

DİJİTALLEŞEN DÜNYADA FİKRİ HAKLAR SORUNU

Arş. Gör. Burak MEDİN¹

Öz

Son yıllarda hızla gelişen teknoloji, bu bağlamda yaygınlaşan internet kullanımı ve mobil araçlar medyayı hızlı bir değişime sürüklemiş ve anladığımız o klasik medya kavramı radikal bir şekilde kabuk değiştirmiştir. En temel değişim ise, bir zamanlar dinleyici, okuyucu ya da izleyici olarak ifade edilen kitlenin sahip oldukları yeni medya araçlarıyla artık bir yayıncıya dönüşmesi noktasında gerçekleşmiştir. Özellikle sosyal medya çatısı altında hemen hemen herkes, duygu ve düşüncelerini paylaşmanın yanı sıra diğer bireylerin, kurum ya da kuruluşların ürettikleri içerikleri/eserleri de bu araçlarla iletir hale gelmiştir. Diğer kişilere ait olan ve fikri haklar bağlamında hak olarak korunan eserlerin internet ortamında paylaşıldığı, bu aşamada taraflar arasında çeşitli sorunların, görüş ayrılıklarının, ekonomik ve hukuksal çatışmaların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu çalışma bu çatışmalara odaklanmakta ve bu çatışmayı fikri haklar ekseninde tartışmaktadır. Fikri hakları hak olarak gören ve fikri hakları haksızlık olarak gören iki temel bakış açısı altında yeni medya ve fikri haklar sorunu ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, Sosyal Medya, Fikri Haklar.

The Problem of Intellectual Property Rights in the Digitalized World

Abstract

In recent years, rapidly developing technology, in this context, widespread internet usage and mobile media classic media of tools that we understand the concept of a quick change in a radical way and he dragged the shell changed. The most fundamental change if a “listener” or “reader” expressed as the mass of the new media tools that they have, to a publisher no longer takes place at the turning point. Almost everyone under particular social media, to share your thoughts and feelings, as well as other individuals, institutions or organizations for the content they produce/works forwards with this tool has become. In the context of protected works as intellectual property rights, rights that belong to other people on the internet where a variety of issues are shared between the Parties at this stage, differences of opinion, economic and legal conflicts arise. This study focuses on these conflicts and discusses intellectual property rights in the axis of this conflict. Intellectual property rights and intellectual property rights as unfair that sees new media and addresses the problem under two basic aspects of intellectual property rights.

Keywords: New Media, Social Media, Intellectual Property Rights

1 Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Tv Sinema Bölümü. burakmedin@hotmail.com

Giriş

İletişim devrimi ve bilgi teknolojisinin yaygınlaşması küreselleşme süreçleriyle yakından bağlantılıdır. Çiçek'in (2005: 38-41) ifade ettiği gibi küreselleşmenin tarihini bilgisayar ve iletişim devrimleriyle başlatmak bu anlamda yanlış olmayacaktır. Küreselleşmenin altyapısını iletişimde yaşanan olağanüstü gelişmeler oluşturur. Bu sayede dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olaylar, siyasal, ekonomik vb. gelişmeler çok kısa bir süre zarfında bütün dünya tarafından öğrenilebilmektedir. Binlerce kilometrelik mesafeler neredeyse sifıra inmekte, fiziksel engeller, siyasal sınırlar fiilen ortadan kalkmaktadır. Küreselleşmenin temel belirleyicilerinden birisi bilginin bugüne kadar görülmemiş bir hızla üretilmesi ve iletilmesidir. Bu nedenle çağımıza bilgi çağı ve günümüz toplumuna da bilgi toplumu ya da enformasyon toplumu ismi yakıştırılmaktadır.

Amerika ve Japonya gibi ileri derecede gelişmiş ülkelerde, yapısal özellikleri açısından farklılıklar arz eden köklü değişimler ortaya çıkmaya başladığında toplumu tanımlamak adına Dolgun'un (2008: 121-122) vurguladığı gibi farklı kavramsallaştırmalar yapılmıştır. Bu kavramsallaştırmalardan ilk dönemlerde Bell'in "*Sanayi Sonrası Toplum*" genel kabul görmesine karşın, sonraları Drucker'ın "*Bilgi Toplum*" ve Masuda'nın "*Enformasyon Toplum*" kavramları yaygınlık kazanmıştır. Enformasyon toplumunda Bell'in vurguladığı gibi teorik bilgi öne çıkmakta, üretim faktörleri açısından bilgi stratejik bir kaynak haline dönüşürken, ekonomik yapı içindeki sektörel dağılımda da bilgiye dayalı hizmet sektörü ilk sırayı almaktadır. Enformasyon toplumunda teorik ve sistematize edilmiş bilgi ile teknolojilerin üretimi söz konusudur. Bilgi toplumunun olmazsa olmaz araçlarının başında gelen ve kısaca bilgi teknolojileri veya bilişim araçları dediğimiz bilgisayar, iletişim araçları ve internet gibi bilgisayar ağları, etkileşimli tv, akıllı cep telefonları gibi araçlarda son on-yirmi yılda görülen hızlı gelişmeler Aktaş'ın belirttiği gibi (2005: 177) küreselleşme olgusu ile birlikte tüm dünyayı etkiler olmuştur. Son yıllarda hız kesmeden gelişen iletişim ve bilgisayar teknolojileri, medyayı değiştirip dönüştürmekte ve farklı bir yöne doğru biçimlendirmektedir. Böylece geleneksel medyanın hemen yanında, bilgisayar teknolojilerinin sağladığı olanaklarla yeni medya konumlanmaktadır. Geleneksel medyanın izleyicisi konumunda olan bireylerin hayatına giren yeni medya ve bu bağlamda önemli bir konumda olan sosyal medya aracılığıyla duygu ve düşünceler ya da üretilen metinler tek tuşla dolaşıma sokulur hale gelmiştir. Yeni medyanın imkânlarıyla günümüzdeki izleyiciler, okuyucular ve dinleyiciler, sanal uzamda birer yayıncıya, birer ileti yayıncıya dönüştü. Duygu ve düşüncelerin yanı sıra kişilere, kurum ve kuruluşlara ait olan eserlerde kullanıcılar tarafından rahatlıkla dolaşıma sokulabilmektedir.

İçerik paylaşımının teknoloji temelli araçlar dolayımından geçirilerek özgürce yapıldığı günümüzde üzerinde durulması gereken konulardan biri de fikri haklardır. Bu çalışma yeni medya ve fikri haklar meselesine odaklanmaktadır. Yeni medya üye-

rinden fikri hakların hak mı ya da haksızlık mı olduğu sorunsallaştırılmakta, temelde iki temel görüş üzerinden bir tartışma yürütülmektedir.

Yeni Bir Medya ve Özellikleri

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren enformasyonun hâkim bir sektör haline gelmesi (Avcı, 2013: 433), ekonomik alanın büyümesi, iletişim ağlarının genişlemesi ile mümkün olmuştur. Teknolojik gelişmelerle birlikte ekonomik ve toplumsal dönüşüm süreçleri medya hizmetlerinin tüketilmesinde, üretilmesinde ve dağıtımında farklılıklar yaratmıştır. Karasal yayın, kablo ve uydu teknolojilerine geçiş, enformasyonun yoğun biçimde hızlanması, enformasyon ve iletişim teknolojileriyle şekillenen yeni bir ekonomik ve toplumsal düzenin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yeni iletişim teknolojileri yoluyla enformasyonun ticari alanın hizmetinde yer alması, yeni bir endüstri alanının doğuşudur. Bu yeni ekonomik yapı, üretim ve tüketim kalıplarını radikal bir biçimde değiştirmiş; yeni ürünler, pazar ve kâr arayışları öne çıkmış; artan rekabetin reklam ve pazarlama harcamalarını çoğaltması ve bu durumun yarattığı baskı yeni medya arayışlarına neden olmuştur. İnternet teknolojisi de bu yeni medya arayışının sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

Erdoğan (2013: 255) internetin iletim sürecinde yeni bir ortam olarak gündeme gelmesini 1990'lı yıllarda meydana gelen teknolojik gelişmelere, dünyadaki önemli değişimlere ve internet kullanımının yaygınlaşmasına bağlamaktadır. Dağtaş ve Derelioğlu'na göre (1999: 89); internet doğası gereği, geleneksel kitle iletişim modelindeki kaynak-mesaj-alıcı rolünü tek başına üstlenmektedir. Burada mesaj, tekilden gruba, gruptan kitleye ve ters yönde kitleden gruba ya da gruptan tekile iletilebileceği gibi, kitleden bireye ya da gruptan kitleye olmak üzere çok değişik şekillere bürünebilmektedir. Mitra ve Cohen (akt. Binark, 2007: 33-34) web metinlerinin altı temel özelliği olduğunu belirtir. Bunlar şöyle sıralanabilir: linkler aracılığıyla metinlerarasılık, geleneksel metinler gibi düzçizgisel olunmaması, okuyucunun yazara dönüşmesi, multimedya metni olma özelliği, küresel erişime açık olması, dosyaların ve içeriklerin süreksizliği.

Öz'ün de belirttiği gibi (2010: 156) alternatif bir medya kanalı olarak, yeni bir ortamla yaşama dâhil olan internetin yaygınlaşmasıyla yeni iletişim kanalları meydana geldi. Gelişen ve değişen bu süreçte, internet gibi tümüyle dijital teknolojiyle üretilen medya, yeni medya olarak anılmaya başlandı. Gazete, radyo ve televizyon gibi geçmişten bugüne gelen kitle iletişim araçlarına ise geleneksel medya adı verilmeye başlandı. Yeni medya, internetin hayatımızdaki hızına paralel bir gelişim izleyerek bireyleri yeni gelişmeler karşısında ses, video, fotoğraf gibi içeriklerle tanıştırdı. Kolay erişilebilir bir mecra olarak internet, bireylere kendilerini özgürce ifade etme imkânı tanıdı. Böylece geleneksel medyayı tüketici koltuğunda takip eden izleyiciler, yeni medya aracılığıyla üretici kimliğine büründü.

Yeni medya, Törenli'ye göre (2005: 87); bir bölümü bilgisayarlara özgü işlemleri, bir bölümü ise iletişim araçlarına özgü yapıları barındıran iki yönlü, melez bir yapıdır. Dolayısıyla yeni medya kavramı, iletişim araçlarının daha çok günümüze özgü olanlarını nitelendirmek için kullanılmaktadır. Yeni medya sayısal ağlara bağlanabilme, yani karşılıklı işleyen akışkan bir ağın sağladığı çoklu ortam özelliklerini kullanıcılarına yeni hizmet seçenekleri olarak sunabilme özelliğine sahiptir. Yeni medya denildiğinde Binark'ın ifade ettiği gibi (2007: 5) geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları kastedilmektedir.

Günümüzde giderek gündelik yaşamın her alanında yaygın kullanım pratikleri bulan, gündelik yaşam pratiklerini köklü bir şekilde dönüştüren, toplumsal yaşamın birtakım gerekleri nedeniyle kullanım yoğunluğu giderek artan, beden bir uzantısı haline gelen multimedya biçimselliğine sahip bu araçlar Binark'a göre (2007: 21-23) bilgisayar, internet ortamı, mobil cep telefonları, oyun konsolları, veribankası kayıtlı kullanıcıları ve iletişimcileri, diğer bir deyişle tüm bu dijital teknolojiler yeni medya başlığı altında toplanabilir. Yeni medyanın, geleneksel medyadan ayrılan temel özellikleri etkileşimli ve multimedya biçimine sahip olmasıdır. Dijital kodlama sistemine temellendikleri için, çok fazla miktarda enformasyonu aynı anda aktarabilme ve kullanıcının geri dönüşümde bulunabilmesi olanağına sahiptirler. Dolayısıyla enformasyonun düzçizgisel iletiminden hipermetinselliğe geçilmiştir. Yeni medyanın etkileşimsellik özelliği iletişim sürecine iletişim uzamında karşılıklılık veya çok katmanlı iletişim olanağı kazandırmıştır. Ana akım ulusal kitle iletişim sürecindeki dikey iletişime karşı, yeni medyanın karşılıklılık özelliği iletişim sürecinin tarafları arasında yatay iletişim sürecinin gerçekleşmesine olanak vermektedir.

Erdoğan'a göre (2013: 255-256) yeni medya, toplumsal paylaşım ağları, mesajlaşma ortamları, bloglar ve diğer kullanıcı türevli içerik forumları ile dünyanın farklı bölgelerinde, birbirinden bütünüyle farklı deneyimlere sahip insan topluluklarının hızlı iletişim kurmalarına olanak tanımakta başka bir ifadeyle internet teknolojisinin öncesinde ya da yaygınlaşmadığı dönemlerde hayal dahi edilemeyen bir büyüklük ve açıklık düzleminde milyonlarca insanın haberleşmesini ve her tür iletiyi paylaşabilmesini olanaklı hale getirmektedir. Yeni medyada haberler, bilgiler, görüntüler twitter, facebook, youtube, bloglar, akıllı cep telefonları ve e-posta üzerinden inanılmaz bir hızla tüm dünyaya iletilebilmektedir. Erdoğan'ın vurguladığı gibi yeni medya, vatandaşları görüş ve düşüncelerini paylaşmaya teşvik eden bir ortamdır.

Sosyal Medya

Teknolojinin hızlı gelişimi ve internetin insan hayatında aktif kullanılmasına paralel olarak medya Öz'ün (2010: 155) belirttiği gibi önce değişim sonra dönüşümle

tanıştı. Sosyal medya, medyadaki dönüşümün bir sonucu olarak karşımıza çıktı ve geleneksel medyadan yeni medyaya geçişte kendiliğinden meydana geldi. Akçay'ın (2011: 138-143) vurguladığı gibi geleneksel kitle iletişim araçlarına yüklenen birçok görevi, günümüzde başta sosyal medya olmak üzere internet alt yapılı enformasyon teknolojisinin yeni araçları üstlenmiştir. Bu araçlar aracılığıyla günümüzde dünyanın bir ucunda yaşayan kişi, dilini dahi bilmediği bir başka kişiyle anlık düşünce ve ileti paylaşımında bulunabilmektedir. İnternet tabanlı etkileşimin bir sonucu olan sosyal ağlar bireylere kendi içeriğini yaratabilme serbestisi sağlamaktadır. Online sosyal medya Akçay'ın belirttiği gibi sosyal hayatı küçültmenin yanı sıra, etkileşimi ve paylaşımı önemli ölçüde arttırmaktadır. Bu bağlamda internet sadece bilgisayar ağlarının değil aynı zamanda milyonlarca insanın birbiri ile bağlantı içerisinde, veri alışverişinde bulunduğu ortamın adıdır. Kişiler kurdukları sosyal ağlarda anlık ileti, resim, video, müzik vb. birçok öğeyi paylaşabilmekte ve fikir alışverişinde bulunabilmektedirler. İnsanlara anlık etkileşim sağlayan bu sosyal ağların birçoğuna (Facebook, Twitter, Myspace, Youtube vb.) ücretsiz erişilebilmektedir. Zaman ve mekân fark etmeden aynı anda milyonlarca kişinin bağlandığı ve birbiri ile online etkileşim içerisinde olduğu bu sosyal paylaşım ağları içerisinde bireyler, ağlarda sunulan her türlü içeriğin hem alıcısı hem üreticisi hem de yayıcısı konumundadır. Bu sosyal paylaşım ağları, tıpkı gerçek hayatta olduğu gibi bilginin ve etkileşimin paylaşım fırsatını kişilere sunmaktadır.

Hazar'a göre ise (2011: 153-156) sosyal medya günümüzde en önemli iletişim araçlarından birisi olma yolunda hızla ilerleyen internetin en gözde uygulamaları arasında yer almaktadır. İnternetin kullanılma sıklığı artarken, bu sıklık içinde de sosyal medyaya girilme oranı da yükselmektedir. Yakın bir gelecekte neredeyse internet kullanımının çok önemli bir kısmının sosyal medya tarafından sağlanacağı düşünülmektedir. Sosyal medya toplum yaşamının hızla ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Sosyal medya bazıları için sosyalleşmeden kaçtığı, kendi kendine yalnız kaldığı, daha çok izleyici olduğu bir ortam iken, başka bazıları için ise sosyalleşmek, topluluklar içinde takdir edilmek, takip edilmek isteğinin tezahürü şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Farklı arzularla sosyal medya kullanımı gerçekleşse de her gruba genelleşebileceğimiz içerik paylaşım olgusudur. Hazar'ın vurguladığı gibi insanların sosyalleşme, kaçış, bilgilenme, eğlenme, iletişim, vakit geçirme gibi isteklerine etkileşim boyutuyla cevap veren sosyal medya günümüzde insanları en hızlı ve en fazla kuşatan, kişiselleşebildiği oranda da gelecek vadeden bir araç haline gelmiştir.

Gürsakaal'a göre (2009: 23-24); sosyal medyanın temelde beş özelliği bulunmaktadır. Sosyal medya, iletişim kurulan kişilerin geribildirimde bulunmasını ve gerekli katkılar göstermesini kolaylaştırır. İçeriğe erişim ve kullanımda mümkün olduğu kadar engelleri bertaraf eder. Kullanımı son derece açık ve kolaydır. Geleneksel medya daha çok tek yönlü bir iletişim içermektedir. Buna karşılık sosyal medya, bireylere çift yönlü iletişim, rahat ve zamanında geribildirim sağlar. Sosyal medya, toplulukların ilgili konu veya kişiler üzerinde hızla oluşmasına ve buna bağlı olarak etkin bir

şekilde iletişim kurulmasına izin verir. Birçok sosyal medya bağlantısaldır. Kullanıcı kolaylığı, reklam veya herhangi bir gerekçeden dolayı diğer sitelere, kaynaklara ve kişilere link verirler.

Heres ve Thomas'a göre (akt. Hazar, 2011) sosyal medyanın kişiliklere, zamana, yere, konuya ve diğer birçok faktöre göre değişen etkileri söz konusu olmaktadır. Sosyal medya kullanımı etkileşimi güçlendirici, zayıflatıcı ve tamamlayıcı etkilerde bulunmaktadır. İnsanlarla etkileşim için ucuz ve kolay bir yol sunması, zaman ve mekân kısıtlaması tanımaması güçlendirici etkiler içinde sayılabilir. Diğer yandan insanların ailesi ve arkadaşlarıyla yüz yüze ilişki kurmasını engellemesi, bölgesel iletişimi azaltması konularında zayıflatıcıdır. Bir de tamamlayıcı etkilerden bahsetmek olanaklıdır. Sosyal medya kullanımı ile yüz yüze iletişim bir arada kullanılabilirdiği gibi biri diğeri için bir randevulaşma aşaması olabilir.

Toplumsal tartışma platformları, toplumsal paylaşım ağları ya da siteleri aracılığıyla ve anında mesajlaşmaya olanak tanıyan birçok farklı teknolojik ürün ile vatandaşlar her tür bilgiyi, haberi, görüntüyü, e-kitabı vb. sosyal medya aracılığıyla paylaşabilmektedir. Kaynağı belirsiz olan çok sayıda haber ve bilgi de bu paylaşımına dâhil edilebilmektedir. Sosyal medyayı tüketen her dört kişiden üçü aynı zamanda sosyal medya için içerik üretmektedir. Sosyal medyayı oluşturan içerikler, internette kolayca erişilebilecek ve takip edilebilecek şekilde bulunmaktadır. Fakat sosyal medya aracılığıyla çok hızlı yayılan bilginin dahası ötekine ait metinlerin takibi ve kontrolünün günümüzde gittikçe zorlaştığı gözlemlenmektedir. İşte bu aşamada telif hakkı ya da entelektüel mülkiyet hakkı sorunları gündeme gelmekte, sosyal medyada fikri mülkiyet konusu önemli bir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Fikri Haklar

Yüksel'in belirttiği gibi (2008: 69); fikri haklar günümüzde üretim süreçlerinin ve piyasaların küreselleşmesi çerçevesinde, sermayenin, mal ve hizmetlerin dolaşımında sınırların ortadan kalkması, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki hızlı ilerlemenin ve bu teknolojilerin yaşamın her alanında ve hemen hemen dünyanın tüm toplumlarında kullanılmaya başlanmasına bağlı olarak, fikir ürünü olan eserlerin, icatların, haberlerin, bilgi ve ideolojilerin dünya çapında yaygın bir şekilde dolaşıma girmesi ile ciddi olarak etkilenmiş ve küresel ticareti etkilemiş, ulus üstü bir düzeyde düzenleme ve standardize edilme gereği doğmuş global bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Yüksel'in ifade ettiği gibi (2001: 557) fikri mülkiyet haklarını ifade etmek üzere; "fikri haklar", "telif hakları", "eser sahibinin hakları", "sınai haklar", "sınai mülkiyet hakları" gibi hukuksal terimlerin kullanıldığı görülmektedir. Bu terimlerin hepsiyle; her türlü fikri emek ya da çaba sonucunda yaratılan ürünler üzerinde kişilere tanınan haklar anlatılmak istenmektedir. Söz konusu terimlerle "fikri haklar", "telif hakları" ve "eser sahibinin hakları" ile; her türlü bilimsel ve edebi eserler, güzel sanat eserleri, müzik eserleri ve sinema eserleri ile bilgisayar programları üzerindeki haklar ifade

edilirken, “sınai haklar” ya da “sınai mülkiyet hakları” ile; patentler, markalar, ticari sırlar, endüstriyel tasarım ve modeller ile entegre devre topografyaları üzerindeki haklar anlatılmaktadır. Dar anlamda fikri mülkiyet hakları, sadece telif haklarını içerirken; geniş anlamda fikri mülkiyet hakları hem telif haklarını hem de sınai haklarını kapsamaktadır.

Fikrî mülkiyet kavramı Boztosun’a göre (2007: 3) ekonomi literatüründe, ekonomik aktörlerin tasarrufunda bulunan gayrimaddi değerleri (*intangible assets*) ifade etmek için kullanılmaktadır. Hukuk literatüründe ise bu kavram “fikrî mülkiyet hakları (*intellectual property rights*)” nı karşılamaktadır. Konu, ekonomi literatürü açısından değerlendirilirse fikrî mülkiyetin hem bir takım fikrî ürünleri hem de ayırtedici ad ve işaretleri kapsadığı görülür. Fikrî ürünlerin bir kısmında kültürel, sanatsal yön ağırlıktayken diğer bazı fikrî ürünlerde teknolojik yönün ağır bastığı görülür. Romanlar, filmler, bilgisayar oyunları, müzik albümleri ilk gruba, buluşlar ise ikinci gruba örnek verilebilir. Ayırtedici ad ve işaretlerin tipik örneği markalardır. Bu gruba coğrafi işaretler, internet alan adları, ticaret unvanları ve iletme adları eklenebilir. Hukuk literatürü açısından ise bu değerlerin tümünün doğrudan fikrî mülkiyet korumasından yararlanabileceğini söylemek doğru olmaz. Sadece ilgili düzenlemede koruma kapsamına alınan ve öngörülen koruma koşullarını sağlayan değerler üzerinde fikrî mülkiyet hakları tanınabilir. Örneğin geliştirilen yeni bir tedavi yöntemi bu nitelikteki buluşlar patent koruması kapsamı dışında bırakıldıklarından, yeni geliştirilen ancak henüz prototip aşamasında olan bir makine ise sanayiye uygulanabilirlik koşulunu sağlamadığından bunlara patent verilmez. Buna rağmen her ikisinin de ekonomik değer ifade ettikleri şüphesizdir.

Fikri haklar kavramı Avcı’ya göre ise (2013: 434), zihinsel anlamda yaratıcı bir düşüncenin sonucu olarak oluşturulan eserler ya da yapıtlar üzerindeki hakları ifade eder. Fikri haklar, İngilizce ve Fransızca da fikri mülkiyet anlamına gelen “*intellectual property/propriété intellectuelle*” kavramlarına karşılık gelir. Literatüre yerleşen “*Copyright*” kelimesi “*owner of copy*” (imtiyaz hakkı sahibi) anlamına gelmektedir. Türkiye’de ilk kez 1951 yılında yürürlüğe giren Fikir ve Sanat Eserleri Kanununun 1.maddesine göre fikri hakların konusunu oluşturan “eser” için entelektüel ve yaratıcı bir zihinsel emek yeterli olmayıp yaratıcının şahsi özelliğinin esere damgasını vurması gerekir. Uluslararası hukuk düzeni, fikri hakları tıpkı mülkiyet hakkı gibi “mutlak haklar” kategorisinde saymış ve hak sahibi tarafından herkese karşı ileri sürülebileceğini düzenlemiştir. Telif hakkı, Erdoğan’ın (2013: 259-262) belirttiği gibi belirli bir eserden çoğaltma yapma hakkını ve başkalarını eser sahibinden izin almaksızın söz konusu eseri kopyalamaktan alıkoyma yetkisini ifade etmektedir. Boldrin ve Levin ise (2011: 148) fikri mülkiyet hakkına daha olumsuz bir anlam yükleyerek tanımlar. Onlara göre fikri mülkiyet hakkı, başka kişilere sahip oldukları kopyayı nasıl kullanabileceklerini, daha çok da nasıl kullanamayacaklarını anlatan fikri tekelleştirme hakkıdır. Bettig (akt. Avcı, 2013), fikri mülkiyetin tarihsel süreç içinde bir hak olarak düzenlenmesinin, yazılı basının gelişmesi, ulus-devletin ortaya çıkışı, özel

mülkiyet ve bireyciliğin zaferi ile kapitalizmin yükselişine bağlı olarak gerçekleştiğini belirtir. Matbaanın icadından önce, fikri mülkiyet hakları bir hak kategorisi olarak düzenlenmemişti. Ortaçağ'da eserler üzerindeki maddi haktan yalnızca sözlü anonim eserleri yazılı eser haline getiren kişiler yararlanıyordu. Söz konusu hak, fikri hak anlamındaki manevi bir hak değil somut nesne üzerindeki maddi bir haktı. Fikri mülkiyeti mutlak bir hak kategorisi olarak düzenleyen ticaretin sağladığı imtiyazlarla görece özerklik elde eden 15. yüzyıl İtalyan şehir devletleri olmuştur. Venedik şehir yönetimi ilk kez fikri mülkiyeti 1469 yılında hak olarak bir basımevi sahibine tanımıştır. Şehir yönetiminin tanıdığı patent, basımevi sahibine basım masrafları ve riskli yatırım çıkarlarını koruma altına almak için hususi başlıklara ve kitap kategorilerine imtiyazlı haklar tanımaktaydı.

İngiltere, fikri mülkiyeti ilk kez gelişmiş bir kanun olarak düzenleyen ülke olacaktır. Samuelson'un belirttiği gibi (akt. Avcı, 2013) 1709 tarihinde eseri yaratan eser sahibine haklar tanıyan ilk düzenleme olan Kraliçe Anne Kanunu (*The Statute Of Anne*) İngiltere'de kabul edilmiştir. Kanun, İngiltere'de yıllar içinde tekel haline gelen Kitapçılar Loncasının egemenliğine son vererek; yayınevleri ve kitapçılar arasında serbest rekabeti teşvik edecektir. Yayınevlerinin değil eser sahiplerinin haklarını korumak için çıkarılan kanun, modern fikri haklar düzenlemelerinin de felsefi temellerini oluşturmaktadır. 1789 Fransız İhtilali sonrası yayınevlerinin eser üzerindeki imtiyaz hakları tamamen ortadan kaldırılacak ve eser sahibinin eser üzerindeki fikri mülkiyet hakkı olduğu kabul edilerek hayatı boyunca ve öldükten sonra da 10 yıl süre ile koruma hakkı tanınacaktır. Fikri mülkiyet hakları ile ilgili uluslararası alanda yapılan ilk anlaşma 1886 yılında 10 ülke tarafından imzalanan Bern Sözleşmesidir. Fikri mülkiyetle ilgili diğer önemli uluslararası anlaşmalar; 1883 tarihli Paris Anlaşması, 1952 tarihli Evrensel Fikri Haklar Sözleşmesi ve 1995 tarihli Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) eklerinden olan Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması'dır (WTO TRIPS).

Başpınar ve Kocabay'in belirttiği gibi (2007: 53) 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü Sözleşmesi'nin eki olarak imzalanan Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (*WTO TRIPS- World Trade Organization Agreement on Trade-related aspects of Intellectual Property Rights*), fikri mülkiyet alanında getirilen hükümlerin serbest ticareti engellemeyecek şekilde düzenlenmesi gerektiğini esas almıştır. Bu antlaşmayı imzalayan devletler, fikri mülkiyet hakları ile ilgili daha önceki imzalanmış anlaşmaların da kendi vatandaşları için geçerli olacağını kabul etmişlerdir. Avcı'ya göre (2013: 436) WTO TRIPS Antlaşması, fikri hakların kapsamı, koruma şartları ve süreleri ile ilgili olarak Türkiye de dâhil olmak üzere pek çok ülkenin fikri mülkiyet hakları ile ilgili mevzuatını etkilemiştir. Bu antlaşma ile fikri mülkiyet rejimi, ilk kez evrensel düzeyde bağlayıcı bir geçerlilik kazanıyor; enformasyonun giderek artan değişim değeri ve yaklaşmakta olan enformasyon çağı ile uyum sağlıyordu. TRIPS Antlaşmasının amaçlarından birisi de fikri mülkiyete ilişkin yeterli koruma getiren

ülkeler ile aynı düzeyde koruma getirmemiş olan ülkeler arasındaki seviye farkının bir an önce kapatılması ve aynı düzeye getirilmesi idi.

Fikri Haklar, Hak mı?

Yeni medya ve özellikle sosyal medya ortamında içeriğin paylaşılması ve telif hakkı sorunlarını birbirinden tamamen farklı ele alan ve tartışan iki temel görüş vardır. Esasında bu iki farklı bakış açısı arasında konuya daha ılımlı yaklaşan bir bakış açısının varlığı da söz konusudur; ama bu görüş diğer söylemler arasında cılız kalmaktadır. İlk temel görüş, internet ortamında ve özellikle sosyal medyada paylaşılan içeriğin telif hakları bağlamında değerlendirilmesi ve düzenlenmesi gerektiği yönündedir. Bu görüş, internet ortamında paylaşılan içeriğin yazar haklarının ve kaynak adlandırmalarının ihlali olarak görmektedir. Bu alanın kontrolü ve yasalarla düzenlenmesi onlara göre kaçınılmazdır ve olmazsa olmazdır.

Yeni medyada en önemli etik sorunlardan ya da ikilemlerden biri Erdoğan'ın da belirttiği gibi (2013: 259-262); izin almaksızın enformasyonun yeniden dağıtılması ya da telif haklarıdır. İnternet kopyalama ve çoğaltmayı basitleştirmekte, çevrimiçi içerik çok hızlı bir şekilde yayımlanmaktadır ve dolayısıyla sanal uzayda herhangi bir eser çok kısa bir süre içerisinde çok sayıda kullanıcı tarafından kopyalanabilmektedir. Erdoğan'a göre internet teknolojileri bu nedenle, yazar hakları ve kaynak adlandırmaları ile ilgili olarak yeni sorunlara neden olmaktadır. Patterson ve Wilkins'e göre (akt. Erdoğan, 2013) internet ve özellikle sosyal medya bir yayından diğerine bir haberi, bir videoyu, bir müziği kopyalayıp yapıştırmayı özendirilmekte ve kolaylaştırmaktadır. Teknik olanaklar izinsiz alıntı yapılmış bilginin yeni bir biçimine kapı açmaktadır. Erdoğan'a göre (2013: 263) merkezi olmayan internetin küresel olma özelliği, bu aracın düzenlenmesini imkânsız hale getirmektedir. İnternet, her şeyin bir modem ya da kablo bağlantısına sahip kişisel bir bilgisayar erişimine sahip olan herhangi biri tarafından yayımlanabildiği bir sistemdir. Bu tür açık ve karmaşık bir ortamda, normlara ve değerlere ilişkin herhangi bir standart yürürlüğe koyulabilir mi ya da bu standarda bağlı kalınabilir mi? sorusuna yanıt aranması gerekmektedir.

Uzun yıllardan beridir süregelen telif hakları sorunu Sağsan'a göre (2002: 117-118), bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle internete taşınmıştır. İnternet üzerindeki elektronik kaynak kullanımının son zamanlarda artması ise bunların kontrolünü gerektirmiştir. Bu kontrol eser sahiplerinin hem maddi hem de manevi haklarını koruyacak şekilde sağlanmalıdır. Sağsan'a göre internet ortamındaki elektronik yayınlara ait eser sahiplerinin haklarının korunması ve kullanım sırasında ortaya çıkacak eğitimsel, teknolojik, hukuksal ve idari boyutların çözülmesi sorunu giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Hangi ortamda bulunursa bulunulsun her türlü bilgi kaynağının mutlaka bir sahibi bulunmaktadır. Eser sahipliği olarak nitelenen bu kavram, eseri yaratan ve aksi belirtilmedikçe yarattığı eserin en üst düzeydeki sorumlusu olan kişidir. Eser sahipliği hakkı ise, eser sahibinin eserinden kazandığı mali ve

manevi hakları içermektedir. Sosyal medyada bilginin küresel olarak paylaşımının kolaylaşması, fikri hakların önceden tahmin edilemeyen boyutta ihlal edilmelerine neden olmuştur. Sağsan'ın belirttiği gibi telif hakkı esasen, bilim ve sanat alanındaki faaliyetleri düzenleyen ve kurallar koymaya yarayan bir haktır. Bir yandan yazarlar ve sanatçıların özgün eserleri üzerindeki menfaatlerini koruma altına almayı amaçlarken, diğer yandan da başkalarının bu fikirleri ve bilgileri kullanmalarını teşvik eder. Telif hakkı, her türlü bilimsel eserden istifade edilerek yeni eserlerin ortaya çıkmasını özendirilmektedir. Telif hakkı kişinin yarattığı fikir eserlerinin her mülkten daha fazla o kişiye ait olduğu düşüncesine dayanır.

İnternet ortamında bulunan elektronik yayınların kullanımından doğan telif hakkı ihlallerinin ortaya çıkmasında Sağsan'ın belirttiği gibi (2002: 118-119) çeşitli nedenler söz konusudur. Eserlerin çoğaltılabilme kolaylığı ilk sırada yer almaktadır. Her elektronik yayının internet ortamında kolayca çoğaltılabilmesi, daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Bu da eserin izin alınmadan sayıca çoğaltılması anlamına gelmektedir ki bu durum Sağsan'a göre açıkça telif hakkının ihlali anlamına gelmektedir. İnternet üzerinden yayınlanan her eser, daha geniş kitlelere ulaştığından eserin izin alınmadan kullanımı/ihlal edilmesi artmaktadır. Sağsan'a göre telif hakları perspektifinden bakıldığında, elektronik formatta yayınlanan eserlerin internet aracılığı ile yayınlanan bir eserin kolay çoğaltılabilmesi ve dağıtılabilmesi hem üreticiye hem de eseri kullanmak isteyen kullanıcılara birtakım getiriler sağlarken, diğer taraftan dezavantaj oluşturmaktadır. Bu ortamda eserin kolayca dağıtılabilmesi, eserin kullanımını dolayısıyla da telif hakkı ihlallerini arttırmaktadır. İnternet, hiçbir hukuki kişiliğe ait olmayan yapısı ile yasal düzenlemeleri zorlaştırmaktadır. İnternet üzerinde yapılan hak tecavüzlerinde, saldırıyı yapanın saptanması ve bu ihlalin önlenmesi son derece zordur. İnternet, bir özgürlük ortamı şeklinde nitelendirildiğinden, yasal ve teknik düzenlemelerin geliştirilmesi engellenmek istenmektedir. Bu gerekçeler, telif hakkı ihlalinin internet ortamında kolaylaştırılan nedenler arasında sayılabilir.

İnternet ve özellikle sosyal medya ortamında teknolojinin sağladığı olanaklarla fikir eserleri Dedeoğlu'na göre (2006: 70-71) kolaylıkla kopyalanıp dağıtılabilmekte, bu durum sonunda fikir eserlerini üretmek için emek ve zamanlarını veren hak sahipleri harcadıkları emek ve zamanın karşılığını alamamaktadır. Fikri mülkiyet haklarına yönelik sorunların, toplum olarak karşı karşıya kaldığımız en karmaşık meseleler içinde olduğunu söyleyen Mason (akt. Dedeoğlu, 2006) bu haklarla ilgili, önemli ekonomik ve etik kaygılar olduğunu belirtir. Ona göre, herhangi bir bilgi parçasının başlangıçta yüksek maliyetle üretildiğini, bir kez üretildikten sonra tekrar üretiminin ve başkalarıyla paylaşımının kolaylıkla yapılabilmesini, fiziksel varlığı olan ürünlerden farklı olarak başkalarına iletilebildiğini, korumanın zor ve hatta başka kişilerin bu bilgiyi kullanması halinde uygun bedeli almanın güç olabileceğini vurgular.

Yılmaz (2007: 205-206) teknolojik gelişme ile ilk dönem ticari kapitalizmden sanayi kapitalizme geçildiği gibi bugün de teknolojik gelişmelerle yeni bir döneme

“elektronik kapitalizme” geçildiğini belirtir. Elektronik teknolojideki gelişmelerle kapitalizm, küresel kapitalizme dönüşmekte ve yeni ve kapsamlı ikinci bir küreselleşme dönemine girilmektedir. Yeni kapitalizm veya küresel bilgi toplumunda en önemli konulardan biri Yılmaz’a göre entelektüel mülkiyet haklarıdır. Bugünün bilgi temelli ekonomisinin kalbi entelektüel mülkiyet haklarıdır. İlerleme de patent, copyright ve marka haklarının korunmasına bağlıdır. Yılmaz’a göre mülkiyet hakkı insanlığın gelişiminde önemli bir rol üstlendiği gibi bugün de fikri mülkiyet hakları toplumların gelişiminde önemli role sahiptir. Dolayısıyla bunu koruyacak bir sisteme ihtiyaç vardır. Aksi halde sanatçı, yazar ve bilim adamları günlük ihtiyaçlarını karşılamak için başka işlerle ilgilenecekler, zamanlarının çoğunu başka işlere ayıracaklar, yaratıcılık ve gelişme duracaktır.

İnternetin kullanımının yaygınlaşmasıyla paralel olarak internet kullanıcılarının hukuki ve cezai sorumluluklarının hangi esaslara tabi olacağı Kaya’ya göre (2013) dünyada olduğu gibi Türkiye’de de önemli bir tartışma konusu olmuştur. Türk hukukunda İnternet içeriği sebebiyle sorumluluk rejimi İnternetin kullanım alanlarının yaygınlaşmasıyla aynı doğrultuda gelişmiştir. Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ve kitlesel örgütlenmedeki etkisi sorumluluk rejimine yeni bir boyut kazandırmıştır. Sosyal medyada yapılan paylaşımlar sebebiyle hukuki ve cezai sorumluluğun sınırlarının neler olduğu ve özellikle başkasına ait içeriği paylaşmanın hukuki sorumluluğa sebep olup olmayacağı son dönemde önemli bir gündem konusu olmuştur.

Kaya, 5651 sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun”un iki temel hususu düzenlediğini belirtir. 5651 sayılı Kanun düzenlediği ilk konu, içerik, yer ve erişim sağlayıcı gibi temel İnternet aktörlerinin sorumluluk rejimidir. İkinci ana konu ise belli suç tiplerine ilişkin içerik barındıran web sitelerine erişimin nasıl engelleneceğidir. 5651 sayılı Kanunun içerik sağlayıcılara ilişkin getirdiği hüküm sosyal medya paylaşımları sebebiyle hukuki sorumluluğun tespitinde önem taşımaktadır. 5651 sayılı Kanun içerik sağlayıcıyı İnternet ortamında kullanıcılara her türlü bilgi veya veriyi üreten, değiştiren ve sağlayan gerçek veya tüzel kişiler olarak tanımlamıştır. İçerik sağlayıcının sorumluluğu 4. madde altında şu şekilde düzenlenmiştir: Madde 4 - (1) İçerik sağlayıcı, internet ortamında kullanıma sunduğu her türlü içerikten sorumludur. (2) İçerik sağlayıcı, bağlantı sağladığı başkasına ait içerikten sorumlu değildir. Ancak, sunuş biçiminden, bağlantı sağladığı içeriği benimsediği ve kullanıcının söz konusu içeriğe ulaşmasını amaçladığı açıkça belli ise genel hükümlere göre sorumludur. Görüldüğü üzere kanun içerik sağlayıcıları İnternet ortamında kullanıma sunduğu her türlü içerikten sorumlu olduğunu kabul etmiştir. İçerik sağlayıcın bu doğrultuda “ürettiği, değiştirdiği veya sağladığı” her türlü içerikten dolayı hem cezai hem de hukuki sorumluluğu bulunmaktadır.

Kaya, sosyal medya sebebiyle doğan hukuki sorumlulukları şu şekilde özetler: İnternet kullanıcılarının sosyal medyada paylaştıkları kendilerine ait içerik dolayı-

sıyla hem hukuki hem de cezai sorumlulukları vardır. Başkasına ait içeriği sunma durumunda ise, 5651 sayılı Kanunu dar yorumlarsa bu içerik sebebiyle de kural olarak İnternet kullanıcılarının hem hukuki hem de cezai sorumluluğu vardır. Bağlantı sağlanan içerik sebebiyle sorumluluğun nasıl olacağı ise muğlaktır. Bağlantıyı sunuş biçimden bağlantı sağlanan içeriğin benimsendiği veya kullanıcıların bu içeriğe ulaşmasını amaçladığı şeklinde açık şekilde belli oluyorsa, içerik sağlayıcı bu tür içerikten genel hükümlere göre sorumlu tutulacaktır. Ancak 5651 sayılı kanun genel hükümlere göre sorumluluğun kapsamı hakkında açıklayıcı değildir. İçerik sebebiyle cezai sorumluluk tespit edildiği andan itibaren sorumluluk ve yaptırımlar, somut olayda paylaşılan içeriğe göre Türk Ceza Kanunu'na göre belirlenecektir. Öte yandan, gönderi beğenme gibi durumlarda irade beyanının yeterince tespiti mümkün olmadığı için, bu sebeple hukuki ve cezai sorumluluğun doğacağını ileri sürmek mümkün değildir. Görülmektedir ki, Türk hukukunda sosyal medya paylaşımları sebebiyle hukuki sorumluluğun esasları muğlak hükümlerle düzenlenmektedir. Bu konuda yeterince yargı içtihadı olmadığı için, sorumluluk rejiminin sınırlarını kesin bir şekilde çizmek mümkün değildir. Ama sonuç olarak sosyal medya ve internet ortamında üretilen ve paylaşılan içeriğin hem telif hakları bağlamında hem de hukuki ve cezai sorumluluğu olduğu unutulmamalıdır.

Avşar ve Öngören'de (2010: 231-232) internet ortamında fikirsal ve sanatsal ürünlerin çok sık kullanıldığını; müzik klipi ve şarkılarının, oyunların, şiirlerin, filmlerin, romanların, bilimsel yazıların, grafiklerin, fotoğrafların, projelerin, resimlerin, bilgisayar programlarının vb. eserlerin internet içeriğinin yarısından fazlasını oluşturduğunu vurgular. Bu içeriğin yoğunluğundan ötürü de ülkemizde ve dünya da internet aracılığıyla fikri mülkiyet hakları yoğun bir şekilde ihlal edilmektedir. Bu nedenle Avşar ve Öngören'e göre internet ortamındaki eser, veri tabanı ve yaratıların nasıl korunacağı büyük önem taşımaktadır. Bu alanda ülkemiz açısından Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda 1995, 2001, 2004, 2006 ve 2008 yıllarında birtakım değişiklikler yapılmış ve bu değişiklikler Avşar ve Öngören'e göre çağdaş bir koruma sağlamıştır.

Manevi ve mali haklar Avşar ve Öngören'in belirttiği gibi (2010: 235-252) münhasıran eser sahiplerine ait olup, bu kişilerden izin alınmadan eser kullanılamaz. Bu haklara ilişkin eser sahipleri izin verme ve yasaklama hakkına sahiptir. İnternet ortamında ve özellikle sosyal medyada kullanılan eserlerin, eser ve bağlantılı hak sahiplerinden yazılı izin veya lisans alınmadan kullanılması veya bunların işlenmesi yoluyla işleme, seçme ve toplama eser veya külliyyat şeklinde yahut başka biçimlerde bağımsız eserlerin yaratılması mutlaka eser sahiplerinin iznini gerektirmektedir. Sonuç olarak Avşar ve Öngören, eser veya hak sahibinin onayı alınmaksızın internet ortamına taşınan ve umuma iletilen eserin, eser sahibinin manevi, mali, çoğaltma ve umuma iletmeye hakkının ihlali anlamına geldiğini, dolayısıyla özellikle sosyal medyada paylaşılan içeriğin bu bağlamda bir hak ihlali olduğunu açıkça vurgular.

Fikri Haklar, Haksızlık mı?

Fikri hakların hak olduğunu, bu anlamda çeşitli hak ihlallerinin yaşandığını ve bu alanın yasal düzenlemelerle korunması gerektiğini düşünenlerin tam karşısında yer alan diğer görüş ise, internet ortamında ve sosyal medyada kullanıcının gerçekleştirdiği bir takım faaliyetleri iletişim, ifade ve haberleşme hürriyeti bağlamında değerlendirmekte, telif haklarının entelektüel tekele neden olduğunu iddia etmekte ve yapılan düzenlemeleri ise kişinin anayasayla güvence altına alınmış bu haklara getirilmiş bir sınırlama olarak ele almaktadır.

Bu görüşü paylaşanlardan biri olan Avcı'ya göre (2013: 432) demokrasi, bilgi sahibi yurttaşların yüksek katılımına ihtiyaç duyar. Bilgi sahibi olabilmenin koşulu da yurttaşların bilgi kaynaklarına sınırsız erişiminin mümkün olmasıdır. Bilginin, özel mülkiyet yasalarına tabi tutulması ontolojik açıdan da sorunludur. Maddi varlıkların paylaşılmasının ya da ortak mülkiyete konu olmasının varlığın niteliğinde azalmalara yol açabileceği ihtimaline karşılık, bilginin paylaşılması ya da ortak mülkiyete konu olması bilginin niteliğini azaltmaz tersine artırır. Bilginin paylaşımına açık olması, nitelik artışını beraberinde getirir. Erişim imkânı olan kişi ve gruplar, yorum ve eleştirileriyle nitelik artışına, zenginleşmeye katkıda bulunurlar. Jefferson'a göre (akt. Avcı, 2013) bilgi ya da fikir, taş kömürü, mumlar ya da diğer eşyalarla aynı kefeye konmamalı ve kamusal menfaatleri doğrultusunda serbestçe dolaşmasına izin verilmelidir. Avcı'ya göre internet teknolojisinin 1990'ların başından itibaren medya şirketlerinin iş ve yatırım alanına dönüşmesi, ticari olmayan fikir, söz ve bakış açılarının dolaşımının giderek sınırlanması; reklam gelirleriyle ayakta duran bir mecra olma özelliği kazanması; tüketimi yönlendirme ya da kontrol etme amacı ile reklamların istilasına uğraması yeni medyaya giderek geleneksel medya endüstrisinin mantığının hâkim olmaya başladığını göstermektedir. Öngörülebilir bir gelecekte medya endüstrisinde geçerli olan normların internet sitelerinin içeriklerinde de etkili olma ihtimali yüksektir. Nitekim küresel hukuki düzenlemelerde öne çıkan fikri mülkiyet, patent, marka, imtiyaz ve telif vb. haklar, bilgi/enformasyonu ancak ekonomik ve kültürel sermayeye sahip olanların erişebildiği "ekonomik bir girdiye" dönüştürmektedir.

Enformasyon toplumu kuramcılarının savunduğunun aksine bilgi ve enformasyon Avcı'ya göre (2013: 437-438), bedelsiz, herkes için erişilebilir, dengesizliklerin ve eşitsizliklerin ortadan kalktığı, sınırlarından arındırılmış yeni bir dünyanın oluşturucusu olamamıştır. Tersine enformasyon zenginleri ile enformasyon yoksunları arasındaki dijital uçurum artmıştır. Bilgi ve enformasyon üzerinde birilerinin "mülkiyet hakkı" iddiası, bu iddiada bulunanlara seçkinlik sağlarken, geri kalanı dışlamaktadır. Bu iddia sahipleri enformasyon ve bilginin çevresini çitler ve dikenli tellerle çevirmekte ve bedelsiz hiç kimseyi içeriye sokmamaktadır. Wayne'a göre (akt. Avcı, 2013) fikri mülkiyet yasaları, toprak çevirme hareketini düzenleyen yasalara benzetmekte ve dijital ortak alan olan/olması gereken internet, özel mülkiyet alanına dönüşmektedir. Yeni medyaya ilişkin fikri hak düzenlemeleri, tekno-ütopyalarda öne çıkan ve hep bir

ideal olarak tasavvur edilen herkesin erişimine açık bilgi ve enformasyonu ortadan kaldırmaya doğru gitmektedir.

Yılmaz (2007: 207-208) bilgi toplumu ve internet teknolojisiyle herkesin bilgiye ulaşacağı, dolayısıyla sermaye ve sanayiye dayalı ilk dönem kapitalizme göre fakir kişiler ve ülkelerle zenginler arasında gelişme farkının azalacağı beklenirken, sinai ve fikri hakların genişlemesinin bu beklentiyi engellediğini belirtir. Hatta bilgiyi ve bilgi ağlarını elinde tutan ülkelerin daha avantajlı hale geldiği ve tüm sistemi denetlediği bir süreç oluşmakta ve zenginlerle fakirler arası farkın açıldığına ilişkin veriler ortaya çıkmaktadır. Yılmaz'a göre bilgi toplumuna geçişte teknolojinin uygulanması, bilginin korunması, erişimi ve saklanması gibi teknik sorunlar kadar mülkiyet ve telif hakkı gibi bilginin mülkiyete konu olmasından kaynaklanan hukuki sorunlar da gündeme gelmektedir. Fikir ve bilgi üzerinde mülkiyet hakkı insanlığın gelişiminde önemli bir aşamadır. Geçmişte bir fikir ancak ona maddi bir şekil verilene kadar korunmazken günümüzde telif yasaları ile fikir de korunur hale gelmiştir. Maddi mülkiyetten farklı olarak fikri mülkiyet tüketilemez, kullanımı ile bitmez olduğundan önceleri pek kabul edilmemiştir. Bugün bir akıl ve yaratıcılık hakkı olarak kabul edilmekte ve giderek alanı ve kapsamı genişlemektedir. Ancak diğer bir yanda entelektüel mülkiyet hakkı sınırsız ve mutlak olarak korunduğunda, insanlığın ilerlemesi de mümkün olmayacak, bilgi yayılıp yeni alanlara uygulanmayacaktır. Yılmaz'a göre buradaki ana sorun, bugüne kadar insanlığın ortak mirası kabul edilen ve herkese açık olan bilginin özel mülk haline gelmesi ile eşitsizliği arttırması ile diğerlerinin kullanımının sınırlandırılmasının olumsuz sonuçlar doğuracağı ihtimalidir.

Yılmaz'ın (2007: 208-210) belirttiği gibi bilgisayar ve internetin yaygınlaşmasıyla iletişim kolaylaşmış, bilgi ağları üzerinde elektronik bilgi hızla artarken, iletişim ve bilgiye ulaşma hızlanmış ve ucuzlamıştır. Ancak aynı gelişme yeni bilgi tekelleri oluşturma riski yarattığı gibi özel hayatı, mahremiyeti ve bilgileri ihlal etme riski de doğurmaktadır. Hâlbuki fikri mülkiyeti kabulün amacı yeniliği ve yaratıcılığı teşvik etmektir. İnternetin gelişimine rağmen özel mülk eğilimi nedeniyle fikirlere ve bilgilere ulaşımın engellenip kısıtlanması, yaratıcılık ve yenilik yapma imkânını önlemektedir. Dolayısıyla bu durum bir tezat oluşturmaktadır. Bu durum Hardt ve Negri'ye göre (akt. Yılmaz) internetteki teknolojik gelişmelerin bilgi ve teknolojiye ulaşma imkânını arttırmasına rağmen, ortak mülklerin elektronik imkânlarla özelleşmesi ve yeniliklere engel teşkil etmesinden kaynaklanmaktadır.

Patentleri ve telif haklarını içinde barındıran fikri mülkiyetin, buluş ve yaratıcılığı arttıran önemli bir etken olup olmadığını sorgulayan Boldrin ve Levin (2011: 13-17) fikri mülkiyetin bir bela olup olmadığını sorgular. Boldrin ve Levin, Watt örneği üzerinden soruyu yanıtlamaya çalışır. Onlara göre 1769 ve özellikle 1775 yılında verilen patentler, büyük olasılıkla buhar makinesinin geniş çapta yaygınlaşmasını geciktirmiştir. Patentler sona erinceye kadar inovasyon engellenmiş ve Watt'ın hukuki tekeli sürerken çok az sayıda buhar makinesi imal edilmiştir. Patent süresi dolar

dolmaz ise buhar makinesi sayısında önemli bir artış olmuştur. Boldrin ve Levin bu bağlamda iki ayrı kutuptan bahseder. Telif karşıtı “bilgi sadece özgür olmak istiyor” sloganı, bazı sivil liberterler tarafından desteklenirken diğer uçta büyük müzik ve yazılım şirketleri fikri mülkiyet hakkının olmadığı bir dünyada yeni fikirlerin olmayacağını savunmaktadır. Telif hakları ve patentler üzerinde bu anlamda şiddetli bir tartışma sürüp giderken, mucitlerin ve yaratıcıların emeklerinin meyvelerini almaları için bir miktar korumaya ihtiyaç olduğu konusunda genel bir mutabakat bulunmaktadır. Boldrin ve Levin’e göre bilgi özgür olmak istiyor retoriği, kimsenin fikirlerinden kar etmesine izin verilmemesi anlamına gelir. Buna rağmen herkes için emeğin karşılığını almak normalken, mucitlerin ve sanat eserlerinin yaratıcılarının başkalarının yardımıyla yaşamalarını savunan güçlü bir lobi de yoktur. Esasında her iki tarafın fikri mülkiyet kanunlarının yaratıcılığı teşvik etmekle mevcut fikirlerin serbestçe kullanılabilmesi arasında bir denge kurması gerektiği konusunda hemfikir görünmektedir. Çıkan anlaşmazlık ise fikri korumanın sınırlarının nereye çizileceği konusundadır. Boldrin ve Levin’in görüşleri ise arayış bulmanın çok ötesinde daha radikal bir konuma sahiptir. Onlar, fikri mülkiyet yokluğunda yaratıcıların mülkiyet haklarının çok iyi korunabildiğini ve fikri mülkiyetin ne inovasyonu ne de yaratıcılığı artırdığını, sonuç olarak patent ve telif haklarının gereksiz bir bela olduğunu iddia eder. Onlar, fikri mülkiyetin olmadığı bir dünya düşler. Bu dünyada fikri tekel yokluğunda çok sayıda inovasyon olmaktadır ve olacaktır. Fikri mülkiyetin olmadığı bir sanal dünyada da içerikler üreticilerinin izni alınmadan sınırlar olmaksızın rahatça dolaşabilecektir.

Telif haklarının mutlak hâkimiyetini ve internetin, bu bağlamda da yeni ve sosyal medyanın düzenlenmesini eleştirenler, internet ve sosyal medyayı bireyi geliştiren, topluma katan ve demokrasi için vazgeçilmez bir unsur olarak görmektedir. Bu bağlamdaki dayanakları ifade hürriyeti, protesto özgürlüğü ve mahremiyetin korunması gibi temel insan haklarıdır. Sosyal medya günümüzdeki iletişim ve örgütlenme tarzlarını belli ölçülerde değiştirip, dönüştürmüştür. Bu nedenle sosyal medya bu görüş içinde olan kişilere göre önemsenmesi ve önlenmemesi gereken bir mecradır. Onlara göre sosyal medya kullanımı yasadışı bir eylem değildir, aksine iletişim özgürlüğünün bir parçasıdır. Sosyal medya, insanların hak arama çabalarına önemli şekilde destek olmaktadır. Hakaret, nefret söylemi ve şiddete çağrı içermeyen hiçbir sosyal medya paylaşımı, bu görüşü savunanlara göre suç değildir. Onlara göre sosyal medyada paylaşılan içeriği suç haline getirmenin, düzenleme çabalarının ve kullanıcılara yönelik birtakım uygulamaların amacı insanları oto-sansüre zorlamaktır. Sonuç olarak internetle ilgili fikri haklar ve çeşitli düzenlemeler, iletişim, ifade ve internet özgürlüğü çerçevesinde kimi gruplarca eleştirel değerlendirilmektedir. Bu nedenle belirli kısıtlar dışında sosyal medya ortamında paylaşılan içerikler, eleştirel duranlara göre hukuki ve cezai bir sorumluluk taşımamakta ve bu paylaşımından dolayı fikri mülkiyet ya da telif hakkı doğmamaktadır.

Sonuç

Günümüzde yayıncılık, teknik iletişim medyasında yaşanan gelişmeler doğrultusunda büyük bir değişim ve dönüşüm içine girdi. YouTube, Instagram, Facebook, bloglar vb. ortamlar aracılığıyla sıradan insanlar potansiyel birer yayıncıya ve içerik üreticisine dönüştü. Sıradan insanların yanı sıra hâlihazırdaki online gazetelerde bile bir başka gazeteye ait içeriklerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Paylaşım kültürünün egemen olduğu günümüzde içeriğin kontrolü ve fikri mülkiyet hakları, çözülmesi gereken bir sorun olarak karşımızda durmaktadır.

Bu çalışma göstermiştir ki fikri mülkiyet meselesi çağdaş bir sorundur ve bu çağdaş sorun hakkında birçok farklı görüş bulunmasına rağmen temel tartışmalar iki bakış açısı altında şekillenmektedir. Dijital dünyada fikri mülkiyeti savunanlar ve ona karşı çıkanlar. Her iki grubun anlaştığı noktalar mevcuttur. Fikri mülkiyetin yenilikleri teşvik ettiği ve eser üreticilerinin emeklerinin karşılığını almaları için bir miktar korumaya ihtiyaç olduğu konusunda genel bir mutabakat söz konusudur. Anlaşamadıkları nokta ise fikri hakların ölçüsünün ne olacağı ve bu sınırlamanın nereye kadar uzanacağıdır.

Türkiye’de hâlihazırda 65 milyon cep telefonu kullanıcısı, 40 milyon da internet kullanıcısı varken, yeni iletişim teknolojilerini çok iyi kullanabilen ve dijital yerli olarak ifade bulan genç kuşaklar yeni medya ortamında dolaşım halindeyken sorulması gereken sorulardan belki de en önemlileri şudur: Üretilen içeriğin üzerindeki dağıtım, paylaşım, çoğaltma gibi haklar sadece üretene mi ait olmalıdır yoksa üretilen içerik, üreticisinden bağımsız olarak paylaşım kültürünün içinde dolaşıma sokulabilir mi? Telif hakları nerede başlamalı ve nerede bitmeli, içeriğin paylaşımı ifade özgürlüğü bağlamında nerede başlamalı ve nereye kadar uzanmalıdır? Bu sorular telif hakları ve ifade özgürlüğü bir arada düşünülerek ve bu kavramların sınırları yeniden çizilerek cevaplanabilir. Bu iki kavram nasıl birlikte korunmalı öncelikle bunun yolları aranmalıdır.

İnternet düzenlenmesi zor bir alandır ve ifade özgürlüğüne değer veren bir ortamda getirilen sınırlamalar bazı kesimler tarafından hoş karşılanmamaktadır. Onlara göre internet ortamı ve özellikle yeni ve sosyal medya yani günümüzdeki yeni elektronik bilgi toplumu özgürlükçülüğü ve yaratıcılığı teşvik eden bir yapıda olmalıdır. Ancak tartışmalar göstermiştir ki gelişme ve yaratıcılık kadar sistemin sürdürülmesi ve hak ihlallerinin yaşanmaması için eser sahiplerinin entelektüel mülkiyetlerinin korunması büyük önem arz etmektedir.

Bilgi toplumunda bilginin üretimi ve yayımı, iletişim teknolojileri aracılığıyla saniyelerle sınırlı bir sürede gerçekleşmekte ve en önemlisi de üretim ile eş zamanlı olarak tüm dünyaya yayılabilmektedir. Bu nedenle fikri haklar bağlamında çeşitli hak ihlallerinin yaşanmaması, suçun önlenmesi ve anayasal hakların korunması adına bu alanda birtakım düzenlemelerin varlığı kaçınılmazdır. Fakat telif hakları, internet, yeni ve sosyal medya başlığı altında yapılan ve yapılacak olan çeşitli düzenlemeler kişilerin ifade özgürlüğünü de ihlal etmemeli, aynı zamanda üreticilerin hakları ile kullanıcıların haklarının dengelenmesi konusunda mutabakata varılmalıdır.

Kaynakça

- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-162.
- Aktaş, Z. (2005). Bilgi Toplumu ve Türkiye. Bilal Karabulut (ed). *Küreselleşme Ekseninde Türkiye İçin Stratejik Öngörüler*, Ankara: Barış Kitap.
- Avcı, A. (2013). İnternet Özgürlüğü ve Fikri Haklar. *Yeni Medya Çalışmaları: Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa I. Ulusal Kongresi Kitabı İçinde*. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2013.
- Avşar, Z. ve Öngören, G. (2010). *Bilişim Hukuku*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Başpınar, V. ve Kocabey, D. (2007). *İnternette Fikri Hakların Korunması*. Ankara: Yetkin Yayıncılık.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Mutlu Binark (der). *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu*. Mutlu Binark (der). *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Boldrın, M. ve Levine, D. K. (2011). *Entelektüel Tekele Karşı. Başak Bingöl (çev)*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Boztosun, A. (2007). Fikri Mülkiyet ve Küresel Rekabet. *REF Taslak Makale*, 8, 2-14.
- Çiçek, C. (2005). Küreselleşme Süreci ve Türkiye'ye Etkileri. Bilal Karabulut (ed). *Küreselleşme Ekseninde Türkiye İçin Stratejik Öngörüler*. Ankara: Barış Kitap, 2005.
- Dağtaş, E. ve Derelioğlu, G. (1999). Geleneksel Yayıncılığa Alternatif Bir Medya Modeli Olarak İnternet Yayıncılığının Konumu ve Önemi. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 2, 63-100.
- Dedeoğlu, G. (2006). *Bilişim Toplumu ve Etik Sorunlar*. İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Dolgun, U. (2008). *Şeffaf Hapishane Gözetim Toplumu: Küreselleşen Dünyada Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Erdoğan, İ (2013). *Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları*. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 254-272.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal Ağ Analizi*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Hazar, M. (2011). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması*. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-174.
- Kaya, M. "Sosyal Medya Paylaşımları Sebebiyle Hukuki Sorumluluğun Esasları", <http://www.ankara.diplo.de/contentblob/4057082/Daten/3714633/mehmetbediikaya.pdf>, (erişim tarihi: 28 Aralık 2016).
- Öz, Y. (2009). *Sosyal Medya: Değişen ve Dönüşen Medya Gerçeği*. *Toplumsal Dönüşüm ve Medya 5. İletişim Öğrenci Kongresi Bildiriler Kitabı İçinde*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Sağsan, M. (2002). *Sanal Âlemde Hak Arayışları: İnternet'te Telif Hakkı Sorununun Boyutlarına Kısa Bir Bakış*. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2, 117-123.

Arş. Gör. Burak MEDİN

Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim ve Sanat.

Yılmaz, A. (2007). Küreselleşme. Ankara: Minima Yayıncılık.

Yüksel, M. (2001). Küreselleşme Sürecinde Fikri Mülkiyet Hakları. Türkiye Barolar Birliği Dergisi, 2, 557-578.

Yüksel, M. (2008). Fikri Mülkiyet ve İletişim Yazıları. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kırkınıcı Yıl Kitaplığı.