanıldığı hallerde bunların imha edilmesini isteyebilir.

3.6.2.3. Markanın Alan Adı Olarak Kullanılmasında 'Ülke Örnekleri'

ACPA'ya göre çözülen bir davada Sportman's Market şirketi ile Omega Mühendislik şirketi arasındaki "sportys.com" davasında,¹⁵¹ davacı şirket Sportman's market havacılık endüstrisi malzemeleri tanıtan ve pazarlayan bir şirkettir. 1960'larda Sportman şirketi "sporty" adını ve logosunu kullanmaya başladı. 1985'de "sporty's" markasını Birleşik Devletler Patent ve Marka Ofisine tescil ettirdi. Bu marka ile tanındı ve bilindi. Bir başka firma olan Omega Mühendislik ise 1995'de "sportys.com" alan adını adına tescil ettirdi. Alan adını tescil ettirdikten 9 ay sonra Omega Mühendislik, "Sporty's Farm L.L.C." adında başka bir şirket daha kurdu ve "sportys.com" alan adını bütün hakları ile bu şirkete "16.200\$" karşılığında sattı. Sporty's Farm şirketi yılbaşı ağaçları satmaya başladı ve bunun reklam ve pazarlamasını da "sportys.com" web sitesinde yapmaya başladı. Mart 1996'da kendi markasının başkası tarafından alan adı olarak

¹⁵⁰ Tekinalp, s.429.

¹⁵¹ "United States Court of Appeals for the Second Circuit", <http://www.tourolaw.edu/2ndCircuit/February00/98-7452.html>

kullanıldığını tespit eden Sportman's Market, daha dava açmadan Sporty's Farm şirketi bir tespit davası açarak alan adının kullanımının kendi hakkı olduğunu ispata çalıştı. Sportman's Market ise karşı dava ile kendi tescilli markasının şöhretinden haksız olarak faydalandığını belirterek FIDA'ya göre talepte bulundu. Mahkeme, FIDA'ya göre tanınmış marka sömürülmesinin olduğunu belirterek, "sporty's" tescilli markası ile "sportys.com" alan adının aynı ya da benzer olduğuna karar verdi. Burada tescilli markada bulunan kesme işareti (apastrof), alan adlarında teknik olarak kullanılabilen bir işaret değildir. Dolayısıyla, bu iki isim ayırt edilemeyecek kadar benzer kavramına dahil kabul edilmiştir. Karar temyiz edildi. Yerel mahkeme kararını verirken henüz ACPA yürürlüğe girmemişti. Bu yüzden inceleme FIDA'ya göre yapılmıştı. Ancak temyiz mahkemesi ACPA'nın yürürlüğe girmesi ile yeni hükümleri de olaya uyguladı. ACPA'ya göre ayırt edicilik niteliğine sahip bir marka olan "sporty's" markasının davalı tarafından kötüniyetli olarak "sportys.com" şeklinde alan adı olarak kullanıldığını, davalının önce alan adını kayıt ettirip sonra aradan 9 ay geçtikten sonra benzer ad ile bir şirket kurarak, alan adını bu şirkete sattığını, davalının ACPA'daki kötüniyet testini belirten dokuz adet faktöre göre iyi niyetli bir kullanımının olmadığı, ticari olmayan veya dürüst bir kullanım bulunmadığını, tersine ticari gaye ile hareket edildiğini belirterek alan adının davacı firma olan Sportman's Market şirketine verilmesine karar verildi.¹⁵²

İsviçre'de görülen bir davada İsviçre'de de marka olarak tescil edilmiş olan "hotmail.com" şirketi, davalının "hotmail.ch" alan adını kullanması üzerine, mahkemeye başvurarak öncelikle alan adının kullanımını durdurmuş ve yürütmeyi durdurma kararı aldırılmıştır. Mahkeme, üçüncü kişinin ticari markasını alan adı olarak kullanmanın, alan adının malların ve hizmetlerin dağıtımı için kullanılması halinde, ticari marka sahibinin haklarını zedeleyeceği düşüncesine varmıştır. Ayrıca, "hotmail.ch" alan adının kullanımı, davalının web sitesinde davacının şirketi ile ilgili bir bağlantı olmadığını söyleme gayretine rağmen, haksız rekabet hakkındaki kanunlara da aykırı olarak nitelendirilmiştir.¹⁵³

¹⁵² Celest M. Butera, "Domain Name Piracy and Trademark Infringement", Marketing Managment, Fall 200, Vol. 9 Issue 3, p58.

¹⁵³ M.Erdem Aybay; "Alan Adları ve Ortaya Çıkan Uyuşmazlıklar", Maltepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2002/2 İstanbul, s.115

Singapur Markalar Kanununa göre aynı veya karıştırılabilecek kadar aynı markayı aynı mal ve hizmetlerde veya benzer mal ve hizmetlerde kullanarak tüketicinin karıştırması olasılığını marka sahibinin – tanınmış marka değil ise – ispatlaması gerekir. Buna ilişkin bir davada Reklamcılık ve promosyon hizmetlerinde faaliyet gösteren “avnet” şirketi davalının “avnet.co.uk” alan adını kendi adına haksız olarak tescil ettirdiği gerekçesiyle açtığı davayı İngiltere Yüksek Mahkemesi 1994 tarihli İngiltere Markalar Kanunun 10.maddesi kapsamına girmediğini davacının davalının faaliyetlerinin kendi mal ve hizmetleri ile karıştırılma olasılığını ispatlayamadığı markanın da tanınmış marka olmadığını ortaya koyarak davayı reddetmiştir.¹⁵⁴

Hong Kong Alan Adı Uyuşmazlıkları Çözüm kurumu HKDNR’nin ilk uyuşmazlığı Outblaze şirketi ile Wah Cheung Leatherware arasındaki uyuşmazlıktır. “outblaze.com.hk” alan adı Wah Cheung tarafından tescil edilmiştir. Tek kişiden oluşan panel, “outblaze.com.hk”nin davacının markası ile aynı olduğunu ve kötüniyetli olarak kullanıldığını tesbit etmiştir. Kaydettiren kişinin marka üzerinde bir kullanma hakkı veya üstün hakkı da yoktur. Outblaze firması 1998’de Hong Kong’da kurulmuş ve Beijing, Seul, San Francisco ve Germany büroları vardır. Bu markayı “outblaze” olarak Nisan 2000’de tescil ettirmiştir. Wahn Cheung ise Mayıs 2001 tarihinde “outblaze.com.hk” alan adını tescil ettirmiştir. Bu sitede outblaze markasının iştigal alanı ile benzer faaliyetler ile uğraşmaktadır. Outblaze şirketinin bildirdiğine göre müşterileri ise devamlı şekilde bu sitenin kendilerine ait olup olmadığını sormakta ve şikayetlerde bulunmaktadır. Wah Cheung ise herhangi bir sorumluluk kabul etmediğini sadece bir görev ifa ettiğini ve kamu hizmeti sunduğunu belirtmektedir. Wah Cheung bu siteden web dizaynı, web mail gibi faaliyetlerde bulunmaktadır. Ancak panel kötüniyetle başkasının tescilli markasını alan adını olarak kullandığını ve o şirketin faaliyetleri ile karıştırılma ihtimali olan faaliyetlerde bulunduğunu tesbit etmiş ve alan adının Outblaze firmasına transferine karar vermiştir.¹⁵⁵

¹⁵⁴ Drew&Napier; “Domain Name Protection and Enforcement in Singapore”, Managing Intellectual Property, Dec99/Jan2000 Issue 95, p37

¹⁵⁵ Ralph Cunningham, “Outblaze Wins First Hong Kong Domain Name Case”, Managing Intellectual Property, Nov2001, Issue 114, p6

3.6.2. Ticaret Unvanı, İşletme Adı ve Kişi İsimlerinin ‘Alan Adı’ Olarak Kullanılması

Başkasının tescilli ticaret unvanı, işletme adı veya kişinin kanuni ad ve soyadı alan adı olarak kullanılmak suretiyle bu haklara tecavüz hali oluşabilir. Bu hallerde, hak sahibi, alan adı ile ilgili özel düzenlemeler olmamasına rağmen ‘koruyucu davaları’ açmak suretiyle haklarını koruyabilecektir.

Hukuk düzeninde gerçek kişilerin yanında tüzel kişiler de hak sujesi olarak kabul edilmişlerdir.¹⁵⁶ Gerçek kişiler gibi tüzel kişilerinde bir ismi bulunur. Tüzel kişilerde ad ve soyadı söz konusu olmaz, ama onların da mutlaka bir isme sahip olmaları gerekir.

Ticaret unvanı, tacirin, ticari işletmesine ilişkin işlemleri yaparken ve bu işlemlerle ilgili hukuki işlemlerde bulunurken kullandığı addır.(TK. m.41) Ticaret unvanı, gerçek veya tüzel kişiyi, ticari işletmenin sahibi olarak belirtir. İşletme adı ise, işletme sahibini hedef tutmaksızın doğrudan doğruya işletmeyi tanıtmak ve benzer işletmelerden ayırt etmek için kullanılan addır.(TK.m.55) Ticaret unvanı ve işletme adının korunması Ticaret Kanununda özel hükümle düzenlenmiştir. Ticaret Kanunun 54. maddesi ticaret unvanı ve işletme adlarının korunmasını düzenler. Ancak, ticaret unvanı ve işletme adı aynı zamanda Medeni Kanun anlamında birer isim olduklarından MK’nun 26. maddesinde düzenlenen adın korunması ile ilgili hüküm kapsamına sadece kişi adları değil, ticaret unvanı ve işletme adı da girer.¹⁵⁷

Tescil olunmuş ticaret unvanları TK. m. 54’e göre özel olarak korunur. Bu koruma gerçek kişi tacirlerin ticaret unvanları bakımında kayıtlı olduğu sicil çevresi ile sınırlıdır. Tüzel kişi tacirler bakımından ise bu koruma ülke çapında bir koruma sağlar. İşletme adları ise sadece sicil çevresi içinde korunur. Tescilsiz ticaret unvanı ve işletme adları ise TK’nun 56 vd. maddelerindeki haksız rekabet hükümlerine göre korunabilir. Gerçek kişi tacirler için sicil çevresi dışında koruma da yine haksız rekabet hükümlerine göre sağlanır. Tescil edilmemiş olmakla birlikte tanınmış bir ticaret unvanının aynı veya benzeri bir başka kişi tarafından kullanılırsa, ekonomik çıkarları bakımından zarar gören

¹⁵⁶ Öztan, s.293;

¹⁵⁷ Taşkın s.201 vd.

veya zarar görme tehlikesine maruz bulunan kişi –unvanı ilk kullanan kişi- haksız rekabet hakkındaki hükümlere dayanarak dava açabilir.

Ticaret unvanının alan adı olarak kullanılması hali de TK. 54. maddesinde geçen “ticaret unvanı kanuna aykırı olarak başkası tarafından kullanılan” ifadesi kapsamında korunma davalarını açmaya hak sağlayacaktır. İşletme adı ve ticaret unvanı korunması için TK. 54. maddesine göre,

- Unvanı, kanuna aykırı şekilde bir başkası tarafından kullanılan tacir bu kullanımın önlenmesini dava edebilir.
- Ticaret unvanının haksız şekilde kullanılması zarara yol açmışsa, kusurlu kişiden tazminat da istenebilir.
- Davayı kazanan kişinin talebi üzerine mahkeme hükmün gazete ile yayınlanmasına karar verebilir.¹⁵⁸

Ticaret unvanı ve işletme adı alan adı olarak kullanılmak suretiyle ‘karışıklık’ oluşturulursa, ticaret unvanı veya işletme adı sahibi bu davaları açarak alan adının kullanılmasını engelleyebilir ve zararlarının tazminini isteyebilir.

Ticaret unvanı ile ilgili İsviçre’de görülen bir davada Kurt Rytz isimli mühendis, “rytz” işaretini 1974 yılından itibaren ticaret unvanı olarak kullanmış, 1983 yılında da işletmesini “Rytz Industrie Bau AG” olarak ticaret unvanı altında tescil ettirmiştir. Bir başka şirket de “Rytz et Cie SA” adı ile 1987 yılında ticaret unvanı olarak, 1995’de de “rytz” adını marka olarak tescil ettirmiştir. Kurt Rytz kurduğu şirkete “rytz.ch” alan adını tescil ettirmiş ve kullanmaya başlamıştır. Bunun üzerine “rytz” markasının tescilli sahibi şirket RYTZ Industriebau AG aleyhine dava açmış ve “rytz.ch” alan adını kullanmasının men’ini talep etmiştir. Cenevre ilk derece mahkemesi talebi reddetmiş, Federal Mahkeme de ilk derece mahkemesinin kararını onamıştır. Mahkeme, “rytz” adının ticaret unvanı olarak daha önceden kullanıldığını ve davalının alan adını kullanmasında haklı menfaati bulunduğunu belirtmiştir. Ayrıca mahkeme bir ticaret unvanı ile bir marka arasındaki uyumsuzluğun farklı hususların ve menfaatlerin dengelenmesi gerektiğine işaretleyerek olaya isim üzerindeki hak, marka hakkı veya haksız

¹⁵⁸ Poroy, s.219 vd., Arkan, s.250.

rekabet hükümlerinin değil, somut olaya göre mevcut çıkarların tartılarak adil bir çözüme kavuşulması gerektiği sonucuna varılmıştır.¹⁵⁹

Bir başka davada Almanya’da görülmüştür. München Eyalet Mahkemesinin 15 Ocak 1997 tarihinde verdiği bir kararda,¹⁶⁰ “juris” ticaret unvanı ile bir veri bankası işleten firma, elektronik bilgi işlem sistemleri satışı gerçekleştiren bir firma tarafından “juris.de” alan adının tescil edilmesi üzerine “juris” firması dava açmıştır. Mahkeme ismi koruyan hükümlerin tüzel kişi isimleri için de geçerliği olduğunu belirterek, “juris” ticaret unvanı ile faaliyette bulunan firmanın menfaatinin bu suretle ihlal edildiğini belirterek, ismi koruyan davalar yoluyla ‘alan adının’ davacıya devrinin de mümkün olduğuna karar vermiştir.

Medeni Kanunun 26. maddesine göre:

“Adının kullanılması çekişmeli olan kişi, hakkının tespitini dava edebilir.

Adı haksız olarak kullanılan kişi buna son verilmesini; haksız kullanan kusurlu ise ayrıca maddi zararının giderilmesini ve uğradığı haksızlığın niteliği gerektiriyorsa manevi tazminat ödenmesini isteyebilir.”

MK’nun 26. maddesi incelendiğinde ismin özellikle iki halde korunmasından bahsetmektedir. Adın kullanılmasının çekişmeli olması hali ile adın haksız olarak kullanılmasıdır. Bunlar;

Bir kimsenin bir adı kullanmasına o adı taşıyan kimsenin bu ad üzerinde bir hakkı olmadığı gerekçesiyle itiraz edilebilir. Kanun koyucu bunu eski Medeni Kanun metninde “ismin ihtilafa mahal vermesi” şeklinde ifade etmiştir. Bu durum yeni Medeni Kanunda ise “adın kullanılması çekişmeli olan kişi” olarak ifade edilmiştir. Bu halde, isim sahibi, hakkını korumak için, o adı taşımaya ve kullanmaya yalnızca kendisinin hak sahibi olduğunun tespit edilmesini isteyebilir. Burada açılacak dava niteliği itibariyle bir tespit davasıdır.

İsmin haksız olarak bir başka kişi tarafından kullanılması halinde yani Medeni Kanunun eski ifadesiyle “ismin gasbında” ise, kanun ismin haksız kullanımının men’i davası açabileceği gibi, bir zararın doğması halinde maddi ve manevi tazminat davası

¹⁵⁹ Nomer, s.412 vd.; Aybay, s. 114

¹⁶⁰ Yıldırım, 1023 vd.

açılabilceğini belirtmektedir. Eğer hareket devam ediyorsa, ihlale son verme, artık ihlal sona ermiş olmakla birlikte tekrarlanması ihtimali kuvvetli ise “ihlalin önlenmesi” davası açılabilir.

Bir kimseyi belirtmeye yarayan lakaplar, takma adlar veya kısaltmalar da gasp ve tecavüz fiillerine karşı korunmuştur. Bir kimsenin hakkı olmadan başkasına ait adı kullanması, mesela bir kimsenin hakkı olmadan başkasının adını bir eşyaya, dergiye veya bir ürüne vermesi, adın gasbı teşkil eder. Alan adları bakımından da aynı esaslar geçerlidir. Yani bir başkasının ismini hakkı olmadan alan adı olarak kullanmak, MK. 26 anlamında ismin haksız olarak kullanılmasını oluşturur.

UDRP’e göre verilen kararlarda ve ACPA kararlarında da genel olarak ismin başkası tarafından alan adı olarak kullanılması korunmaktadır. UDRP’e göre ünlü kişilerin isimleri “hizmet markası” içinde düşünülerek korunmaktadır. Ancak WIPO bir kararında “sting” adının gerçek ad olmadığı gerekçesiyle başkası tarafından alan adı olarak kullanılmasına izin vermiştir. Medeni Kanunumuz bağlamında takma isimler de eğer tanınmış ve ayırt edicilik kazanmış ise korunmaktadır.

Almanya Hamm Eyalet Yüksek Mahkemesine konu olan olayda davacı savaş zamanlarından bu yana dünya çapında çelik, inşaat ve makina alanlarında faaliyet gösteren ve “krupp” ismiyle tanınan bir firmadır. Davalı ise “krupp” soyadına sahip olan ve ticaret siciline kayıtlı bir online acente olarak faaliyet gösteren biridir. Davalı “krupp.de” alan adını adına tescil ettirmiştir. Davacı bu adın kendi şirketinin tanınmış ticaret unvanı olduğunu belirterek alan adının kendine devri talebiyle dava açmıştır. Mahkeme isim benzerliği halinde “önceliklilik ilkesine” göre değil, çatışan menfaatler arasında bir denkleştirme yoluyla adilane bir şekilde çözülmesi gerektiğini belirtmiştir. Mahkemeye göre, davacı “krupp” ismini tanıtmış ve meşhur etmiştir. Davalının “krupp.de” alan adını daha önce kayıt ettirmesinin ve soyadının “krupp” olmasının, bu hakkının üstün olduğu anlamına gelmemektedir. Davacının hakkının ihlali talebi haklı ve yerindedir ancak “ismi koruyan davalara” dayanarak, alan adının davacıya devri mümkün değildir. İsmi davacıya devredilmesi çok geniş bir yorum olur. Davacı ancak karşı edimi yerine getirdiği takdirde bu isim ona devredilebilir. Bu koruma isim hakkı ihlal edilen kişiye yalnızca tecavüzün men’i ve bir zarar doğmuşsa bu zararın tazmini

imkanı sağlamaktadır. Maddenin amacı isim hakkı ihlal edilen kişinin hukuki konumunu iyileştirmeye katkıda bulunmak değildir. Bu nedenle, somut olayda ismin kullanılmasının engellenmesi suretiyle korumanın sağlanabileceği sonucuna varan Yüksek Mahkeme, alan adının kullanılmasını durdurmuş ancak devre karar vermemiştir.¹⁶¹

Türk Hukuku açısından böyle bir durumda ismin korunması hükümlerinin ‘devri’ kapsayacağı düşünülebilir. İsim, herşeyden önce kişilik haklarına dahil olan unsurlardandır. Bununla beraber isim, diğer kişilik hakları arasında, oldukça önemli özellikleri olan bir tip teşkil eder. Bir isme sahip olmak, kişiliğe ait niteliklerden biridir; fakat kişiliğe ait niteliklerden belki hiçbirisi, bir insanın çevresi ile arasındaki ilişkilerde isim kadar devamlı rol oynamaz. Bundan dolayı Medeni Kanun isim üzerindeki hakkı ayrıca düzenleme gereği duymuştur. Ancak bu ayrı düzenleme kişilik hakkını düzenleyen Medeni Kanun hükümlerinin isim hakkına uygulanmasını engellemez. Medeni Kanunun 25. maddesinin 3. fıkrası “Davacının, maddi ve manevi tazminat istemleri ile hukuka aykırı saldırı dolayısıyla elde edilmiş olan kazancın vekaletsiz iş görme hükümlerine göre kendisine verilmesine ilişkin istemde bulunma hakkı saklıdır” hükmü ile ‘vekaletsiz iş görme’ hükümleri yolu ile davalının haksız kazancının iadesi esasını getirmiştir. İsim de kişilik haklarına dahil bir unsur olarak, ismin haksız kullanımından doğan zenginleşmelerin de “vekaletsiz iş görme” hükümlerine göre istenebilmesi gerekir.¹⁶² Dolayısıyla, başkasına ait ismi alan adı olarak kullanan kişinin, ismi koruyan MK. 26. maddesi yanında; kişilik hakkını koruyan 24 ve 25. maddelerinin de uygulanması sonucu alan adını BK. nun 414. maddesi gereğince devrine karar verilebilir.

Türkiye’den yapılan bir başvuru sonucu verilen WIPO kararında ünlü stand-up sanatçısı Cem Yılmaz “cemyilmaz.com” alan adının devri talebiyle WIPO’ya başvurmuştur. Davalı ABD’de New York’da faaliyet gösteren Roman Club International şirkettir. Davalı 15 Nisan 1999 tarihinde alan adını tescil ettirir ve Cem Yılmaz’ın New York’daki bir gösterisinden sonra bu alan adı altında ortaklaşa bir web sitesi kurulmasını önerir. Fakat davacı bunu kabul etmez. 8 Ağustos 2000 tarihinde alan

¹⁶¹ Yıldırım, s.1016 vd.

¹⁶² Yıldırım, s.1015 ve 1032 vd.

adı “Cem Yılmaz”ın resmi websitesi 30 Ağustos 2000’de açılıyor, bizi tekrar ziyaret edin, teşekkürler” ibaresinden oluşan bir siteye yönlendirilir. Ayrıca sitede “tüm hakları mahfuzdur” şeklinde ifade ile alan adının Cem Yılmaz’ın resmi internet sitesi olduğu çağrıştırılmaktadır. Bunun üzerine Cem Yılmaz, Ağustos 2000 tarihinde TPE’e ismini marka olarak tescil ettirmek üzere başvuruda bulunur. Davalı, Cem Yılmaz’a alan adını 10.000\$ karşılığında satmayı teklif eder. Cem Yılmaz, davalının kendi tanınmış ismi üzerinden haksız kazanç sağlamaya çalıştığını, ayrıca alan adını kendisine satmayı teklif ettiğini, kötü niyetli olduğunu belirterek WIPO nezdinde dava açar. Davalı ise, davacının isminin marka olmadığını, henüz tescil edilmediğini, kendisinin kamu yararına çalışan değişik kültürleri ve şahsiyetleri tanıtmak amacıyla faaliyette bulunan bir dernek olduğunu ileri sürer. Tek kişiden oluşan panel, UDRP 4. maddesi kapsamında alan adının bir başkasının ticari veya hizmet markası ile aynı veya benzer olduğunu, davalının bu alan adı üzerinde bir hakkı olmadığı, alan adını kötüniyetle kullanıldığını belirterek alan adının davacıya devrine karar vermiştir.¹⁶³

3.6.3. Coğrafi İşaret ve Coğrafi Yer adlarının Alan Adı Olarak Kullanılması

Coğrafi işaret, bir malın coğrafi kökenini gösteren veya kullanılan bir unsur, madde, motif, malzeme ya da usul sebebiyle bir alana, yöreye, bölgeye yahut ülkeye yollamada bulunarak o mala istek ve güven duyulmasını sağlayan coğrafi ad veya işarettir. Bir yörenin suyu, meyvesi, toprağı, çakılı, doğanın bir armağanı şeklinde diğer yörelerden farklı olabilir, bir yörede şifalı ılıcalar bulunabilir; el sanatları yılların verdiği birikimle yapılıyor olabilir. Malın bu yörelerde üretilmesi, halkın o mala karşı güvenini sağlayabilir. Çünkü, yöre o ürünü ile ünlüdür: Amasya elması, Malatya kayısı, Arnavutköy çileği, Taşdelen suyu, Bursa ılıcaları, Kayseri pastırması, Kütahya çinisi gibi. Elmanın başında gelen Amasya, çilekle birlikte kullanılan Arnavutköy, suyu tanımlayan Taşdelen halkta güven uyandırır.

Fikir Mülkiyeti Haklarının Ticari Niteliklerine İlişkin Anlaşma-Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights-TRIPs’in 22-23 ve 24. maddelerinde ‘coğrafi işaretler’ düzenlenmiştir. 22. maddeye göre coğrafi işaret “bir malın kalitesinin, namının veya diğer özelliklerinin esas olarak coğrafi menşesine atfedildiği durumlarda,

¹⁶³ WIPO, [http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1541.html-\(cemyilmaz.com\)](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1541.html-(cemyilmaz.com))

bir malın menşeyini gösteren işaretler” olarak tanımlanmaktadır. Türkiye’de 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname’nin 3. maddesine göre coğrafi işaret “belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretler” olarak tanımlanmıştır.

Coğrafi İşaret “menşe adı” ve “mahreç işareti” şeklinde ikiye ayrılır. Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı;

- coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması,
- tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir ürün olması,
- üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması,

halinde “menşe işareti”ni belirtir. Menşe işareti ‘ürünün kaynağına’ işaret eder. Örneğin Trabzon tereyağı, Bozcaada şarabı, Van otlu peyniri, Amasya elması, İzmit pişmaniyesi vb. Amasya elması sadece Amasya’da, İzmit Pişmaniyesi sadece İzmit’de yapılan pişmaniyeyi ifade eder. Bu ürünlerin nitelikleri, kalitesi, ünü ve diğer özellikleri belirli bir coğrafi yerin doğal ve beşeri unsurlarından kaynaklanan özellikler taşır ve bu ürünler bu özellikleriyle ün salmışlardır. Menşe adını taşıyacak ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezler. Çünkü ürün, niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilir. Oysa, kaynaktan çok, usulün, yöntemin belirleyici olması halinde “mahreç işareti” söz konusu olur. Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı;

- coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması,
- belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması,
- üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması

halinde “mahreç işareti” göstergesini belirtir. Mahreç işaretinde ürünün, o yörede üretilmesi şart değildir, oradan kaynaklanması yeterlidir. Örneğin Hereke halıları, dokunma usulüne uyulmak şartıyla Hereke dışında da dokunabilir. Veya Kayseri

pastırması, belirtilen yöntem ve özel malzemeler ile Kayseri dışında da üretilebileceğinden “menşe işareti” değil, “mahreç işareti”dir. Mahreç işaretini taşıyacak ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında da üretilbilirler. Ancak bu üretimde ait oldukları coğrafi bölgeye ait hammadde ve üretim yöntemlerinin aynen kullanılması ve ürünün kalitesinin temini şarttır.

Coğrafi işaretler üzerindeki hak mutlak bir hak olmadığı gibi kullanan kişi yönünden inhisari nitelikte de değildir. Çünkü, coğrafi işaret alansal, yöresel, bölgesel, ülkesel genelliğe, bir anlamda anonimliğe sahip olup belli bir kişiye veya bazı kişilere bağlanamaz. Bu sebeple coğrafi işaret hukuki işlemlere de konu olamaz. Korunan menfaat halkın menfaatleridir, coğrafi işaretler kullanan dolayısıyla korunur. Korumanın esası halkın aldatılmasına engel olmaktır. Tescil de işlevini bu yönden yerine getirir. 555 sayılı KHK’nin 15. maddesine göre coğrafi işaret başvurusu yapma hakkına sahip kişiler ile tescil edilmiş coğrafi işareti kullanım hakkına sahip kişiler “tescilli adın ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak kullanımlar veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran ya da çağrıştırabilen ürünlerle ilgili olarak tescilli adın dolaylı veya dolaysız olarak ticari amaçlı kullanımı” nı önleme hakkına sahiptir. Dolayısıyla bu kapsamda örneğin tescilli olan “iznikçinileri” menşe adını “iznikcinileri.gen.tr” şeklinde alan adı olarak kullanan kişiye karşı, bu yörede yaşayan ve bu adı kullanma hakkına sahip ilgililer tarafından “tescilli adın ününden haksız biçimde faydalanmak” nedeniyle dava açılması ve adın ‘alan adı’ olarak kullanılmasının önlenmesi mümkündür. Bu bağlamda ilgili kişi ya da kişiler tespit, men ve maddi tazminat davası açabilirler.

556 sayılı KHK’nin 7 (c) maddesi “ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer, coğrafi kaynak belirten veya malların üretildiği, hizmetlerin yapıldığı zamanı gösteren veya malların ve hizmetlerin diğer karakteristik özelliklerini belirten işaret ve adlandırmaları münhasıran veya esas unsur olarak içeren markalar” tescil edilemez diyerek ‘coğrafi işaretler’i esas unsur olarak içeren markaların tescil edilemeyeceğini belirtmektedir. Bu adlar, marka olarak tescil edilemezler ancak alan adı olarak tescil edilebilirler. Bu halde koruma ise ancak 555 sayılı KHK’nin 24 ve 24/A maddelerine göre ve TK.nun 56 vd. haksız rekabet hükümlerine göre sağlanabilir. Çünkü, böylesi yaygın bir adın kullanımı örneğin “gaziantepbaklavası” adının alan adı

olarak kullanımı aynı zamanda “aldatıcı hareket veya hüsnüniyet kaidelerine aykırı sair suretlerle iktisadin rekabetin her türlü suistimali” ni oluşturur.

Coğrafi yer adları ise, 555 sayılı KHK’nin koruma kapsamına girmemektedir. Yargıtay’ın 1999’da verdiği bir kararda coğrafi yer adlarının “marka” olarak tescili de ancak ayırıcı nitelikte ek almak suretiyle olabilecektir. Söz konusu kararda İstanbul’da bir ilçe olan “Pendik” adının marka olarak tescili istemine ilişkin durum görüşülmüştür. Karara göre¹⁶⁴ “Doktrinde bölge veya şehir adlarının marka olarak tesciline ilke olarak engel bulunmadığı benimsense de ülkemizde şehir, bölge veya maruf mahal isimlerinin tek bir sözcük olarak bir kişi lehine marka olarak tesciline olanak tanımak, bu isimlerin artık başkaları tarafından markalarında kullanılamayacağı sonucunu ortaya çıkaracaktır. Böylece bir yer adı sadece bir kişinin tekelinde kalacak ve bu şekilde bir kamu adı başkaları tarafından markalarında kullanılamayacaktır. Zira, yerleşen uygulamaya göre, bu isim, markanın “kök” sözcüğü olacak ve iltibas iddiası ile diğer marka başvurularının önlenmesine neden teşkil edecektir. 556 sayılı KHK’nin genel amacı dikkate alındığında böyle bir imtiyazın kimseye tanınmaması gerekir. Bu şekildeki şehir, ilçe veya maruf yerleşim yerlerinin isimlerini teşkil eden sözcükler hangi ürünün markası olarak kullanılacak ise, onunla birlikte tesciline imkan verilmesinin anılan yasal düzenlemenin amacına daha uygun olduğu görüşünün benimsenmesi ve bu şekilde böyle bir markayı kullanmak isteyenlerin menfaat dengelerinin korunması bakımından da uygun olduğu sonucuna varılmıştır” denilerek, yer adlarıyla ilgili genel ilke ortaya konmuştur.

UDRP ve ACPA düzenlemeleri ‘yer adlarını’ kapsamamaktadır. Ancak, WIPO nezdinde görülen bir davada “barcelona.com” alan adı, marka hakkına dayanarak davacıya transfer edilmiştir. Davacı “Excelentísimo Ayuntamiento de Barcelona-Barcelona Belediye Meclisi”, “Barcelona Excelentísimo Ayuntamiento de Barcelona” markasını üç farklı sınıfta olmak üzere 03.10.1995’de İspanya Patent ve Marka Ofisine tescil ettirmiştir. Davacı ayrıca “barcelona-bcn” markasını da yine üç farklı sınıfta 20.11.1996’da İspanya Patent ve Marka Ofisine tescil ettirmiştir. Davacı Barcelona Belediyesi ayrıca “barcelona.com”, “barcelona.net”, “barcelona.org”, “barcelona.edu”, “barcelona.es” alan adlarını da marka olarak tescil ettirmek için başvuruda bulunmuştur.

¹⁶⁴ Yargıtay 11. HD.1999/5790 E., 1999/9590 K.

Davalı “barcelona.com” alan adını “barcelona.com” adlı şirketi adına 10 Mayıs 2000 tarihinde bir başkasından almıştır. Alan adının ilk tescil tarihi Şubat 1996 tarihidir. Davalı şirket alan adını aldıktan sonra 15 Haziran 2000 tarihinde Birleşik Devletler Patent ve Marka Ofisine “barcelona.com” alan adını tescil ettirmek için başvuruda bulunmuştur. Davacı Barcelona Belediyesinin 26 Mayıs 2000 tarihinde WIPO nezdinde başvuruda bulunması sonucu, tek kişilik panel yaptığı incelemede, her ne kadar alan adı ile davacının tescilli markaları aynı olmasa da tescilli markaların ayırt edicilik unsuruna sahip asli unsurunun “barcelona” kelimesi olduğunu, davacının bu kelimeyi meşru olarak kullanma hakkına sahip olduğunu, davalının ise bu ismin tanınmışlığından faydalanarak internet kullanıcılarını kendi sitelerine çekmek amacıyla hareket ettiğini, alan adından ticari kar sağlama amacıyla hareket ettiğinin anlaşıldığını dolayısıyla kötüniyetli kullanım içinde olduğunu belirterek davacı Barcelona Belediyesinin UDRP 4. maddesindeki üç şartı ispatlaması nedeniyle “barcelona.com” alan adının davacıya transferine karar verilmiştir. Ancak davalı bu karar aleyhine Amerikan Mahkemelerine dava açmıştır. Virginia Bölge Mahkemesi, İspanyol Marka Hukuku ile ACPA’yı uygulayarak davalı Barcelona Belediyesinin bu marka üzerinde yasal hakkı bulunduğunu belirterek, davacının talebini reddetmiştir.¹⁶⁵ Ancak kararın temyiz edilmesi sonucunda Amerikan Temyiz Mahkemesi 4. dairesinin 2 Haziran 2003 tarihinde verdiği karar ile karar bozmuştur. Dördüncü Daire “barcelona.com” adlı şirketin eyleminin Amerikan Markalar Hukukuna göre kanuna aykırılık taşımadığını çünkü coğrafi yer adlarının tek başına marka korumasından yararlanamayacağını belirtmiştir. Mahkeme, “barcelona.com” alan adını yeniden ilk sahibi olan “barcelona.com” şirketine iade etmiştir.¹⁶⁶

3.6.4. Cins ve Meslek İsimlerinin ‘Alan Adı’ Olarak Kullanılması

Cins isim veya jenerik isim, ürünün ‘cinsini’ belirten ve ürünün genel adını belli eden kelimelerdir. Markalar hukukunda “cinsillik doktrini-genericness doctrine”, bir mal veya hizmet pazarında başkalarının kullanım için gereksinim duydukları bir sözcüğe bir kimsenin tek başına sahip çıkmasını engellemektedir. Cinsillik doktrininin temel

¹⁶⁵ Paul Szynol, “Barcelono.com Inc”,

<http://research.yale.edu/lawmeme/modules.php?name=News&file=article&sid=170>

¹⁶⁶ “Published United States Court of Appeals for the Fourth Circuit”,

<http://pacer.ca4.uscourts.gov/opinion.pdf/021396.P.pdf>

varsayımı, belirli bir pazarda rekabet edebilmek için girişimcilerin bazı sözcüklere gereksinim duymalarıdır. Ürünlerin genel adını belirtmesi nedeniyle cins isim sayılan sözcükler, eşyaların niteliklerini tanımlama amacı güder ve herkesin kullanımına açık olmakla marka özelliği elde edemez. Gerek Almanya, Avusturya gibi Kara Avrupası hukuk sistemlerinde gerekse İngiltere ve ABD gibi Anglo-Sakson hukuk sistemlerinde bu kural geçerlidir. Örneğin; Türkiye’de tek fırın olsaydı ve herkes ‘ekmek’ dendiği zaman o fırını akla getirseydi bile, başka kişiler de ekmek yapıp satmayı ve bu sözcük ile ekmek ürününü belirlemeyi isteyeceklerinden ‘ekmek’ ismi veya ‘fırın’ ismi marka olamaz. Bir kelimenin cins isim olup olmadığının kararlaştırılmasına ilişkin testte, o kelimenin “ürünün türünü” gösterip göstermediği sorgulanır. Esasen cins isim oluşturan sözcükler yanı sıra, var olan ayırt edici niteliklerinden ötürü, önceleri marka olan sözcükler de zamanla cins isim haline dönüşebilir. Önceden marka olan sözcükler, tüketicilerce ürünün türünü gösterir biçimde kullanılırsa cins isim halini alabilir. Örneğin naylon (nylon), aspirin, selofan (celophan), termos (thermos), vaselin önceleri marka oldukları halde zamanla o eşya veya ürün grubunun genel ismi haline gelerek ‘marka’ özelliklerini yitirmişlerdir. Bu sözcükleri esas unsur olarak içeren kelime grubu marka olarak tescil edilemez.

556 sayılı Markaların Korunması Hakkında KHK’nin 7/(1)-c bendine göre “ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer, coğrafi kaynak belirten veya malların üretildiği, hizmetlerin yapıldığı zamanı gösteren veya malların ve hizmetlerin karakteristik özelliklerini belirten işaret ve adlandırmaları münhasıran veya esas unsur olarak içeren markalar” marka olarak tescil edilemez. Yine KHK’nin (d) bendine göre “ticaret alanında herkes tarafından kullanılan veya belirli bir meslek, sanat veya ticaret grubuna mensup olanları ayırt etmeye yarayan işaret ve adları münhasıran veya esas unsur olarak içeren markalar” tescil edilemez. Kanun koyucu, marka olamayacak işaretleri belirten bu hükümleri ile, ticari hayatta bazı kişilerin cins ve meslek isimlerini marka olarak önceden tescil ettirerek haksız bir avantaj edinmelerine engel olmak istemiştir.¹⁶⁷ Çünkü bu tür kelimelerin bir kişi tarafından marka olarak tescil edilmesi halinde, bu kelimenin geçtiği diğer isimlerin de marka olarak tesciline sahibi tarafından “karıştırılabilirlik” ve “mal ve hizmet sınıfı” dikkate alınarak engel olunabilecektir. Ayrıca tüketici sınıfı üzerinde, cins ve meslek isimleri daha kalıcı olacak ve daha fazla

¹⁶⁷ Sabih Arkan, *Marka Hukuku*, C.I, Ankara 1997, s. 77.

etki yapabilecektir. Ticaret hayatında herkes tarafından kullanılan veya belirli bir meslek, sanat veya ticaret grubuna mensup bulunan kimseleri ayırt etmeye yarayan adlar veya işaretler de doğrudan doğruya markayı ya da markanın esas unsurunu oluşturamazlar. Örneğin borsa, bakkal, berber gibi kelimeleri esas unsur olarak içeren markalar tescil edilemezler.

Haksız rekabete yol açtığı için marka olarak kullanılması yasaklanan cins ve meslek isimlerinin alan ismi olarak alınması için bir engel yoktur. Alan isimlerinin temel özelliği, kaydedilen bir alan isminin bir kez daha kaydının yapılamamasıdır. Yani herhangi bir alan isminden dünyada sadece bir tane bulunmaktadır. Cins ve meslek isimlerinin alan ismi olarak kullanılması halinde bu meslek ismini ve cins ismini kullanan kimse büyük bir avantaj elde etmiştir. Çünkü bu tür alan isimleri, internette arama motorlarında aranması halinde ilk bulunacak siteler olacak ve site sahipleri internet kullanıcılarını daha kolay şekilde sitelerine çekecektir.

Genel isimler veya meslek isimleri, bir kamu hizmeti yapan kurumun kullanacağı isimler de olabilir. Bu halde genel olarak bu tür alan isimlerinin mahkeme tarafından silinmesi kararı verilebilmektedir. Almanya’da görülen bir davada istasyon anlamına gelen “bahnhof” kelimesinin “bahnhof.de” alan adı olarak kullanılması hakkının Alman Demiryollarının öncelikli bir hakkı olduğu gerekçesiyle bu alan isminin başkaları tarafından kullanılamayacağına karar verilmiştir. Bir diğer kararda “sulh mahkemesi” anlamındaki “amtsgericht.de” alan adının kullanımının, mahkemeler tarafından kullanılabileceği belirtilerek, bu alan isminin başkaları tarafından kullanımı yasaklanmıştır.¹⁶⁸

Almanya’da bir avukatlık bürosunun “avukatlık bürosu” anlamındaki “rechtsanwalte” kelimesini “rechtsanwalte-koeln.de” şeklinde alan adı olarak kullanması, Alman Haksız Rekabet Yasasının 1 ve 3’üncü maddelerine aykırı bulunmuştur. Çünkü bu alan ismi altında Köln şehrinde faaliyet gösteren sadece bir avukatlık bürosu değil, bilakis bütün Könlü avukatlar veya Köln barosunun faaliyet göstereceği beklenmektedir.¹⁶⁹ Bir

¹⁶⁸ Memiş, Cins ve Meslek İsimlerinin; www.gravenreuth.de/kennzei.html

¹⁶⁹ Memiş, Cins ve Meslek İsimlerinin, s.472.

başka kararda “arzt-online.de” (doktor-online.de) alan isminin kullanımı geçici ihtiyati tedbir çerçevesinde yasaklanmıştır.¹⁷⁰

Fransa’da 19 Kasım 2001’de karara bağlanan bir davada,¹⁷¹ davacı S.A E-Learning şirketi, 7 Nisan 2000 tarihinde “e-learning” markasını adına tescil ettirmiştir. Davacı ayrıca “crossknowledge.com” ve “e-learning.fr” adreslerinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Davalı Elearning Agency şirketi ise “elearningagency.com” adresinde faaliyette bulunmaktadır. Davalı 19 Temmuz 2000 tarihinde “e-learning agency” markasını tescil ettirmiştir. Davacı, davalının bu alan adını kullanma hakkı olmadığını belirterek dava açmıştır. Davalı ise, davacının markasının tescil tarihinde jenerik ve davacının günlük aktivitelerinde kullandığı genel bir isim olduğunu belirterek bu kelimenin marka olarak tescil edilemeyeceğini belirtmiştir. Mahkemeye göre “e-learning” kelimesi Fransa’da eğitim uzmanları ve eğitimle ilgili kişiler tarafından sık olarak kullanılan genel bir ifadedir. Davacı, yönetim ve pazarlama eğitimi için internet üzerinden “yöneticilerin sanal üniversitesi” olarak adlandırdığı bir eğitim yöntemi ile faaliyette bulunmaktadır. Davacının tescilli markası “e-learning” kelimesi “online eğitim”, “uzaktan eğitim” gibi anlamları olan ve davacının markasını tescil tarihinden önce de kullanılan yaygın bir kelimedir. Bu markaya koruma sağlamak, uzaktan eğitim için bu terimi kullanan tüm kişilere karşı davacının marka ihlali iddialarını ileri sürebilmesine yol açacaktır. Oysa böyle bir genelleme kabul edilemez. Ayrıca davacının ileri sürdüğü “karıştırılma” ispatlanamamıştır. Davalının web sitesi ile davacının faaliyetleri farklıdır. Mahkeme bu gerekçelerle, davacının tescilli markasının iptaline ve alan adına ilişkin taleplerinin reddine karar vermiştir. Görüldüğü üzere, burada jenerik isimden oluşan marka hakkı iptal edilmiş fakat alan adının kullanılması yasaklanmamıştır. Davalının alan adını kullanımı korunmuştur.

Türkiye’de alan adları kayıt kurumu olan ODTÜ, haksız rekabete yol açacağı gerekçesiyle jenerik alan adlarını kimseye vermiyordu. Ancak Internet Kuruluna bağlı olarak çalışan DNS çalışma grubu tarafından alınan karar ile bugüne kadar jenerik kuralı gereği tahsisi yapılmayan alan adları da noter huzurunda yapılacak çekilişle isteklilere dağıtılmaya başlandı. Haziran 2003 yılında alınan kararın ardından bazı kayıt

¹⁷⁰ Memiş, Cins ve Meslek İsimlerinin; www.gravenreuth.de/kennzei.html

¹⁷¹ Ali Osman Özdelek, “Alan Adları&Marka Hukuku üzerine bir Fransız Mahkeme Kararı”, <http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=7168>

ve sınırlandırmalar haricinde daha önce haksız rekabete yol açacağı nedeniyle verilmeyen cins ve meslek belirten genel isimler 7 Mayıs 2004 tarihinde istekliler arasında noter huzurunda yapılan çekilişle dağıtılmaya başlandı. “Com.tr” ikinci derece alt alan adı altında yapılan bu dağıtımlar ile ODTÜ, alan adları yönetiminde önemli bir değişikliğe gitmiş oldu.¹⁷² Ancak tüm adlar kullanıma açılmadı. “turkiye”, “ataturk”, “turk” alan adları T.C. Devleti’nin yetkilendirdiği devlet kuruluşlarına verilmek üzere jeneriklik özelliğini korumaya devam edecek. İl adlarına “portal” hizmeti vermek koşuluyla yalnızca il belediyeleri başvurabilecektir. Koyduğu belgeye dayalı kayıt sistemi ile alan adları ile diğer fikri haklar arasında yurt dışında yaşanan çatışma ve uyuşmazlıkların yaşanmasına izin vermeyen ODTÜ’nün jenerik alan adlarını dağıtmaya başlaması, ile kendi sıkı kayıt politikalarıyla çeliştiği söylenebilir. Bu şekilde noter huzurunda yapılan çekilişle de olsa kimi alan adı sahipleri jenerik adları kullanmak suretiyle diğer alan adları karşısında haksız bir üstünlüğe kavuşacaktır. Bu nedenle, 556 sayılı KHK 7. maddesinin (c) ve (d) bendleri ile cins belirten genel isimlerin marka olarak tescil edilemeyeceği kuralını koymuştu. Bu yönüyle ODTÜ’nün bu uygulaması eleştiriye açıktır.

3.6.5. Eser Adlarının ‘Alan Adı’ Olarak Kullanılması

Eser adları, eserin bir parçası olan ve eseri tanıtan, eser ile eser sahibini bağlayan, eserin istenilmesinde kullanılan bir öge olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu-FSEK tarafından korunur.¹⁷³ Öncelikle eser adı, sahibinin manevi hakları kapsamında sayılarak FSEK’nun 16. maddesi ile eser sahibinin izni olmadan eser adında değişiklik yapılamayacağı belirtilmiştir. Öte yandan, eser adı tek başına bir eser olmadığından, eserin bir parçası olarak korunur. FSEK’nun 83. maddesine göre “bir eserin ad ve alametleri ile çoğaltılmış nüshaların şekilleri, iltibasa meydan verebilecek surette diğer bir eserde veya çoğaltılmış nüshalarında kullanılamaz”. Ayrıca maddenin ikinci fıkrası ile bu tür bir koruma eser adının ‘ayırt edicilik vasfının’ bulunmasına bağlı kılınmıştır. Son fıkra ile de iltibas ile ilgili TK’nun 56. vd.’daki haksız rekabet hükümlerine atıf yapılmaktadır.

¹⁷² “İnternette Jenerik Alan Adları Verildi”, <http://www.telepati.com.tr/haziran04/haber26.htm>;

¹⁷³ Tekinalp, s.97

İlke olarak, bir fikir ve sanat eseri sayılabilecek özellikler taşıyan kelimelerden oluşan (original combination of words) eser adlarının yasal koruma kapsamı içinde bulunması gerektiği tartışılmamaktadır. Bu sorun ilk olarak, 1852 yılında, İngiltere’de Jollie ve Blatch davası ile anlaşmazlık konusu olmuştur. Davacı, bestelediği müzik parçasının adının “The Serious Family Polka” olduğunu ve bunun özgün olduğunu, davalının kendi eserinde aynı adı kullanmasının önlenmesini istemiştir. Mahkemenin kararı şöyledir: “ Fikir hakkı, eser sahibinin akıl ve yaratıcı gücünün ürününe tanınır. Esere verilen ad üzerinde ise bir hak söz konusu olamaz. Ancak, eserin adı, fikir hakkından yararlanan kitap ya da müzik parçasının ayrılmaz bir unsurudur. Belirli bir ad altında, belirli bir ün yapmış olan eser adının, başkaları tarafından çıkar amacıyla haksız olarak kullanılmaması gerekir.”¹⁷⁴ Görüldüğü gibi, daha o tarihlerde orijinal isimlerin korunması gereği ortaya konmuştur. Amerika’da görülen bir davada davacı ünlü bir piyes olan “Blind Youth-Kör Gençlik” adının “The Blindness of Youth-Gençliğin Körlüğü olarak kullanılarak eser adının tahrif edilmiş olduğunu iddia etmiştir. Mahkeme kararına göre, adı oluşturan kelimeler, kendi aralarında bağımsız olmadıkları gibi, genel bir konunun tanımına vücut vermektedir. Dolayısıyla orijinal olmayan eser adının davalı tarafından kullanılmasında bir haksız rekabet hali yoktur.”¹⁷⁵

Eser adları, fikir hakları alanında, eser belirli bir ün kazandıktan sonra önemini arttırmaktadır. Bu nedenle, çeşitli ülkelerde yargı organları herhangi bir yanlışlığı önlemek amacıyla, adların kullanılmasında, özellikle üç unsuru gözönünde bulundurmuşlardır.¹⁷⁶

- Eserin ünü
- Toplumu yanıltma (iltibas) hali
- Eser sahibine zarar verme

Alman mahkeme kararları incelendiğinde, mahkemelerce koruma şartlarına ilişkin ilkeleri saptamak yerine, her olayın somut durumuna göre eser adlarının korunmasının tartışıldığı görülmektedir. “Viyana, Düşlediğim Kent (Wien, der Stadt meiner Traume)”, “Sherlock Holmes” gibi isimler korunmuştur. Buna karşılık “Operada Yangın” adlı kitap adı korunmamıştır.¹⁷⁷

¹⁷⁴ Akın Beşiroğlu, *Düşünce Ürünleri Üzerindeki Haklar*, Ankara 2002, s.101 vd.

¹⁷⁵ Beşiroğlu, s.102

¹⁷⁶ Beşiroğlu, s.100

¹⁷⁷ Tekinalp, s.97

ABD’de eser adları, kullanım sonucu ayırt edicilik kazanması (ikincil anlam kazanması) ile korumaktadır. Bu adlar, sonraki kullanıcı tarafından önceki kullanıcıya yönelik olarak, olası alıcıların zihninde kaynakla karıştırma olasılığı çağrıştırma, sponsorluk veya bağlantıya neden olacak şekilde kullanılamaz. Marka hukuku ve haksız rekabet hukuku bu adların korunmasında uygulanmaktadır.¹⁷⁸

Kitap adları, film adları, tiyatro isimleri gibi eser adlarının başkaları tarafından alan adı olarak alınarak kullanılması halinde de eğer eserin adı orijinal bir kelime birleşiminden oluşuyor ise ve tüketiciler nezdinde ün kazanmış ise, bu eser adının FSEK’deki yollamaya binaen TK’daki haksız rekabet hükümlerine göre korunması mümkündür. Ancak ‘ayırt edicilik’ kazanmamış ve ‘karıştırılma’ tehlikesi içermeyen eser adlarının internette alan adı olarak kullanılması halinde, eser adı değil, alan adı korunacaktır.

Internet alan adının, kullanıma sunduğu web sayfasının içeriği de “eser” kapsamında ise, alan adı da “eser adı” olarak düşünülerek eser adına sağlanan korumadan yararlanacaktır. FSEK’nun 1. maddesi sahibinin özelliklerini taşıması şartıyla ilim ve edebiyat eserleri, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri sayılan her nevi fikir ve sanat mahsulünü ‘eser’ olarak nitelendirmiştir. Internet (web) sayfalarının oluşturulmasında fiziksel bir emek ve zamanın yanı sıra, zihinsel bir emeğin de harcanması dikkate alınarak, fikri bir çabanın ürünü olan internet sayfalarının da FSEK’deki özellikleri taşıması şartıyla ‘eser’ olarak korumadan yararlanması mümkündür.¹⁷⁹ Internet web sayfasının ‘eser’ olarak kabul edilmesi durumunda, siber uzayda sözkonusu web sayfasına yönlendirmeyi sağlayan ‘internet alan adı’ da başka bir role daha bürünerek ‘eser adı’ olarak düşünülebilecektir. Çünkü internet kullanıcıları internette dolaşırken site içeriğini alan adları ile bütünleştirmekte ve alan adlarını sözkonusu sitenin ismi olarak telakki etmektedirler. Web sayfasının fikir ve sanat eserleri hukuku anlamında sahibinin hususiyetlerini taşıması ve orijinal olması halinde ilgili web sayfasına adını veren ‘alan adı’ da ‘eser adı’ olarak koruma kapsamına alınabilecektir. Web sitesinin eser niteliği tartışılırken web sayfasının sadece nitelik ve

¹⁷⁸ Oytaç, s.64 vd.

¹⁷⁹ Sait Güran ve diğerleri “Internet ve Hukuk, Superonline Workshop Metni”

içeriğine bakılarak değil; internet ortamının gerektirdiği teknik özellikler de dikkate alınarak bir karara varılması doğru olacaktır.

3.7. Alan Adının Korunmasında ‘Haksız Rekabet Kurallarının Uygulanması’ ve ‘Kanunlar İhtilafı’ sorunu

3.7.1. Alan Adının Korunmasında Haksız Rekabet Hükümlerinin Uygulanması

Ticarette rekabetin sağlanması asıl olmakla birlikte, rekabetin ‘haksız rekabet’ kuralları ile sınırlandırılması temel kural halini almıştır. Gerçekten kendisine üstünlük sağlamak için her çareye başvuran kişi sonuç olarak sadece diğerlerine hakkaniyete aykırı bir şekilde zarar vermekle kalmaz, fakat genel olarak içinde bulunduğu toplumun da refah seviyesini olumsuz yönde etkilemiş olur.

Ticaret Kanunumuzda Haksız Rekabeti düzenleyen 56 vd. maddelerinin alan adı uyuşmazlıklarına uygulanabilmesi için bir engel bulunmamaktadır. Kanunumuz 56. maddesinde haksız rekabeti “aldatıcı hareket veya hüsünüyet kaidelerine aykırı sair suretlerle iktisadi rekabetin her türlü suistimalidir.” şeklinde tanımlamıştır. TK. 57. maddesinde ise ‘hüsünüyet kaidelerine aykırı hareketleri” sınırlı sayıda olmadan saymıştır. 57. maddenin birinci bendinde “başkalarını veya onların emtiasını, iş mahsullerini, faaliyetlerini yahut ticari işlerini yanlış, yanıltıcı veya lüzumsuz yere incitici beyanlarla kötülemek” demektir. Alan adları yolu ile yapılan yanlış, yanıltıcı veya lüzumsuz yere incitici beyanlar da bu kapsamda düşünülerek yasaklanabilecektir. Örneğin “bozukmercedes.com” alan adı, bu hükme dayanarak da iptal edilebilecektir. Yine TK. 57. maddesinin beşinci bendinde “başkasının emtiası, iş mahsulleri, faaliyeti veya ticari işletmesiyle iltibaslar meydana getirmeye çalışmak veya buna müsait bulunan tedbirlere başvurmak, hususiyle başkalarının haklı olarak kullandığı ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtmaya vasıtaları ile iltibasa meydan verebilecek surette ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtmaya vasıtaları kullanmak” şeklinde haksız rekabetin bir türü olarak düzenlenmiştir. Bu bentte, kanun koyucu ayırt edici ad ve işaretleri sayma yoluna giderken sınırlamamış ve ‘gibi tanıtmaya vasıtaları’ demek suretiyle başka ayırt edici, ad ve işaretleri de kapsamına almıştır. Bu bağlamda, ayırt edici, ad ve işaretlerden olan ‘alan adları’ da korunabilecektir. Bir yandan başkasının markasını, kişi veya firma

ismini, coğrafi yer adlarını, hükümet kuruluşlarını alan adı olarak alanların bu hakkı, haksız rekabet hükümlerinin uygulanması ile korunmayacak; öte yandan internetin kendine özgü yapısı içinde ‘alan adlarını’ kullanarak ‘özgünlük’ katan kişilerin bu alan adları, marka olarak tescil edilmeseler dahi, bu hükme dayanarak korunabilecektir. Dolayısıyla örneğin “yahoo.com” alan adını, Türkiye’de “yahoo.gen.tr” şeklinde alan adı olarak kullanacak kişiye karşı Yahoo firması hem bu markası tescilli olduğu için marka hakkına dayanarak hem de haksız rekabeti düzenleyen hükümlere dayanarak koruma sağlayabilecektir.

Marka, ticaret unvanı, işletme adı gibi tanıtma vasıtalarının tescilli olmadığı hallerde de yine haksız rekabet hükümlerinin uygulanması önem arzeder.¹⁸⁰ Haksız rekabetten kaynaklanan davalan TK.’nın 58. maddesinde sayılmıştır. Bu davaları açabilmek için “zarar olması ve zarar görme tehlikesinin ispatı” gerekir.¹⁸¹ Ayrıca tazminat davasının açılabilmesi için failin kusurlu olması şarttır. Alan adı ile karıştırılabilecek bir başka alan adını kullanan kişiye karşı alan adı sahibi,

- Tesbit davası açarak, alan adının kullanımının haksız rekabet oluşturduğunu tespit ettirebilir.
- Men davası açarak devam eden alan adı kullanımını durdurabilir. Bunu ilgili alan adını kayıt eden kurum yerine getirir.
- Haksız Rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılmasını isteyebilir. Örneğin davalının alan adını kullandığı reklamların durdurulmasını veya kartvizitlerin ortadan kaldırılmasını isteyebilir.
- Ayrıca eğer davalı kusurlu ise ve zarar oluşmuş ise, tazminat talep edebilir. Zararı Borçlar Kanununun 42/I maddesi gereği davacı ispatlamalıdır. Zararın ispatlanmasının çok zor veya imkansız olduğu durumlarda TK.58/I’deki “hakim tazminat olarak, haksız rekabet neticesinde davalının elde etmesi mümkün görülen menfaatin karşılığına dahi hükmedebilir.” hükmü gereği hakim mümkün görülen menfaati zarar olarak belirlemesi de mümkündür.

Haksız rekabet davalarının davaya hakkı olan tarafın bu hakkının doğumunu öğrendiği tarihten itibaren bir ve her halde bunların doğumundan itibaren üç yıl içinde açılması

¹⁸⁰ Arkan, s.296

¹⁸¹ Arkan, s.303; Poroy, s.204

gerekir (TK.62). Ancak haksız rekabet fiili, ceza kanunlarına göre daha uzun zamanaşımı süresine tabi olan bir suç oluşturuyorsa, ceza zamanaşımı, hukuk davaları hakkında da geçerli olacaktır.¹⁸²

3.7.2. Alan Adı Davalarında ‘Kanunlar İhtilafı’ Sorunu

Alan adları konusunda çıkacak uyuşmazlıklarda kayıt kurumları alan adı tahsis sözleşmelerine koydukları kayıtlarla uygulanacak olan kuralları belirlemektedirler. Sözleşmeye konulan bir klotla herhangi bir anlaşmazlık durumunda ICANN tahkim usulünün uygulanması sağlanmaktadır. Ancak bu durum, uyuşmazlığın mahkemeler kanalıyla çözülmesi halinde hangi ülke hukukunun uygulanacağını sorununu çözmemektedir.

Alan adının kullanımı yoluyla başkasının marka hakkını, isim hakkını veya yine alan adını ihlal etmek olasıdır. İnternet yolu ile işlenen ihlallerde, uygulanacak hukukun saptanması, siberuzay kavramıyla ilgili olarak benimsenecek yaklaşımla yakından bağlantılıdır.¹⁸³ Siberuzayın daha önce benzeri görülmemiş ayrı bir boyut olduğunu kabul eden görüş sahiplerine göre, klasik kanunlar ihtilafı kurallarının burada uygulanamayacağı çünkü ihlal fiilinin gerçek dünyada değil bizatihi siberuzayda olduğu savunulur. İhlal sanal alemde kaldığı için, dünyanın her tarafından ihlal edici fiile ulaşılma imkanı vardır. Bu nedenle geleneksel kanunlar ihtilafı kurallarının uygulanması amaca uygun olmayacaktır. Diğer görüş sahipleri ise, siber uzayın varlığını kabul etmez ve bu alanda geleneksel olarak kanunlar ihtilafı çözüm tarzını benimser.

Siber uzayın daha önce benzeri görülmemiş bir iletişim platformu olması ihlalin işleniş şeklini farklılaştırmakla birlikte ihlalin sonuçlarını gerçek dünyada yaratmasını engellemez. Gerçekten örneğin bir ünlü markayı alan adı olarak alarak kullanan kişinin bu ihlali gerçek dünyadaki insanların aldanmasına ve belki de marka ile olumsuz fikirlere sahip olmasına sebep olacaktır.

¹⁸² Arkan, s.306

¹⁸³ Sibel Özel, *Uluslararası Alanda Medya ve İnternette Kişilik Hakkının Korunması*, Ankara 2004, s.171 vd.

İnternetin yapısı gereği uyuşmazlıkların yabancılık unsuru taşıması olasılığı yüksektir. Yabancılık unsuru taşıyan uyuşmazlıklarda Türk mahkemelerinin yetkisi MÖHUK 27. maddesinde “Türk Mahkemelerinin milletlerarası yetkisini, iç hukukun yer itibariyle yetki kuralları tayin eder” geçen ifadesi ile ülke içi yer itibariyle yetki kaidelerinin aynı zamanda milletlerarası yetki kuralları olarak da vazife göreceğini belirtmektedir. Yer itibariyle yetkili bir Türk mahkemesinin bulunması milletlerarası yetkinin de varlığı için gerekli ve yeterlidir. Herhangi bir davada, Türk hukukunda yer itibariyle yetkili bir mahkeme mevcut değilse, Türk mahkemelerinin o dava için milletlerarası yetkisi yoktur.¹⁸⁴

MÖHUK’ta fikri haklarla ilgili olarak özel bir bağlama kuralı yoktur.¹⁸⁵ MÖHUK, sözleşmeden doğan borç ilişkilerinde 24. maddesi ile uygulanması gereken hukuku belirlemiştir. Alan adları ile ilgili uyuşmazlıklarda, alan adı kayıt kurumu ile alan adını tescil ettiren kişi arasında akdi bir ilişki kurulmaktadır. Ancak alan adı ile ilgili uyuşmazlıklar, kayıt kurumu dışında 3. şahıslarla, alan adını tescil ettiren arasında yaşanmaktadır. Zaten kayıt kurumları da sözleşmeye koydukları sorumsuzluk kayıtları ile olası uyuşmazlıklarda taraf olmadığını beyan etmektedirler. Ancak, kayıt kurumlarının koydukları sorumsuzluk kayıtları da örneğin Türk hukukuna göre Borçlar Kanunun 99. maddesindeki “hile veya ağır kusur halinde duçar olacağı mesuliyetten borçlunun iptidaen beraetini tazammun edecek her şart batıldır” hükmü gereği sınırlı olabilecektir. Bu yüzden kayıt kurumu ile alan adını tescil ettiren arasında doğacak olası ihtilaflarda uygulanacak hukuku tespit ederken MÖHUK’un 24. maddesi uygulanacaktır. 24. maddeye göre, taraflar aralarında yaptıkları akde tatbik edilecek hukuku bizzat seçebilirler. Seçtikleri hukuk Türk hukuku olabileceği gibi, yabancı hukuk da olabilir. Kayıt kurumları, kayıt sözleşmelerinde uygulanacak hukuku belirlemektedirler. Tarafların açık olarak uygulanacak hukuku belirlememiş olmaları halinde ise borcun ifa yeri hukuku uygulanacaktır.

Alan adı ile ilgili ihtilaflarda kayıt kurumları sorumsuzluk kayıtları ile olası uyuşmazlıklarda taraf olmamaktadır. Bu halde çıkacak uyuşmazlıklarda hangi yer hukukunun uygulanacağı sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, uygulanacak kanun

¹⁸⁴ Ergin Nomer, *Devletler Hususi Hukuku*, İstanbul 1998, s357

¹⁸⁵ Sait Güran ve diğerleri, “İnternet ve Hukuk, Superonline Workshop metni”

maddesi MÖHUK'un 25. maddesi olacaktır. Haksız rekabeti meydana getiren ihlaller, genellikle, yapıldıkları yer hukukunun uygulanmasını gerektiren haksız fiilleri meydana getirirler.¹⁸⁶ Akit dışı borç ilişkilerinin en önemlisini haksız fiil sorumluluğu teşkil eder.¹⁸⁷ Alan adı ihtilafları da genellikle haksız rekabete dayalı haksız fiil kapsamı içinde oluşmakla bu kapsamda düşünülebilir. Haksız fiillerden doğan borçlara uygulanacak hukuk ise MÖHUK 25. maddesindeki "Haksız fiilden doğan borçlar haksız fiilin işlendiği yer hukukuna tabidir." hüküm gereği haksız fiil yeri hukuku (lex loci delicti commissi kuralı) dur. Haksız fiilin işlendiği yer olarak, "fiil(eylem) yeri" mi, yoksa "neticenin (zararın) doğduğu yer" mi kabul edilecektir? Türk Hukuku 25. maddenin ikinci fıkrasında "Haksız fiilin işlendiği yer ile zararın meydana geldiği yerin farklı ülkelerde olması halinde, zararın meydana geldiği yer hukuku uygulanır." diyerek zararın meydana geldiği yer hukukunun uygulanması ilkesini benimsemiştir. Zararın meydana geldiği yer ise zararın meydana geldiği anda hakkın konusu olan varlığın bulunduğu mahaldir.¹⁸⁸ İster kusur sorumluluğu isterse tehlike sorumluluğu söz konusu olsun, zararın meydana geldiği yer özel hukuk açısından bağlanma noktası olarak ele alınmaktadır.¹⁸⁹ Alan adı ile ilgili uyuşmazlıklarda zararın meydana geldiği yer neresi olacaktır? Alan adını tahsis eden kayıt kurumunun bulunduğu yer hukuku uygulanabilir. Bu durum kayıt sözleşmeleri ile genellikle kloz olarak sözleşmelere konulmaktadır. Ancak MÖHUK 25. maddesindeki zararın meydana geldiği yer kayıt kurumunun bulunduğu yerden farklı olabilecektir. Web sitesinin "host" edildiği sunucuların bulunduğu yer hukuku düşünülebilir.¹⁹⁰ Ancak bu halde, sunucular teknik bir işlevi yerine getirmektedir. Zararın meydana geldiği yer bundan farklıdır. Alan adı ile ilgili uyuşmazlıklarda uygulanacak hukuk ihlalin niteliğine göre belirlenecektir. Örneğin bir markayı alan adı olarak kullanan kişinin eyleminde zarar, o markanın bulunduğu çevrelerde meydana gelmiş sayılır. Ancak bu çevre birden fazla olabilecektir. Bu halde 25. maddenin üçüncü fıkrasındaki "haksız fiilden doğan borç ilişkisinin bir ülke ile daha yakın irtibatlı olması halinde bu ülke hukuku uygulanabilir." hükmü gereği, alan adı ile ilgili ihtilafın aslı unsurunun bulunduğu yer hukuku uygulanabilir. Örneğin Türkiye'de bir firma ile ilgili alan adı uyuşmazlığında kayıt kurumu ABD'de olsa da, ilgili kişi

¹⁸⁶ Nomer, s.361

¹⁸⁷ Nomer, s.277

¹⁸⁸ Nomer, s.278

¹⁸⁹ Nomer, s.279

¹⁹⁰ Ali Osman Özdelek, *İnternet ve Hukuk*, Eylül 2002, s.143

MÖHUK'un 27.maddesi yollamasıyla Türk mahkemelerinde dava açabilir ve uyuşmazlığa Türk hukuku uygulanabilir.

Kararın verilmesinden sonra, örneğin yabancı bir mahkemeden alınan ilam için tenfiz kararı alınması, her ülkenin kendi iç hukuk hükümlerine göre gerçekleşecektir. Dolayısıyla, “.tr” uzantılı olan bir alan adı ile ilgili bir uyuşmazlıkta ilgili kişi Türkiye dışında dava açarak bir karar aldırıyorsa, bu kararın Türkiye’de uygulanabilmesi için MÖHUK 34 vd. maddelerine göre tenfiz ve tanınması gerekecektir.¹⁹¹ Bu şart gerçekleştikten sonra, Türkiye’deki kayıt kurumu ODTÜ kararı uygulayacaktır. Ancak Türkiye’de ODTÜ uygulaması ‘belgeye dayalı’ kayıt yöntemini benimsediği için böyle bir uyuşmazlığın çıkma olasılığı düşüktür. Aynı şekilde yabancı kayıt kurumları ile ilgili bir uyuşmazlıkta zararın meydana geldiği yer Türkiye ise ve Türk mahkemelerinde konu ile ilgili karar alınmış ise, bu kararın da ilgili ülkede uygulanabilmesi için önce tanınması gerekecektir.

¹⁹¹ Nomer, s.384 vd.

SONUÇ

Alan isimleri başlangıçta sadece internet erişimin kolaşlaştırmak için düşünölmüşken, sonradan ticari alanda iş yerini belirleyen bir kimlikle eş değeri hale gelmiş; tanınmış markalar ve işletme adları alan ismi olarak kullanılmaya, kartvizitlerde, reklamlarda yer almaya başlamıştır. Ancak bu alan adlarının kullanılması, mevcut marka, işaret ve isim haklarını ihlal edebilmektedir. Belirli şartlar altında kullanılan alan isimlerinin tamamı veya belirli bir bölümü, mevcut marka, ticari isim ve gerçek veya tüzel kişilerin isimleri ile aynı veya benzer ise bir ihlalden bahsedilebilmektedir. İnternet alan adları tahsis yönteminde tüm dünyada uygulanan temel ilkenin “ilk gelen, ilk alır” ilkesinin olması, korunmaya değeri başka ayırt edici ad ve işaretlerin, alan adı olarak alınması suretiyle hakların ihlal edilmesine yol açmaktadır.

İnternetin meydana getirdiğı değışiklikler hukuk düzenini bu konuda yeni düzenlemeler yapmaya zorlamaktadır. Siber uzayın, sınırlar ötesi niteliğı gereğı internet alan adları ile ilgili düzenlemelerde de öncölüğü uluslararası kuruluşların çalışmaları oluşturmaktadır. Dünya Fikri Haklar Örgütü (WIPO)’nün öncölüğünde gerçekleştirilen çalışmalar sonucu, İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu-ICANN 1 Ocak 2000 tarihinde UDRP kurallarını yürürlüğe sokmuştur. UDRP kuralları, ticari ve hizmet markaları için bir koruma getirmektedir. WIPO, 10 Temmuz 2000 tarihinde başlatarak, 3 Eylül 2001 tarihinde yayınladığı “WIPO İnternet Alan Adları İkinci Çalışma Süreci-Nihai Raporu” ile, markalar dışındaki kişi isimleri, uluslararası kuruluşların isimleri, ticari isimler ve coğrafi işaretlerin de koruma kapsamına alınması için tavsiyelerde bulunmuştur.

İnternetin hızlı değışen yapısı, değışikliklerin önceden öngörölerek, hukuki düzenlemeler yapılmasını güçleştirmektedir. Bu yüzden internet ile ilgili hukuki düzenlemelerin süreç içinde değışim ve deneyimlerin ışığı altında yapılması ve

uyarlanması yolu tercih edilmektedir. Bir yandan internetin özgürlükçü karakterinin baskın unsur olarak devamına çalışılmakta; öte yandan internetin hakların ihlal edildiği hukuk dışı bir alana dönüşmesi engellenmeye çalışılarak bir denge oluşturulması yoluna gidilmektedir.

Internet ile ilgili yeni düzenlemeler yapılırken, mevcut kanunların da yapısı elverdiği ölçüde yeni durumlara uygulanması için bir engel bulunmamaktadır. Her ülkenin kendi haksız rekabet kanunları, marka kanunları, medeni kanunlardaki kişi isimleri ve kişilik hakları ile ilgili hükümler, Ticaret Kanunlarındaki ticaret unvanı ve işletme adı ilgili hükümler, coğrafi işaretler ile ilgili koruyucu hükümler ‘alan adları’ ile ilgili çıkan uyuşmazlıklara uygulanabilecektir. Konu ile ilgili her ülke korumayı farklı kanun ve hükümleri uygulamak suretiyle gidermeye çalışmaktadır. Alman hukukunda alan isimleri öncelikle isimler ve şahsiyet hakları ile ilgili hükümlerle korunmaktadır. İsviçre, Hollanda, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri’nde bu koruma, marka hukukunun hükümlerine göre sağlanmaktadır. ABD’de “Lanham Markalar Kanunu”na 29 Kasım 1999 tarihinde eklenen ACPA hükümleri ile alan adları ihtilafları ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Her ülke, uyuşmazlıkları giderirken diğer kanun hükümlerinden de faydalanarak, somut olaya göre şartları belirleme yoluna gitmektedir. Ayrıca, jenerik birinci derece alan adlarında uygulanan UDRP kurallarını çeşitli ülkeler, olası uyuşmazlıklarda uygulama kararı almışlardır. İngiltere, İtalya, Hollanda gibi başka ülkelerde kendi ülke kodu alan adlarında uygulanmak üzere UDRP benzeri tahkim kuralları uygulamaktadırlar. Bütün bu düzenlemelerde ülkeler işaretin “ayırt etme gücü”, “diğer işaretlerle karıştırılma ihtimali”, “tanınmışlık” gibi özelliklerini gözönünde bulundurarak çözüme gitmeye çalışmaktadır. Bilhassa “tanınmış markalar” ile “ünlü kişi adları”nın korumadan faydalanması asıl olmaktadır.

Ülkemizde, “.tr” üst düzey alan adı ve onun altında bulunan ikinci seviye alan adlarının dağıtımı Internic’e ilk kaydın yapıldığı 1990 yılından beri Orta Doğu Teknik Üniversitesi tarafından yapılmaktadır. 2001 yılından beri ise alan adları konusundaki politikalar, Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde oluşturulan Internet Üst Kurulu’na bağlı olarak çalışan “DNS Çalışma Grubu” tarafından belirlenmektedir. ODTÜ Alan Adları Tahsis Yönetimi, belirli alan adları için haksız kullanımların engellenebilmesi amacıyla bir takım belgelerin alan adı tahsis yönetimine iletilmesini istemektedir. Bu durum,

diğer ülkelere nazaran Türkiye’de alan adları uyuşmazlıklarının ortaya çıkmasını engellemiştir. Ancak öte yandan, Türkiye’de uyuşmazlıkların olmaması bu yönde bir içtihadın oluşmasını da engellemiştir. Ayrıca pek çok kişi, alan ismi alımında istenen belge ve bürokratik işlemler nedeniyle internet kullanıcılarının alan isimlerini Türkiye’de alan ismi tahsisine yetkili organizasyon olan ODTÜ yerine diğer aracı firmalardan veya internetten doğrudan satın alma yoluna gittikleri görüşündedir. Ancak tescilli alan adları sayısının salt alan adlarının idari yönetimi dışında, ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel alt yapıları ile de yakından ilintili olduğu da dikkatlerden kaçmaması gereken önemli bir gerçektir.

Türkiye’de alan adları kayıt kurumu ODTÜ ile “DNS Çalışma Grubu”nun alan adları ihtilaflarını çözmek için UDRP benzeri bir uyuşmazlık çözüm mekanizması oluşturmak için çalışmalarını sürdürmektedir.

Dünya’nın her yerinden internete bağlanan kullanıcı sayısının sürekli artış eğilimi gösterdiği, e-ticaret hacminin hızla büyüdüğü, internetin toplumsal, idari ve ticari açıdan önemli bir değişim ve dönüşüm yaşattığı bir ortamda internet alan adları da korunmaya değer haklar olarak ortaya çıkmaktadır. Hukuken korunan başka haklarla irtibatlı olan alan adlarının, bu alan adını kullanmakta menfaati olanlar tarafından bu hakların getirdiği koruma yöntemlerinden faydalanmak yoluyla korunması mümkündür. Başka hiçbir hakla bağlantı oluşturmeyen alan adları ise, her ülkenin haksız rekabet kanunları ile korunabilecektir. Ayrıca alan adları “isim” kapsamında düşünülerek ülkelerin medeni kanunları ile de korunabilecektir. Ülkemizde de konuya ilişkin TK. 56 vd. haksız rekabet hükümleri ile MK. 26. maddesindeki ismi koruyan hükmün uygulanması mümkündür. Alan adlarının korunabilmesinin ön şartı, başka haklara tecavüz oluşturmaması olacaktır. Bunun sınırını ise bu hakların getirdiği koruma alanı ile siber uzayın sınırsız alanı arasındaki kesişim oluşturacaktır.

İnternetin kendine özgü yapısı içinde birbirinden çok farklı alanlarda yaratıcı özellikler taşıyan (original combination of words) özel alan adları oluşturulduğu düşünüldüğünde ileride internet alan adlarının da fikri haklar kapsamında ayrı bir haklar kategorisi olarak tanınarak özel düzenlemelere konu olması beklenen bir gelişme olacaktır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR :

- Altan, Naci; Bilgisayar Kullanım Kılavuzu, Sistem Yayıncılık, İstanbul 2003
- Ankara Ticaret Odası; Elektronik Ticaret ve İnternet, Ankara 1999
- Arkan, Sabih; Marka Hukuku, Ankara Üniv. Hukuk Fakültesi Yayınları, Ankara 1997.
- Arkan, Sabih; Ticari İşletme Hukuku, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara 1997.
- Arpacı, Abdulkadir; Kişiler Hukuku, İstanbul 1993.
- Arslanlı, Halil; Kara Ticareti Hukuku Dersleri, Umumi Hükümler, İstanbul 1960.
- Basalla, George; Teknolojinin Evrimi, Tübitak Yayınları, Ankara 2000.
- Beşiroğlu, Akın; Düşünce Ürünleri Üzerindeki Haklar, Ankara Patent Bürosu Ltd. Yayını, Ankara 2002.
- Bilgişin, Mehmet Ali; Ticaret Hukuku, İstanbul 1950.
- Bozkurt, Veysel; Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Boyutu, Alfa Yayınları, İstanbul 2000.

- Bozkurt, Veysel; Enformasyon Toplumu ve Türkiye, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2000.
- Buick, Joanna; Jevtic Zoran; Sibey Uzay (Çev.:Doğan Şahiner),Milliyet Yayınları, İstanbul 1997.
- Camcı, Ömer; Haksız Rekabet Davaları, 1-2, İstanbul 2002.
- Çelikel, Aysel; Milletlerarası Özel Hukuk, İstanbul 2000.
- Çoban, Hasan; Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş, DPT Yayınlar, Mart 1996.
- Çölkesen, Rıfat; Network, TCP/IP, Unix El Kitabı, Papatya Yayıncılık, İstanbul 2002.
- Demirhan, Zeynep; Yeni İletişim Teknolojilerinin Türkiye'ye Girişi Konusunda uygulanan Politikalar ve Sosyo-Ekonomik Gelişmeye Etkileri, Uzmanlık Tezi , DPT-Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü Araştırma Dairesi Başkanlığı, Ankara 1993.
- Dirikkan, Hanife; Tanınmış Markanın Korunması, Seçkin Yayınları, Ankara 2003.
- Güran, Sait; Akunal, Teoman; Bayraktar Köksal ve Diğerleri; İnternet ve Hukuk, Superonline Workshop Metni, İstanbul 2000. (Kısaltılmışı: Sait Güran ve Diğerleri İnternet ve Hukuk, Superonline Workshop Metni)
- Hafner, Katie; Lyon, Matthew; İnternet Tarihi (Çev.:Sinem Yazıcıoğlu), Güncel Yayıncılık, İstanbul 2000.
- Ifrah, George; Bilgisayar Ne Sayar Rakamların Evrensel Tarihi 4, (Çev.: Kurtuluş Dinçer), Tübitak Yayınları, Ankara 2002.

- Işıklı, Hasibe; İnternet Alan İsimleri Sistemi – Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki, DPT Yayınları, Ankara 2001.
- İçel, Kayıhan; Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Yayınevi, İstanbul 2001
- İnce, Murat; Elektronik Devlet, Kamu Hizmetlerinin Sunulmasında Yeni İmkanlar, DPT Yayınları, Ankara 2001.
- Koçel, Tamer; İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyonlarda Davranış Yaklaşımlar, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul 1998.
- Nomer, Ergin; Devletler Hususi Hukuku, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul 1998.
- Oytaç, Kutlu; Karşılaştırmalı Markalar Hukuku, İkinci Baskı, Nobel Kitabevi, İstanbul 2002.
- Ögüt, Adem; Bilgi Çağında Yönetim, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2001.
- Özdilek, Ali Osman; İnternet ve Hukuk, Papatya Yayıncılık, İstanbul 2002.
- Özel, Sibel; Uluslararası Alanda Medya ve İnternette Kişilik Hakkının Korunması, Ankara 2004.
- Özkan, Turhan; Bütün Yönleriyle Bilgisayar ve Basic Programla Dili Esasları, Beta Yayınları, İstanbul 1994.
- Öztan, Bilge; Medeni Hukukun Temel Kavramları, Turhan Kitabevi, Ankara 2000.

- Pitter, Keiko; Amato, Sara; Callahan John ve Diğerleri; (Çev.: Tolga Ulus), Herkes için İnternet Rehberi, İstanbul 1995.
- Poroy, Reha; Ticari İşletme Hukuku, Beta Basım Dağıtım, İstanbul 1991.
- Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, “Fikri Haklar Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT Yayınları, Ankara.
- Sınar, Hasan; İnternet ve Ceza Hukuku, İstanbul 2001.
- Tekinalp, Ünal; Fikri Mülkiyet Hukuku, Beta Yayınları, İstanbul 2002.
- Tekinay, S.S; Medeni Hukukun Genel Esasları ve Gerçek Kişiler Hukuku, Filiz Kitabevi, İstanbul 1992.
- Topaloğlu, Mustafa; Bilgisayar Programları Üzerindeki Haklar ve Bu Hakların Korunması, TBV Yayınlar, İstanbul 1997.
- TUENA, Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Anaplanı Sonuç Raporu, Ankara 1999.
- Tutar, Hasan; Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi, Hayat Yayıncılık, İstanbul 2000.
- Türkiye Bilişim Şurası, “Hukuk Çalışma Grubu Raporu, Ankara, 10-12 Mayıs 2002.

MAKALELER:

- Arıkan, Ayşe Saadet; “İnternetin Fikri ve Sınai Haklar Üzerindeki Etkisi”, Uluslararası İnternet Hukuku Sempozyumu, 9 Eylül Üniversitesi Yayınları, 21-22 Mayıs 2001, İzmir
- Aybay, M.Erdem; “Alan Adları ve Ortaya Çıkan Uyuşmazlıklar”, Maltepe Üniversitesi Hukuk Dergisi, 2002/2, Yayın No: 9/2, İstanbul 2002, 93-125.
- Borgman, Steven R.; “The New Federal Cybersquatting Laws”, Texas Intellectual Property Law Journal, Vol.8:2000,265-275.
- Bozbel, Savaş; “Domain Names (İnternet Alan Adları) ve ICANN-Tahkim Usulü”, Prof. Dr. Ömer Teoman’a 55. Yaş Günü Armağanı, C.1, İstanbul 2002, 215-254.
- Bozbel, Savaş; “İnternet Üzerinden Yapılan Hukuki İşlemler, Yargıtay Dergisi, Ocak-Nisan 2001, C.27, S.1-2, 273-304. (Kısaltılmışı: İnternet üzerinden yapılan)
- Butera, Celeste M.; “Domain Name Piracy and Trademark Infringement”, Marketing Managment, Fall2000, Vol.9, Issue 3, p58.
- Cannon, Robert; “Anti-Cybersquatter Protection Act”, Boardwatch Magazine, Jan2001, Vol. 15, Issue 1, p52.
- Clarida, Robert W.; Sternbach, David; “İnternet Law Comes Of Age”, Managing Intellectual Property, Dec99/Jan2000, Issue 95, p47.
- Cunningham, Ralph; “Outblaze wins First Hong Kong Domain Name Case”, Managing Intellectual Property, Nov2001, Issue 114, p6.

- Dericioğlu, M.Kaan; “Alan Adları ile İlgili Yaşanan Sorunlar, Çözüm Yolları”, İstanbul Barosu İnternet ve Fikri Haklar Paneli, 16 Mayıs 2001.
 - Drew&Napier; “Domain Name Protection And Enforcement in Singapore”, Managing Intellectual Property, Dec99/Jan2000, Issue 95, p37.
 - Froomkin, Michael; “Icann’s Uniform Dispute Resolution Policy-Causes and Partial Cures”, Brooklyn Law Review, Volume 67, Number 3
 - Güngör, Müberra; Evren, Gökhan; “İnternet Sektörü ve Türkiye İncelemeleri”, Telekomünikasyon Kurumu, Ankara 2002.
 - Hermann, Gerhard; “Trade Marks V Domain Names”, Managing Intellectual Property, Sep98, Issue 82, p40.
 - Hocaoglu, Durmuş; “İnternet ve Küreselleşme”, Karizma Dergisi, Ocak-Mart 2003, 63-72.
 - Isenberg, Doug; “Many Trademarks, But Just One Domain Name”, Internet World, 07/01/2000, Vol. 6, Issue 13, p86.
 - Kalra, Binny; Duggal, Gitanjali; “A Focus on Internet Disputes”, Managing Intellectual Property, 2001, Trade Mark Yearbook Issue 109, p26.
 - Lehv, Richard; Wiggins, Ronald E.; “The Domain Name Fightback Begins”, Managing Intellectual Property, Apr2000, Issue 98, p12.
 - Memiş, Tekin; “Alan Adları ve TR. Alan Adı Politikalarına Eleştirel Bir Yaklaşım”, İnternet Hukuku Konferansı ve Çalışma Atölyesi, 9 Haziran 2003 İstanbul.
-

- Memiş, Tekin; “Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukuk’da Etkiler Sempozyumu, TBD, Ankara 2001, 203-214. (Kısaltılmışı: Alan İsmi Etrafında)
- Memiş, Tekin; “İnternette Alan İsimleri Uyuşmazlıklarında Çözüm Arayışları ve WIPO Ara Raporu”, Prof. Dr. Aysel Çelikel’e Armağan, Ankara 2001, 513-527.
- Memiş, Tekin; “İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, AÜEHFD 2000, C. IV, S. 1-2, 463-478. (Kısaltılmışı: İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin)
- Nalbantoğlu, Lerzan; “İnternette Alan Adı Olarak Kullanılması Suretiyle Marka Hakkının İhlali, Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukuk’da Etkiler Sempozyumu, TBD; Ankara 2001, 215-226.
- Nomer, Füsün; “İnternet Alan Adının (Domain Name) Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Unvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler İle Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar”, Prof. Hayri Domaniç’e 80. Yaşgünü Armağanı, İstanbul 2001, 395-418
- Pekşirin, Hülya; “İnternet Alan Adları ve Markalar Hukuku”, Ankara Üniversitesi Fikri ve Sınai Haklar Araştırma ve Uygulama Merkezi-FİSAUM, Nisan 2001 Ankara.
- Porsh, Jr. Robert; “Trademark Protection for Internet Domain Names”, Direct Marketing, Jul98, Vol. 61, Issue 3, p63.
- Sharrock, M. Lisa; “The Future of Domain Name Dispute Resolution: Crafting Practical International Legal Solutions From within the UDRP Framework”, Duke Law Journal, Vol.51,817-848.

- Taşkın, Alim; “Tüzel Kişilerin Kişilik Haklarının Korunması”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 42, 1991-92.
- Ünlü, T. Selma; “İnternet Üzerinde Marka Tecavüzü ve Haksız Rekabet”, İstanbul Barosu İnternet ve Hukuk Komisyonu, İnternet ve Hukuk Konferansları, Nisan 2003.
- Vermette, Nathaly J.; “Domain Names in The Realm of Trademark Law”, Federation of Insurance&Corporate Counsel Quarterly, Fall2000, Vol. 51, Issue 1, p1.
- Voelzke, Joel; “New Cyberquatting Law Gives Trademark Owners Powerful New Weapons Against Domain Name Pirates”, The Computer Lawyer, Vol. 17, Number 2, February 2000.
- Warner, Paul D.; Smith, L. Murphy; Ruhnka, John C ve Diğerleri; “Protecting Web Domains”, CPA Journal, Nov2001, Vol.71, Issue 11, p62.
- Wheeler, Julie; “Don’t Squat on My Name”, Boardwatch Magazine, Jul2000, Vol. 14, Issue 7, p36.
- Yıldırım, F. Mustafa; “Kişi İsimlerinin İnternette Alan İsmi Olarak Tescili Karşısında İsim Üzerindeki Hakkın Korunması”, Prof. Aysel Çelikel’e Armağan, İstanbul 2001.

İNTERNET KAYNAKLARI:

- A Resource On Technology Law, <http://www.bitlaw.com/>.
- Akdoğan, Asuman; Oflazer, Selen; “Bilgi Çağında Fark Yaratacak Yeni Bir Örgütsel Araç: Sanal Ekipler”, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Tebliğleri, http://www.ceterisparibus.net/kongre/kocaeli_1.htm (Ağustos 2003)

- Akgül, Mustafa; “Türkiye İnternetinin ve İnternet Üst Kurulunun Kısa Tarihi”, <http://dergi.emo.org.tr/altindex.php?sayi=409&yazi=161> (Mart 2004)
- Alkan, Mustafa; Canbay, Cafer; “Çok Dilli Alan Adları Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, http://www.stradigma.com/turkce/eylul2003/vizyon_sayi_9.pdf (Aralık 2003)
- Comparing Domain Name Administration in OECD Countries; <http://www.oecd.org/dataoecd/46/38/2505946.pdf>, (Mart 2004)
- Dış Ticaret Müsteşarlığı, Elektronik Ticaret, Hukuk Çalışma Grubu Raporu, 8 Mayıs 1998, <http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/hukuk.htm/>.
- Elektrik Mühendisleri Odası Dergisi; <http://www.dergi.emo.org.tr/>.
- eResolution, <http://www.disputes.org/eresolution/decisions>
- Ellerbach, Connie L.; “Domain Name Dispute Remedies: Tools for Tarning the World Wide Web”, http://www.fenwick.com/docstore/publications/IP/Domain_Name_Dispute.pdf, 2003.
- Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process, The Management of Internet Names And Adresses: Intellectual Property Issues, <http://wipo2.wipo.int/process1/report/finalreport.html/>.
- Generic Top Level Domain Memorandum of Understanding; <http://www.gtld-mou.org/>.
- Interim Report Of The WIPO Internet Domain Name Process; <http://wipo2.wipo.int/process1/rfc/3/index.html/>.
- International Telecommunication Union, <http://www.itu.int/>.

- Internet Assigned Number Authority; <http://www.iana.org/>.
- Internet Corporation for Assigned Names and Numbers; <http://www.icann.org/>.
- “İnternet nedir? Türkiye’de İnternet”;
<http://www.eng.bahcesehir.edu.tr/css/bolum2/bolum2.html>
- Maher, David W.; “Trademarks on The İnternet: Who’s in Charge”,
http://www.isoc.org/inet96/proceedings/f4/f4_2.htm, 2003.
- McTaggart Craig, “Governance of the İnternet’s İnfrastructure: Network Policy for the Global Public Network,
<http://www.internetstudies.org/networks/members/craimct/thesis/section5.htm>
- National Arbitration Forum, Domain Name Dispute Proceedings and Decisions,
<http://arbforum.com/domains/decisions.asp/>.
- National Science Foundation; <http://www.nsf.gov/>.
- National Telecommunications and Information Administration,
<http://www.ntia.doc.gov/>.
- Özdilek, Ali Osman; “Alan Adları&Marka Hukuku Üzerine Bir Fransız Mahkeme Kararı”,<http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=7168/>.
- Özdilek, Ali Osman; “Alan Adlarında Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmaları; Örnekler ve Türkiye, Mayıs 2000
<http://www.law.ankara.edu.tr/yazi.php?yad=599/>.
- Partridge, Mark V. B.; “Domain Name Dispute Resolution: Development and Philosophy”,
<http://www.pattishall.com/pdfs/DomainNameDisputeResolution.pdf/2003>.

- Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, The Recognition of Rights and the Use of Names In The Internet Domain Name System”, <http://wipo2.wipo.int/>
- Ripe Network Coordination Center; <http://www.ripe.net/>.
- Rony, Ellen; Rony Peter; “The Domain Name Handbook: High Stakes and Strategies in Cyberspace”, <http://www.domainhandbook.com/cdr.html/>, 2003.
- Solomon, Barbara; “Domain Name Disputes: New Developments And Open Issues”, <http://www.frosszelnick.com/changes.pdf/>, 2003.
- T.C. Ulaştırma Bakanlığı Internet Kurulu; <http://kurul.ubak.gov.tr/>.
- Technology Administration; <http://www.technology.gov/>.
- The Internet Society; <http://www.isoc.org/>.
- The United Kingdom Internet Names Organisation, <http://www.nominet.org.uk/>.
- Türkiye Alan Adları Yönetimi; <https://www.nic.tr/>.
- White, G. John; “ICANN’s Uniform Dispute Resolution Policy in Action” <http://www.law.berkeley.edu/institutes/bclt/pubs/annrev/exmp.html> (Mart 2004)
- WIPO Domain Name Decisions, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/>.

KLAVUZLAR :

- Akgül, Mustafa; Internet Sunucu Araçları ve Yönetimi, Bilkent Üniversitesi, Ankara 1999.

ANSİKLOPEDİLER :

- Temel Britannica Ansiklopedisi, Bilgisayar Maddesi, Cilt 3, Beşinci Baskı, Ana Yayıncılık A.Ş., İstanbul 1992, s.179-188.



EK 1.

UNIFORM DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION POLICY ⁽¹⁾

(As Approved by ICANN on October 24, 1999)

1. Purpose. This Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (the "Policy") has been adopted by the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ("ICANN"), is incorporated by reference into your Registration Agreement, and sets forth the terms and conditions in connection with a dispute between you and any party other than us (the registrar) over the registration and use of an Internet domain name registered by you. Proceedings under Paragraph 4 of this Policy will be conducted according to the Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (the "Rules of Procedure"), which are available at www.icann.org/udrp/udrp-rules-24oct99.htm, and the selected administrative-dispute-resolution service provider's supplemental rules.

2. Your Representations. By applying to register a domain name, or by asking us to maintain or renew a domain name registration, you hereby represent and warrant to us that (a) the statements that you made in your Registration Agreement are complete and accurate; (b) to your knowledge, the registration of the domain name will not infringe upon or otherwise violate the rights of any third party; (c) you are not registering the domain name for an unlawful purpose; and (d) you will not knowingly use the domain name in violation of any applicable laws or regulations. It is your responsibility to determine whether your domain name registration infringes or violates someone else's rights.

3. Cancellations, Transfers, and Changes. We will cancel, transfer or otherwise make changes to domain name registrations under the following circumstances:

¹ <http://www.icann.org/udrp/udrp-policy-24oct99.htm> -(Haziran 2004)

- a. subject to the provisions of Paragraph 8, our receipt of written or appropriate electronic instructions from you or your authorized agent to take such action;
- b. our receipt of an order from a court or arbitral tribunal, in each case of competent jurisdiction, requiring such action; and/or
- c. our receipt of a decision of an Administrative Panel requiring such action in any administrative proceeding to which you were a party and which was conducted under this Policy or a later version of this Policy adopted by ICANN. (See Paragraph 4(i) and (k) below.)

We may also cancel, transfer or otherwise make changes to a domain name registration in accordance with the terms of your Registration Agreement or other legal requirements.

4. Mandatory Administrative Proceeding.

This Paragraph sets forth the type of disputes for which you are required to submit to a mandatory administrative proceeding. These proceedings will be conducted before one of the administrative-dispute-resolution service providers listed at www.icann.org/udrp/approved-providers.htm (each, a "Provider").

a. Applicable Disputes. You are required to submit to a mandatory administrative proceeding in the event that a third party (a "complainant") asserts to the applicable Provider, in compliance with the Rules of Procedure, that

- (i) your domain name is identical or confusingly similar to a trademark or service mark in which the complainant has rights; and
- (ii) you have no rights or legitimate interests in respect of the domain name; and

- (iii) your domain name has been registered and is being used in bad faith.

In the administrative proceeding, the complainant must prove that each of these three elements are present.

b. Evidence of Registration and Use in Bad Faith. For the purposes of Paragraph 4(a)(iii), the following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be present, shall be evidence of the registration and use of a domain name in bad faith:

- (i) circumstances indicating that you have registered or you have acquired the domain name primarily for the purpose of selling, renting, or otherwise transferring the domain name registration to the complainant who is the owner of the trademark or service mark or to a competitor of that complainant, for valuable consideration in excess of your documented out-of-pocket costs directly related to the domain name; or

- (ii) you have registered the domain name in order to prevent the owner of the trademark or service mark from reflecting the mark in a corresponding domain name, provided that you have engaged in a pattern of such conduct; or

- (iii) you have registered the domain name primarily for the purpose of disrupting the business of a competitor; or

- (iv) by using the domain name, you have intentionally attempted to attract, for commercial gain, Internet users to your web site or other on-line location, by creating a likelihood of confusion with the complainant's mark as to the source, sponsorship, affiliation, or endorsement of

your web site or location or of a product or service on your web site or location.

c. How to Demonstrate Your Rights to and Legitimate Interests in the Domain Name in Responding to a Complaint. When you receive a complaint, you should refer to Paragraph 5 of the Rules of Procedure in determining how your response should be prepared. Any of the following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be proved based on its evaluation of all evidence presented, shall demonstrate your rights or legitimate interests to the domain name for purposes of Paragraph 4(a)(ii):

(i) before any notice to you of the dispute, your use of, or demonstrable preparations to use, the domain name or a name corresponding to the domain name in connection with a bona fide offering of goods or services; or

(ii) you (as an individual, business, or other organization) have been commonly known by the domain name, even if you have acquired no trademark or service mark rights; or

(iii) you are making a legitimate noncommercial or fair use of the domain name, without intent for commercial gain to misleadingly divert consumers or to tarnish the trademark or service mark at issue.

d. Selection of Provider. The complainant shall select the Provider from among those approved by ICANN by submitting the complaint to that Provider. The selected Provider will administer the proceeding, except in cases of consolidation as described in Paragraph 4(f).

e. Initiation of Proceeding and Process and Appointment of Administrative Panel. The Rules of Procedure state the process for initiating and conducting a proceeding and for appointing the panel that will decide the dispute (the "Administrative Panel").

f. Consolidation. In the event of multiple disputes between you and a complainant, either you or the complainant may petition to consolidate the disputes before a single Administrative Panel. This petition shall be made to the first Administrative Panel appointed to hear a pending dispute between the parties. This Administrative Panel may consolidate before it any or all such disputes in its sole discretion, provided that the disputes being consolidated are governed by this Policy or a later version of this Policy adopted by ICANN.

g. Fees. All fees charged by a Provider in connection with any dispute before an Administrative Panel pursuant to this Policy shall be paid by the complainant, except in cases where you elect to expand the Administrative Panel from one to three panelists as provided in Paragraph 5(b)(iv) of the Rules of Procedure, in which case all fees will be split evenly by you and the complainant.

h. Our Involvement in Administrative Proceedings. We do not, and will not, participate in the administration or conduct of any proceeding before an Administrative Panel. In addition, we will not be liable as a result of any decisions rendered by the Administrative Panel.

i. Remedies. The remedies available to a complainant pursuant to any proceeding before an Administrative Panel shall be limited to requiring the cancellation of your domain name or the transfer of your domain name registration to the complainant.

j. Notification and Publication. The Provider shall notify us of any decision made by an Administrative Panel with respect to a domain name you have registered with us. All decisions under this Policy will be published in full over the Internet, except when an Administrative Panel determines in an exceptional case to redact portions of its decision.

k. Availability of Court Proceedings. The mandatory administrative proceeding requirements set forth in Paragraph 4 shall not prevent either you or the complainant from submitting the dispute to a court of

competent jurisdiction for independent resolution before such mandatory administrative proceeding is commenced or after such proceeding is concluded. If an Administrative Panel decides that your domain name registration should be canceled or transferred, we will wait ten (10) business days (as observed in the location of our principal office) after we are informed by the applicable Provider of the Administrative Panel's decision before implementing that decision. We will then implement the decision unless we have received from you during that ten (10) business day period official documentation (such as a copy of a complaint, file-stamped by the clerk of the court) that you have commenced a lawsuit against the complainant in a jurisdiction to which the complainant has submitted under Paragraph 3(b)(xiii) of the Rules of Procedure. (In general, that jurisdiction is either the location of our principal office or of your address as shown in our Whois database. See Paragraphs 1 and 3(b)(xiii) of the Rules of Procedure for details.) If we receive such documentation within the ten (10) business day period, we will not implement the Administrative Panel's decision, and we will take no further action, until we receive (i) evidence satisfactory to us of a resolution between the parties; (ii) evidence satisfactory to us that your lawsuit has been dismissed or withdrawn; or (iii) a copy of an order from such court dismissing your lawsuit or ordering that you do not have the right to continue to use your domain name.

5. All Other Disputes and Litigation. All other disputes between you and any party other than us regarding your domain name registration that are not brought pursuant to the mandatory administrative proceeding provisions of Paragraph 4 shall be resolved between you and such other party through any court, arbitration or other proceeding that may be available.

6. Our Involvement in Disputes. We will not participate in any way in any dispute between you and any party other than us regarding the registration and use of your domain name. You shall not name us as a party or otherwise include us in any such proceeding. In the event that we are named as a party in any such proceeding, we

reserve the right to raise any and all defenses deemed appropriate, and to take any other action necessary to defend ourselves.

7. Maintaining the Status Quo. We will not cancel, transfer, activate, deactivate, or otherwise change the status of any domain name registration under this Policy except as provided in Paragraph 3 above.

8. Transfers During a Dispute.

a. Transfers of a Domain Name to a New Holder. You may not transfer your domain name registration to another holder (i) during a pending administrative proceeding brought pursuant to Paragraph 4 or for a period of fifteen (15) business days (as observed in the location of our principal place of business) after such proceeding is concluded; or (ii) during a pending court proceeding or arbitration commenced regarding your domain name unless the party to whom the domain name registration is being transferred agrees, in writing, to be bound by the decision of the court or arbitrator. We reserve the right to cancel any transfer of a domain name registration to another holder that is made in violation of this subparagraph.

b. Changing Registrars. You may not transfer your domain name registration to another registrar during a pending administrative proceeding brought pursuant to Paragraph 4 or for a period of fifteen (15) business days (as observed in the location of our principal place of business) after such proceeding is concluded. You may transfer administration of your domain name registration to another registrar during a pending court action or arbitration, provided that the domain name you have registered with us shall continue to be subject to the proceedings commenced against you in accordance with the terms of this Policy. In the event that you transfer a domain name registration to us during the pendency of a court action or arbitration, such dispute shall remain subject to the domain name dispute policy of the registrar from which the domain name registration was transferred.

9. Policy Modifications. We reserve the right to modify this Policy at any time with the permission of ICANN. We will post our revised Policy at least thirty (30) calendar days before it becomes effective. Unless this Policy has already been invoked by the submission of a complaint to a Provider, in which event the version of the Policy in effect at the time it was invoked will apply to you until the dispute is over, all such changes will be binding upon you with respect to any domain name registration dispute, whether the dispute arose before, on or after the effective date of our change. In the event that you object to a change in this Policy, your sole remedy is to cancel your domain name registration with us, provided that you will not be entitled to a refund of any fees you paid to us. The revised Policy will apply to you until you cancel your domain name registration.



EK 2.

DRS Policy ⁽¹⁾

The New Dispute Resolution Service Procedure is set out here.

1. Definitions

Abusive Registration means a Domain Name which either:

- i. was registered or otherwise acquired in a manner which, at the time when the registration or acquisition took place, took unfair advantage of or was unfairly detrimental to the Complainant's Rights; OR
- ii. has been used in a manner which took unfair advantage of or was unfairly detrimental to the Complainant's Rights;

Complainant means a third party who asserts to us the elements set out in paragraph 2 of this Policy and according to the Procedure;

Contract means the contract between us and the Respondent, made up of our Terms and Conditions, the Rules for .uk domain and sub-domains, this Policy and the Procedure;

Days means unless otherwise stated any day other than Saturday, Sunday or any Bank or public holiday in England and Wales;

Decision means the decision reached by an Expert and where applicable includes decisions of an appeal panel;

¹ <http://www.nominet.org.uk/DisputeResolution/DrsPolicy/> -(Haziran 2004)

2.

Dispute Resolution Service means the service provided by us according to this Policy and the Procedure;

Domain Name means a domain name registered in any sub-domain of the .uk domain;

Expert means the expert(s) we appoint under paragraphs 8 or 18 of the Procedure and references to Expert where applicable also refer to the Experts appointed under paragraph 18 of the Procedure;

Informal Mediation means impartial mediation which we conduct to facilitate an acceptable resolution to the dispute;

ISP means the internet service provider through which the Domain Name in dispute has been registered or is hosted;

Party means a Complainant or Respondent and 'Parties' has a corresponding meaning;

Procedure means the Procedure for the conduct of proceedings under the Dispute Resolution Service;

Respondent means the person (including a legal person) in whose name or on whose behalf a Domain Name is registered and against whom the Complainant makes a complaint;

Rights includes, but is not limited to, rights enforceable under English law. However, a Complainant will be unable to rely on rights in a name or term which is wholly descriptive of the Complainant's business;

we means Nominet UK (company no. 3203859) whose registered office is at

Sandford Gate, Sandy Lane West, Littlemore, Oxford, OX4 6LB and us and our have corresponding meanings.

3. Dispute Resolution Service

a. A Respondent must submit to proceedings under the Dispute Resolution Service if a Complainant asserts to us, according to the Procedure, that:

i. The Complainant has Rights in respect of a name or mark which is identical or similar to the Domain Name; and

ii. The Domain Name, in the hands of the Respondent, is an Abusive Registration.

b. The Complainant is required to prove to the Expert that both elements are present on the balance of probabilities.

4. Evidence of Abusive Registration

a. A non-exhaustive list of factors which may be evidence that the Domain Name is an Abusive Registration is as follows:

i. Circumstances indicating that the Respondent has registered or otherwise acquired the Domain Name:

A. primarily for the purposes of selling, renting or otherwise transferring the Domain Name to the Complainant or to a competitor of the Complainant, for valuable consideration in excess of the Respondent's documented out-of-pocket costs directly associated with acquiring or using the Domain Name;

B. as a blocking registration against a name or mark in which the Complainant has Rights; or

C. primarily for the purpose of unfairly disrupting the business of the Complainant;

ii. Circumstances indicating that the Respondent is using the Domain Name in a way which has confused people or businesses into believing that the Domain Name is registered to, operated or authorised by, or otherwise connected with the Complainant;

iii. In combination with other circumstances indicating that the Domain Name in dispute is an Abusive Registration, the Complainant can demonstrate that the Respondent is engaged in a pattern of making Abusive Registrations; or

iv. It is independently verified that the Respondent has given false contact details to us.

b. Failure on the Respondent's part to use the Domain Name for the purposes of e-mail or a web-site is not in itself evidence that the Domain Name is an Abusive Registration.

5. How the Respondent may demonstrate in its response that the Domain Name is not an Abusive Registration

a. A non-exhaustive list of factors which may be evidence that the Domain Name is not an Abusive Registration is as follows:

i. Before being informed of the Complainant's dispute, the Respondent has:

A. used or made demonstrable preparations to use the Domain Name or a Domain Name which is similar to the Domain Name in connection with a genuine offering of goods or services;

B. been commonly known by the name or legitimately connected with a mark which is identical or similar to the Domain Name;

C. made legitimate non-commercial or fair use of the Domain Name; or

ii. The Domain Name is generic or descriptive and the Respondent is making fair use of it.

b. Fair use may include sites operated solely in tribute to or criticism of a person or business, provided that if:

i. the Domain Name (not including the first and second level suffixes) is identical to the name in which the Complainant asserts Rights, without any addition; and

ii. the Respondent is using or intends to use the Domain Name for the purposes of a tribute or criticism site without the Complainant's authorisation then the burden will shift to the Respondent to show that the Domain Name is not an Abusive Registration.

6. Informal Mediation

a. After we have received the Parties' submissions under the Procedure, we will initiate and conduct a period of Informal Mediation under paragraph 7 of the Procedure.

7. Appointment of Expert

a. If an acceptable resolution cannot be found by Informal Mediation we will notify the Parties that we will appoint an Expert when the Complainant has paid the applicable fees set out in paragraph 21(a) of the Procedure and within the

time specified in paragraph 21(c) of the Procedure. The Expert will come to a written Decision.

8. Notification and Publication

- a. We will communicate a Decision to the Parties according to paragraph 17 of the Procedure and will publish all Decisions in full on our web site.
- b. Fees are payable by the Complainant or otherwise according to paragraph 21 of the Procedure only if an acceptable resolution has not been reached by Informal Mediation and once we have notified the Parties that an Expert is to be appointed.

9. Exclusion of Liability

- a. Neither we nor our directors, officers, employees or servants nor any Expert shall be liable to a party for anything done or omitted in connection with any proceedings under the Dispute Resolution Service unless the act or omission is shown to have been in bad faith.

10. Appeal and Availability of Court Proceedings

- a. Either Party will have the right to appeal a Decision under paragraph 18 of the Procedure. The appeal panel will consider appeals both on the basis that a matter be re-examined on the facts, and that procedure has not been correctly followed.
- b. We may refer questions of interpretation of the Policy and Procedure to the appeal panel. Any decision rendered as a result of our referral will not affect any

Decision previously made under the Dispute Resolution Service.

- c. We will publish decisions of the appeal panel. Appeal decisions will not have precedent value, but will be of persuasive value to Experts in future decisions.
- d. The operation of the Dispute Resolution Service will not prevent either the Complainant or the Respondent from submitting the dispute to a court of competent jurisdiction.

11. Implementation of Expert Decisions

- a. If the Expert makes a Decision that a Domain Name registration should be cancelled, suspended, transferred or otherwise amended, we will implement that Decision by making any necessary changes to the Register according to the process set out in paragraph 17 of the Procedure.

12. Other action by us

- a. We will not cancel, transfer, activate, deactivate or otherwise change any Domain Name registration except as set out in paragraph 10 above and as provided under [paragraph 8] of the Terms and Conditions.

13. Transfers During a Dispute

- a. A Respondent may not transfer a Domain Name registration:
 - i. whilst proceedings under the Dispute Resolution Service are ongoing in relation to the Domain Name or for a period of ten (10) Days after their conclusion, unless to the Complainant as a result of a settlement reached

between the Parties and approved by us whether or not pursuant to Informal Mediation; or

ii. whilst a court proceeding or arbitration in respect of the Domain Name registration is ongoing in a court of competent jurisdiction.

We reserve the right to reverse any transfer of a Domain Name registration which does not comply with this paragraph.

b. A Respondent may not without the Complainant's consent (which the Complainant will not unreasonably withhold) transfer the hosting of a Domain Name to another ISP whilst proceedings under the Dispute Resolution Service are ongoing in relation to the Domain Name or for a period of ten (10) Days after the conclusion of the Dispute Resolution Service.

14. Modifications to the Policy and Procedure of the Dispute Resolution Service

a. The internet is an emerging and evolving medium and the regulatory and administrative framework under which we operate is constantly developing. For these reasons we reserve the right to make reasonable modifications to the Policy and Procedure at any time. We will only do so when we have good reason. Except where we are acting in pursuance of a statutory requirement or a court order, changes will be implemented following a process of open public consultation. Each such change will be published in advance (where practicable, 30 calendar days in advance) on our web site: <http://www.nominet.org.uk/> and will become binding and effective upon the date specified therein.

b. The Respondent will be bound by the Policy and Procedure which are current at the time the Dispute Resolution Service is commenced until the dispute is concluded.

EK 3.

FEDERAL TRADEMARK DILUTION ACT-FIDA (¹)

Sec. 1125. - False designations of origin, false descriptions, and dilution forbidden

(a) Civil action

(1)

Any person who, on or in connection with any goods or services, or any container for goods, uses in commerce any word, term, name, symbol, or device, or any combination thereof, or any false designation of origin, false or misleading description of fact, or false or misleading representation of fact, which -

(A)

is likely to cause confusion, or to cause mistake, or to deceive as to the affiliation, connection, or association of such person with another person, or as to the origin, sponsorship, or approval of his or her goods, services, or commercial activities by another person, or

(B)

in commercial advertising or promotion, misrepresents the nature, characteristics, qualities, or geographic origin of his or her or another person's goods, services, or commercial activities,

shall be liable in a civil action by any person who believes that he or she is or is likely to be damaged by such act.

¹ <http://www4.law.cornell.edu/uscode/15/1125.html>-Haziran 2004)

(2)

As used in this subsection, the term "any person" includes any State, instrumentality of a State or employee of a State or instrumentality of a State acting in his or her official capacity. Any State, and any such instrumentality, officer, or employee, shall be subject to the provisions of this chapter in the same manner and to the same extent as any nongovernmental entity.

(3)

In a civil action for trade dress infringement under this chapter for trade dress not registered on the principal register, the person who asserts trade dress protection has the burden of proving that the matter sought to be protected is not functional.

(b) Importation

Any goods marked or labeled in contravention of the provisions of this section shall not be imported into the United States or admitted to entry at any customhouse of the United States. The owner, importer, or consignee of goods refused entry at any customhouse under this section may have any recourse by protest or appeal that is given under the customs revenue laws or may have the remedy given by this chapter in cases involving goods refused entry or seized.

(c) Remedies for dilution of famous marks

(1)

The owner of a famous mark shall be entitled, subject to the principles of equity and upon such terms as the court deems reasonable, to an injunction against another person's commercial use in commerce of a mark or trade name, if such use begins after the mark has become famous and causes dilution of the distinctive quality of the mark, and to obtain such other relief as is provided in this subsection. In determining whether a mark

is distinctive and famous, a court may consider factors such as, but not limited to -

(A)

the degree of inherent or acquired distinctiveness of the mark;

(B)

the duration and extent of use of the mark in connection with the goods or services with which the mark is used;

(C)

the duration and extent of advertising and publicity of the mark;

(D)

the geographical extent of the trading area in which the mark is used;

(E)

the channels of trade for the goods or services with which the mark is used;

(F)

the degree of recognition of the mark in the trading areas and channels of trade used by the marks' owner and the person against whom the injunction is sought;

(G)

the nature and extent of use of the same or similar marks by third parties; and

(H)

whether the mark was registered under the Act of March 3, 1881, or the Act of February 20, 1905, or on the principal register.

(2)

In an action brought under this subsection, the owner of the famous mark shall be entitled only to injunctive relief as set forth in section 1116 of this title unless the person against whom the injunction is sought willfully intended to trade on the owner's reputation or to cause dilution of the famous mark. If such willful intent is proven, the owner of the famous mark shall also be entitled to the remedies set forth in sections 1117(a) and 1118 of this title, subject to the discretion of the court and the principles of equity.

(3)

The ownership by a person of a valid registration under the Act of March 3, 1881, or the Act of February 20, 1905, or on the principal register shall be a complete bar to an action against that person, with respect to that mark, that is brought by another person under the common law or a statute of a State and that seeks to prevent dilution of the distinctiveness of a mark, label, or form of advertisement.

(4)

The following shall not be actionable under this section:

(A)

Fair use of a famous mark by another person in comparative commercial advertising or promotion to identify the competing goods or services of the owner of the famous mark.

(B)

Noncommercial use of a mark.

(C)

All forms of news reporting and news commentary.

(d) Cyberpiracy prevention

(1)

(A)

A person shall be liable in a civil action by the owner of a mark, including a personal name which is protected as a mark under this section, if, without regard to the goods or services of the parties, that person -

(i)

has a bad faith intent to profit from that mark, including a personal name which is protected as a mark under this section; and

(ii)

registers, traffics in, or uses a domain name that -

(I)

in the case of a mark that is distinctive at the time of registration of the domain name, is identical or confusingly similar to that mark;

(II)

in the case of a famous mark that is famous at the time of registration of the domain name, is identical or confusingly similar to or dilutive of that mark; or

(III)

is a trademark, word, or name protected by reason of section 706 of title 18 or section 220506 of title 36.

(B)**(i)**

In determining whether a person has a bad faith intent described under subparagraph (A), a court may consider factors such as, but not limited to -

(I)

the trademark or other intellectual property rights of the person, if any, in the domain name;

(II)

the extent to which the domain name consists of the legal name of the person or a name that is otherwise commonly used to identify that person;

(III)

the person's prior use, if any, of the domain name in connection with the bona fide offering of any goods or services;

(IV)

the person's bona fide noncommercial or fair use of the mark in a site accessible under the domain name;

(V)

the person's intent to divert consumers from the mark owner's online location to a site accessible under the domain name that could harm the goodwill represented by the mark, either for commercial gain or with the intent to tarnish or disparage the mark, by creating a likelihood of confusion as to the source, sponsorship, affiliation, or endorsement of the site;

(VI)

the person's offer to transfer, sell, or otherwise assign the domain name to the mark owner or any third party for financial gain without having used, or having an intent to use, the domain name in the bona fide offering of any goods or services, or the person's prior conduct indicating a pattern of such conduct;

(VII)

the person's provision of material and misleading false contact information when applying for the registration of the domain name, the person's intentional failure to maintain accurate contact information, or the person's prior conduct indicating a pattern of such conduct;

(VIII)

the person's registration or acquisition of multiple domain names which the person knows are identical or confusingly similar to marks of others that are distinctive at the time of registration of such domain names, or dilutive of famous marks of others that are famous at the time of registration of such domain names, without regard to the goods or services of the parties; and

(IX)

the extent to which the mark incorporated in the person's domain name registration is or is not distinctive and famous within the meaning of subsection (c)(1) of this section.

(ii)

Bad faith intent described under subparagraph (A) shall not be found in any case in which the court determines that the person believed and had reasonable grounds to believe that the use of the domain name was a fair use or otherwise lawful.

(C)

In any civil action involving the registration, trafficking, or use of a domain name under this paragraph, a court may order the forfeiture or cancellation of the domain name or the transfer of the domain name to the owner of the mark.

(D)

A person shall be liable for using a domain name under subparagraph (A) only if that person is the domain name registrant or that registrant's authorized licensee.

(E)

As used in this paragraph, the term "traffics in" refers to transactions that include, but are not limited to, sales, purchases, loans, pledges, licenses, exchanges of currency, and any other transfer for consideration or receipt in exchange for consideration.

(2)

(A)

The owner of a mark may file an in rem civil action against a domain name in the judicial district in which the domain name registrar, domain name registry, or other domain name authority that registered or assigned the domain name is located if –

(i)

the domain name violates any right of the owner of a mark registered in the Patent and Trademark Office, or protected under subsection (a) or (c) of this section; and

(ii)

the court finds that the owner –

(I)

is not able to obtain in personam jurisdiction over a person who would have been a defendant in a civil action under paragraph (1); or

(II)

through due diligence was not able to find a person who would have been a defendant in a civil action under paragraph (1) by -

(aa)

sending a notice of the alleged violation and intent to proceed under this paragraph to the registrant of the domain name at the postal and e-mail address provided by the registrant to the registrar; and

(bb)

publishing notice of the action as the court may direct promptly after filing the action.

(B)

The actions under subparagraph (A)(ii) shall constitute service of process.

(C)

In an in rem action under this paragraph, a domain name shall be deemed to have its situs in the judicial district in which -

(i)

the domain name registrar, registry, or other domain name authority that registered or assigned the domain name is located; or

(ii)

documents sufficient to establish control and authority regarding the disposition of the registration and use of the domain name are deposited with the court.

(D)

(i)

The remedies in an in rem action under this paragraph shall be limited to a court order for the forfeiture or cancellation of the domain name or the transfer of the domain name to the owner of the mark. Upon receipt of written notification of a filed, stamped copy of a complaint filed by the owner of a mark in a United States district court under this paragraph, the domain name registrar, domain name registry, or other domain name authority shall -

(I)

expeditiously deposit with the court documents sufficient to establish the court's control and authority regarding the disposition of the registration and use of the domain name to the court; and

(II)

not transfer, suspend, or otherwise modify the domain name during the pendency of the action, except upon order of the court.

(ii)

The domain name registrar or registry or other domain name authority shall not be liable for injunctive or monetary relief under this paragraph except in the case of bad faith or reckless disregard, which includes a willful failure to comply with any such court order.

(3)

The civil action established under paragraph (1) and the in rem action established under paragraph (2), and any remedy available under either such action, shall be in addition to any other civil action or remedy otherwise applicable.

(4)

The in rem jurisdiction established under paragraph (2) shall be in addition to any other jurisdiction that otherwise exists, whether in rem or in personam

EK 4.

ANTICYBERSQUATTING CONSUMER PROTECTION ACT ⁽¹⁾

Signed by President Clinton, November 29, 1999

- Sec. 3001. Short Title; References
- Sec. 3002. Cyberpiracy Prevention
- Sec. 3003. Damages and Remedies
- Sec. 3004. Limitation on Liability
- Sec. 3005. Definitions
- Sec. 3006. Study on Abusive Domain Name Registrations Involving Personal Names
- Sec. 3007. Historic Preservation
- Sec. 3008. Savings Clause
- Sec. 3009. Technical and Conforming Amendments
- Sec. 3010. Effective Date

SEC. 3001. SHORT TITLE- REFERENCES.

(a) **SHORT TITLE** -- This title may be cited as the 'Anticybersquatting Consumer Protection Act'.

(b) **REFERENCES TO THE TRADEMARK ACT OF 1946** -- Any reference in this title to the Trademark Act of 1946 shall be a reference to the Act entitled 'An Act to provide for the registration and protection of trademarks used in commerce, to carry out the provisions of certain international conventions, and for other purposes', approved July 5, 1946 (15 U.S.C. 1051 et seq.).

¹ <http://www.gigalaw.com/library/anticybersquattingact-1999-11-29-p11.html>

SEC. 3002. CYBERPIRACY PREVENTION.

(a) IN GENERAL -- Section 43 of the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1125) is amended by inserting at the end the following:

(d)(I)(A) A person shall be liable in a civil action by the owner of a mark, including a personal name which is protected as a mark under this section, if, without regard to the goods or services of the parties, that person --

(i) has a bad faith intent to profit from that mark, including a personal name which is protected as a mark under this section; and

(ii) registers, traffics in, or uses a domain name that --

(I) in the case of a mark that is distinctive at the time of registration of the domain name, is identical or confusingly similar to that mark;

(II) in the case of a famous mark that is famous at the time of registration of the domain name, is identical or confusingly similar to or dilutive of that mark; or

(III) is a trademark, word, or name protected by reason of section 706 of title 18, United States Code, or section 220506 of title 36, United States Code.

(B)(i) In determining whether a person has a bad faith intent described under subparagraph (A), a court may consider factors such as, but not limited to --

(I) the trademark or other intellectual property rights of the person, if any, in the domain name;

(II) the extent to which the domain name consists of the legal name of the person or a name that is otherwise commonly used to identify that person;

(III) the person's prior use, if any, of the domain name in connection with the bona fide offering of any goods or services;

(IV) the person's bona fide noncommercial or fair use of the mark in a site accessible under the domain name;

(V) the person's intent to divert consumers from the mark owner's online location to a site accessible under the domain name that could harm the goodwill represented by the mark, either for commercial gain or with the intent to tarnish or disparage the mark, by creating a likelihood of confusion as to the source, sponsorship, affiliation, or endorsement of the site;

(VI) the person's offer to transfer, sell, or otherwise assign the domain name to the mark owner or any third party for financial gain without having used, or having an intent to use, the domain name in the bona fide offering of any goods or services, or the person's prior conduct indicating a pattern of such conduct;

(VII) the person's provision of material and misleading false contact information when applying for the registration of the domain name, the person's intentional failure to maintain accurate contact information, or the person's prior conduct indicating a pattern of such conduct;

(VIII) the person's registration or acquisition of multiple domain names which the person knows are identical or confusingly similar to marks of others that are distinctive at the time of registration of such domain names, or dilutive of famous marks of others that are famous at the time of registration of such domain names, without regard to the goods or services of the parties; and

(IX) the extent to which the mark incorporated in the person's domain name registration is or is not distinctive and famous within the meaning of subsection (c)(1) of section 43.

(ii) Bad faith intent described under subparagraph (A) shall not be found in any case in which the court determines that the person believed and had reasonable grounds to believe that the use of the domain name was a fair use or otherwise lawful.

(C) In any civil action involving the registration, trafficking, or use of a domain name under this paragraph, a court may order the forfeiture or cancellation of the domain name or the transfer of the domain name to the owner of the mark.

(D) A person shall be liable for using a domain name under subparagraph (A) only if that person is the domain name registrant or that registrant's authorized licensee.

(E) As used in this paragraph, the term 'traffics in' refers to transactions that include, but are not limited to, sales, purchases, loans, pledges, licenses, exchanges of currency, and any other transfer for consideration or receipt in exchange for consideration.

(2)(A) The owner of a mark may file an in rem civil action against a domain name in the judicial district in which the domain name registrar, domain name registry, or other domain name authority that registered or assigned the domain name is located if --

(i) the domain name violates any right of the owner of a mark registered in the Patent and Trademark office, or protected under subsection (a) or (c); and

(ii) the court finds that the owner --

(I) is not able to obtain in personam jurisdiction over a person who would have been a defendant in a civil action under paragraph (1); or

(II) through due diligence was not able to find a person who would have been a defendant in a civil action under paragraph (1) by --

(aa) sending a notice of the alleged violation and intent to proceed under this paragraph to the registrant of the domain name at the postal and e-mail address provided by the registrant to the registrar; and

(bb) publishing notice of the action as the court may direct promptly after filing the action.

(B) The actions under subparagraph (A)(ii) shall constitute service of process.

(C) In an in rem action under this paragraph, a domain name shall be deemed to have its situs in the judicial district in which --

(i) the domain name registrar, registry, or other domain name authority that registered or assigned the domain name is located; or

(ii) documents sufficient to establish control and authority regarding the disposition of the registration and use of the domain name are deposited with the court.

(D)(i) The remedies in an in rem action under this paragraph shall be limited to a court order for the forfeiture or cancellation of the domain name or the transfer of the domain name to the owner of the mark. Upon receipt of written notification of a filed, stamped copy of a complaint filed by the owner of a mark in a United States district court under this paragraph, the domain name registrar, domain name registry, or other domain name authority shall --

(I) expeditiously deposit with the court documents sufficient to establish the court's control and authority regarding the disposition of the registration and use of the domain name to the court; and

(II) not transfer, suspend, or otherwise modify the domain name during the pendency of the action, except upon order of the court.

(ii) The domain name registrar or registry or other domain name authority shall not be liable for injunctive or monetary relief under this paragraph except in the case of bad faith or reckless disregard, which includes a willful failure to comply with any such court order.

(3) The civil action established under paragraph (1) and the in rem action established under paragraph (2), and any remedy available under either such action, shall be in addition to any other civil action or remedy otherwise applicable.

(4) The in rem jurisdiction established under paragraph (2) shall be in addition to any other jurisdiction that otherwise exists, whether in rem or in personam.

(b) CYBERPIRACY PROTECTIONS FOR INDIVIDUALS -

(1) IN GENERAL -

(A) CIVIL LIABILITY- Any person who registers a domain name that consists of the name of another living person, or a name substantially and confusingly similar thereto, without that person's consent, with the specific intent to profit from such name by selling the domain name for financial gain to that person or any third party, shall be liable in a civil action by such person.

(B) EXCEPTION- A person who in good faith registers a domain name consisting of the name of another living person, or a name substantially and confusingly similar thereto, shall not be liable under this paragraph if such name is used in, affiliated with, or related to a work of authorship protected under title 17, United States Code, including a work made for hire as defined in section 101 of title 17, United States Code, and if the person registering the domain name is the copyright owner or licensee of the work, the person intends to sell the domain name in conjunction with the lawful exploitation of the work, and such registration is not prohibited by a contract between the registrant and the named person. The exception under this subparagraph shall apply only to a civil action brought under paragraph (1) and shall in no manner limit the protections afforded under the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1051 et seq.) or other provision of Federal or State law.

(2) REMEDIES- In any civil action brought under paragraph (1), a court may award injunctive relief, including the forfeiture or cancellation of the domain name or the transfer of the domain name to the plaintiff. The court may also, in its discretion, award costs and attorneys fees to the prevailing party.

(3) DEFINITION- In this subsection, the term 'domain name' has the meaning given that term in section 45 of the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1127).

(4) EFFECTIVE DATE- This subsection shall apply to domain names registered on or after the date of the enactment of this Act.

SEC. 3003. DAMAGES AND REMEDIES.

(a) REMEDIES IN CASES OF DOMAIN NAME PIRACY --

(1) INJUNCTIONS- Section 34(a) of the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1116(a)) is amended in the first sentence by striking '(a) or (c)' and inserting '(a), (c), or (d)'.

(2) DAMAGES- Section 35(a) of the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1117(a)) is amended in the first sentence by inserting ', (c), or (d)' after 'section 43(a)'.

(b) STATUTORY DAMAGES- Section 35 of the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1117) is amended by adding at the end the following:

(d) In a case involving a violation of section 43(d)(1), the plaintiff may elect, at any time before final judgment is rendered by the trial court, to recover, instead of actual damages and profits, an award of statutory damages in the amount of not less than \$1,000 and not more than \$100,000 per domain name, as the court considers just.

SEC. 3004. LIMITATION ON LIABILITY.

Section 32(2) of the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1114) is amended --

(1) in the matter preceding subparagraph (A) by striking 'under section 43(a)' and inserting 'under section 43(a) or (d)'; and

(2) by redesignating subparagraph (D) as subparagraph (E) and inserting after subparagraph (C) the following:

(D)(i)(I) A domain name registrar, a domain name registry, or other domain name registration authority that takes any action described under clause (ii) affecting a domain name shall not be liable for monetary relief or, except as provided in subclause (II), for injunctive relief, to any person for such action, regardless of whether the domain name is finally determined to infringe or dilute the mark.

(II) A domain name registrar, domain name registry, or other domain name registration authority described in subclause (I) may be subject to injunctive relief only if such registrar, registry, or other registration authority has --

(aa) not expeditiously deposited with a court, in which an action has been filed regarding the disposition of the domain name, documents sufficient for the court to establish the court's control and authority regarding the disposition of the registration and use of the domain name;

(bb) transferred, suspended, or otherwise modified the domain name during the pendency of the action, except upon order of the court; or

(cc) willfully failed to comply with any such court order.

(ii) An action referred to under clause(i)(I) is any action of refusing to register, removing from registration, transferring, temporarily disabling, or permanently canceling a domain name --

(I) in compliance with a court order under section 43(d); or

(II) in the implementation of a reasonable policy by such registrar, registry, or authority prohibiting the registration of a domain name that is identical to, confusingly similar to, or dilutive of another's mark.

(iii) A domain name registrar, a domain name registry, or other domain name registration authority shall not be liable for damages under this section for the registration or maintenance of a domain name for another absent a showing of bad faith intent to profit from such registration or maintenance of the domain name.

(iv) If a registrar, registry, or other registration authority takes an action described under clause (ii) based on a knowing and material misrepresentation by any other person that a domain name is identical to, confusingly similar to, or dilutive of a mark, the person making the knowing and material misrepresentation shall be liable for any damages, including costs and attorney's fees, incurred by the domain name registrant as a result of such action. The court may also grant injunctive relief to the domain name registrant, including the reactivation of the domain name or the transfer of the domain name to the domain name registrant.

(v) A domain name registrant whose domain name has been suspended, disabled, or transferred under a policy described under clause (ii)(II) may, upon notice to the mark owner, file a civil action to establish that the registration or use of the domain name by such registrant is not unlawful under this Act. The court may grant injunctive relief to the domain name registrant, including the reactivation of the domain name or transfer of the domain name to the domain name registrant.

SEC. 3005. DEFINITIONS.

Section 45 of the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1127) is amended by inserting after the undesignated paragraph defining the term 'counterfeit' the following:

'The term 'domain name' means any alphanumeric designation which is registered with or assigned by any domain name registrar, domain name registry, or other domain name registration authority as part of an electronic address on the Internet.

'The term 'Internet' has the meaning given that term in section 230(f)(1) of the Communications Act of 1934 (47 U.S.C. 230(f)(1)).'

SEC. 3006. STUDY ON ABUSIVE DOMAIN NAME REGISTRATIONS INVOLVING PERSONAL NAMES.

(a) **IN GENERAL-** Not later than 180 days after the date of the enactment of this Act, the Secretary of commerce, in consultation with the Patent and Trademark office and the Federal Election Commission, shall conduct a study and report to Congress with recommendations on guidelines and procedures for resolving disputes involving the registration or use by a person of a domain name that includes the personal name of another person, in whole or in part, or a name confusingly similar thereto, including consideration of and recommendations for --

(1) protecting personal names from registration by another person as a second level domain name for purposes of selling or otherwise transferring such domain name to such other person or any third party for financial gain;

(2) protecting individuals from bad faith uses of their personal names as second level domain names by others with malicious intent to harm the reputation of the individual or the goodwill associated with that individual's name;

(3) protecting consumers from the registration and use of domain names that include personal names in the second level domain in manners which are intended or are likely to confuse or deceive the public as to the affiliation, connection, or association of the

domain name registrant, or a site accessible under the domain name, with such other person, or as to the origin, sponsorship, or approval of the goods, services, or commercial activities of the domain name registrant;

(4) protecting the public from registration of domain names that include the personal names of government officials, official candidates, and potential official candidates for Federal, State, or local political office in the United States, and the use of such domain names in a manner that disrupts the electoral process or the public's ability to access accurate and reliable information regarding such individuals;

(5) existing remedies, whether under State law or otherwise, and the extent to which such remedies are sufficient to address the considerations described in paragraphs (1) through (4); and

(6) the guidelines, procedures, and policies of the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers and the extent to which they address the considerations described in paragraphs (1) through (4).

(b) GUIDELINES AND PROCEDURES -- The Secretary of Commerce shall, under its Memorandum of Understanding with the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, collaborate to develop guidelines and procedures for resolving disputes involving the registration or use by a person of a domain name that includes the personal name of another person, in whole or in part, or a name confusingly similar thereto.

SEC. 3007. HISTORIC PRESERVATION.

Section 101(a)(1)(A) of the National Historic Preservation Act (16 U.S.C. 470a(a)(1)(A)) is amended by adding at the end the following: 'Notwithstanding section 43(c) of the Act entitled 'An Act to provide for the registration and protection of trademarks used in commerce, to carry out the provisions of certain international conventions, and for other purposes', approved July 5, 1946 (commonly known as the 'Trademark Act of 1946' (15 U.S.C. 1125(c))), buildings and structures on or eligible for inclusion on the National Register of Historic Places (either individually or as part of a historic district), or designated as an individual landmark or as a contributing building

in a historic district by a unit of State or local government, may retain the name historically associated with the building or structure.'

SEC. 3008. SAVINGS CLAUSE.

Nothing in this title shall affect any defense available to a defendant under the Trademark Act of 1946 (including any defense under section 43(c)(4) of such Act or relating to fair use) or a person's right of free speech or expression under the first amendment of the United States Constitution.

SEC. 3009. TECHNICAL AND CONFORMING AMENDMENTS.

Chapter 85 of title 28, United States Code, is amended as follows:

(1) Section 1338 of title 28, United States Codes, is amended --

(A) in the section heading by striking 'trade-marks' and inserting 'trademarks';

(B) in subsection (a) by striking 'trade-marks' and inserting 'trademarks'; and

(C) in subsection (b) by striking 'trade-mark' and inserting 'trademark'.

(2) The item relating to section 1338 in the table of sections for chapter 85 of title 28, United States Code, is amended by striking 'trade-marks' and inserting 'trademarks'.

SEC. 3010. EFFECTIVE DATE.

Sections 3002(a), 3003, 3004, 3005, and 3008 of this title shall apply to all domain names registered before, on, or after the date of the enactment of this Act, except that damages under subsection (a) or (d) of section 35 of the Trademark Act of 1946 (15 U.S.C. 1117), as amended by section 3003 of this title, shall not be available with respect to the registration, trafficking, or use of a domain name that occurs before the date of the enactment of this Act.

ÖZGEÇMİŞ

Tamer Soysal, 14 Kasım 1976 yılında Kayseri’de doğdu. Lise eğitimini 1995 yılında Kayseri Sami Yangın Anadolu Ticaret Lisesi’nde tamamladı. Aynı yıl, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi’ni kazandı ve 1999 yılında mezun oldu. 2000 yılı Ağustos ayı ile 2002 Ağustos ayları arasında 2 yıl, Maliye Bakanlığı Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü’ne bağlı Erciyes Üniversitesi Bütçe Dairesi Başkanlığı’nda çalıştı. Adli Yargı Hakimlik Sınavında başarılı olarak, Ağustos 2002 tarihinde Kayseri Adliyesi’nde Hakim Adayı olarak göreve başladı. Eylül 2004 tarihinde kura çekecek olan Tamer Soysal, halen bu görevini sürdürmektedir.

İletişim için:

tsoysal@erciyes.edu.tr