

TÜRK HUKUKUNDA İNTERNET ALAN ADLARI (DOMAIN NAMES) VE BU ALANDAKİ SON GELİŞMELER

Seniha DAL*

Özet

İnternetin ticari hayatta kullanımının artması ile birlikte elektronik ticaretin en önemli aracı web siteleri ve bu sitelerin adresleri olan internet alan adlarının önemi de gün geçtikçe artmaktadır. Bu çalışmada, internet alan adının tanımı, yapısı, önemi ve hukuki niteliği belirtilerek internet alan adı ile marka, ticaret unvanı, işletme adı gibi tacirleri ticari hayatta tanıtmaya yarayan diğer ayırt edici işaretler arasında ortaya çıkacak hukuki uyumsuzlıklara uygulanacak hukuk kurallarına değinilecektir. Ayrıca, ülkemizde alan adlarına ilişkin ilk yasal düzenleme çalışması olan İnternet Alan Adları Yönetmeliği Taslağı'ndaki düzenlemelere yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: *İnternet, Alan adı, Alan Adı Uyumsuzlıkları, İnternet Alan Adları Yönetmeliği Taslağı.*

INTERNET DOMAIN NAMES IN TURKISH LAW AND RECENT DEVELOPMENTS IN THIS AREA

Abstract

With the increasing usage of Internet in the commercial life, websites and Internet domain names as the significant tools of e-commerce are increasing day by day. In this study, emphasising on the definition, structure, importance and legal status of the Internet domain name; rules of law which will be applied to legal disputes between Internet domain names and the marks which are identified the merchant in commercial life like brand, trademark, trade name and business/company title are discussed. Furthermore, in this study, the arrangements in the draft version of the Regulation on Internet Domain Names which is the first legal attempt in Turkey are also analysed.

Key Words: *Internet, Domain name, Internet domain names disputes, Draft Regulation On Internet Domain Names.*

* Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İİBF İngilizce İşletme Bölümü, senihadal@marmara.edu.tr

Giriş

Küreselleşen dünyada hizmet ve ürün satılabilmenin en kolay ve en maliyetsiz yolu internettir. İnternet üzerinden faaliyet gösteren ticari kuruluş sayısı arttıkça internet kullanılarak yapılan ticaret de gün geçtikçe artmaktadır. Ticaretin elektronik ortama taşınması, internetin öngörülemeyen bir hızla gelişmesi sonucu sanal ticaretin en önemli aracı web siteleri ve bu sitelerin adresleri olan internet alan adları da ayrı bir önem kazanmışlardır. Ticari hayatta tacirleri tanıtmaya yarayan marka, ticaret unvanı, işletme adı vb. gibi ayırt edici unsurların yanına internet ile birlikte “alan adı” unsuru da eklenmiştir. Bu durum beraberinde bir takım sorunları da doğurmuştur. Başlangıçta sadece bir adres niteliğinde olan alan adlarının daha sonra işletmelerin rekabet gücünü etkileyen bir unsur haline gelmesi, işletmeleri tanıtmaya yarayan ve hukuken korunan (marka, ticaret unvanı vb.) diğer ayırt edici ad ve işaretlerle çatışması bu alandaki sorunların başında gelmektedir. Özellikle, alan adlarının tekliği ve alan adlarının tescilinde “first come, first served (ilk gelen ilk alır)” kuralının geçerli olması ve aynı alan adından başka bir tane daha olmamasını dikkate aldığımızda sorun ayrı bir önem kazanmaktadır. İşte, internet alan adlarının arz ettiği bu önem sebebiyle alan adlarına ilişkin hem ulusal hem de uluslar arası düzeyde yapılan çalışmalar gün geçtikçe artmaktadır. Bu çalışmada da internet alan adlarının tanımı, yapısı ve hukuki niteliğine ilişkin temel bilgiler verilerek ülkemizdeki mevcut durum ile bu alanda yürütülen son çalışmalar ele alınacaktır.

1. Alan Adının Tanımı, Yapısı ve Önemi

1.1. Tanımı

Bilgisayarlar arasında kurulmuş bir iletişim ağı olan internete bağlandığınız anda bilgisayarınız internet ağında yalnızca kendisine özgü bir numara alır ve bu numara bilgisayarınızın IP (Internet Protocol) numarasıdır¹. Ne var ki, internet kullanıcıların bu numaraları akılda tutması pek de mümkün olmadığından numaralar yerine bu numaralarla örtüşen kısa akılda kalıcı isimler kullanılmaktadır. İşte bu isimlere alan adı (domain name) diyoruz. Bir diğer ifadeyle, internet ağında bir bilgisayar üzerindeki world wide web (www) sitesine ulaşmak için sayılardan oluşan IP numaraları kullanmak yerine o numaralarla örtüşen kolay akılda kalan “alan adı” kullanılmaktadır. Ulaşmak istediğiniz web sitesinin alan adını yazdığınız anda bilgisayar o alan adıyla örtüşen IP numaralarını bulup sizi istediğiniz siteye ulaştırmaktadır. Kısaca alan adını, web sayfalarını tanımlayan ve bu sayfalara ulaşmayı sağlayan, kısa ve kolayca akılda kalan kelimelerden oluşan elektronik adres olarak tanımlayabiliriz².

¹ Hasibe Işıklı, **İnternet Alan Adları Sistemi**, Ankara, DPT Yayınları, 2001, s. 10.

² Ünal Tekinalp, **Fikri Mülkiyet Hukuku**, 2. Bası, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2002, s. 23.; Tekin Memiş, “İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Türk Hukuku”, **İnternet ve Hukuk**, Bilişim Hukuku Üzerine Yazılar, Derleyen: Yeşim M. Atamer, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2004, s. 116; Füsün Nomer, “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. Dr. Hayri Domanic'e 80. Yaş Günü Armağanı**, Cilt I, İstanbul, Beta, 2001, s. 396.

Nitekim 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu'nun³ 3. maddesinin (v) bendinde internet alan adının tanımı "internet üzerinde bulunan bilgisayar veya internet sitelerinin adreslerini belirlemek için kullanılan internet protokol numarasını tanımlayan adlar" şeklinde yapılmıştır.

1.2. Yapısı

İnternet, bilgisayar üzerindeki adresleme problemlerine ilişkin sorunların önüne geçebilmek için, merkezi olarak bilgisayar isimlerinin kontrolü ve kaydı yerine, hiyerarşik ve merkeziyetçi olmayan bir adresleme sistemini kabul etti. Bu sistemde adresleme, en genelden özele doğru yapılmakta ve her adres seviyesinin kontrol ve yetkisi dağıtılarak merkeziyetçi olmayan bir adresleme sistemi getirilerek bu sisteme "Alan İsmiendirme Sistemi (Domain Name Sistem) ya da kısaca DNS adı verildi⁴. DNS sisteminde internet alan adları "birinci derece alan adları (Top Level Domain⁵)" ve "ikinci derece alan adları (Second Level Domain)" olmak üzere en az iki kısımdan oluşurlar. Örneğin, "www.wipo.int" alan isminde "int" birinci derece alan ismidir. "wipo" ikinci derece alan ismidir. Yani, "www"dan sonra gelen ve alan adının esas bölümünü teşkil eden bölüme ikinci derece alan adı, ondan sonra gelen bölüme de birinci derece alan adı denilmektedir. Bir diğer ifadeyle geçerli bir alan adından söz edebilmemiz için alan adı "www"den sonra nokta ile ayrılmış en az iki kısımdan oluşmalıdır. Birinci kısım sitenin adını (wipo) ikinci kısım ise alan adının niteliğini (int) göstermektedir. Alan adlarında önemli bir nokta da, ikinci derece alan adlarında aynı olan bir başka alan adının tescilinin mümkün olmamasıdır.

Birinci derece alan adları da jenerik birinci derece alan adları (generic top level domains) ve ülke kodu içeren birinci derece alan adları (country-code top level domains) olmak üzere kendi içinde sınıflanmaktadır. Jenerik birinci derece alan adları ülke kodu içermemekte yalnızca alan adının niteliğini göstermektedir. Örneğin, ".com" adlı alan adları ticaretle ilgili kuruluşları ifade eder iken ".edu" alan adları da eğitim kuruluşlarını ifade etmektedir⁶. Ülke kodunu içeren birinci derece alan adları ise ülke kodunu içerdiğinden alan adının ülkeye aidiyetini, internet adresinin hangi ülke çıkışlı olduğunu ifade eder. Örneğin, ".tr" (Türkiye), ".de" (Almanya), ".fr" (Fransa) gibi ülke ya da bölge kısaltmalarından oluşmaktadır⁷. Hali hazırda ülkemizde verilen örnekte olduğu gibi sadece ülke

³ 10.11.2008 tarih, 27050 sayılı mükerrer **T.C. Resmi Gazete**.

⁴ Kürşat ÇAĞILTAY, **İnternet**, 1. Basım, Ankara, ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim A.Ş. Yayınları, 1997, s. 215.

⁵ "Üst Alan Adı" olarak ifade edilen alan adları Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) gibi üst organizasyonlar tarafından belirlenir ve sınırlıdır. Bkz. Savaş Bozbel, **İnternet alan Adlarının (Domain Names) Korunmasında ICANN Tahkim Usulü**, 1. Baskı, Ankara, Seçkin Yayınları, 2006, s. 26.

⁶ Halen 20 adet birinci derece alan adları vardır. Bunlardan ".com", ".net", ".org" ve ".info" talep eden herkesin kullanımına açıktır. Ancak, ".int", ".edu", ".gov", ".mil", ".aero", ".biz", ".coop", ".name", ".pro" ve ".museum" belirli kriterleri sağlayan kurumlara tahsis edilmektedir. Daha fazla bilgi için bkz. <http://www.icann.org/tlds/>.

⁷ Alan adlarında kullanılmak üzere bütün ülke ve bölgelerin kısaltmalarının listesi bulunmaktadır. Alan adının ülkelere ya da bölgelere tahsis edildiğini gösteren kısaltmalar alan

kodundan oluşan düz alan adı altında tescil yapılmamaktadır. Ülkemizdeki mevcut uygulamada düz alan adı “.tr” yanında konularına göre “edu.tr”, “.com.tr” de olduğu gibi alt alan adları türleri mevcut olmalıdır. Bir diğer deyişle, ülkemizde “ikinci düzey alt alan adı modeli” kabul edilmiştir⁸. Verilen her iki örnekte “.tr” ibaresi ait olduğu ülkeyi, Türkiye’yi, gösterir. Bu tür alan adlarının tescili ise her ülkenin kendi yetkili kuruluşları tarafından yapılmaktadır.

1.3. Önemi

İnternet ile bağlantılı olarak gündeme gelen alan adları başlangıçta yalnızca internet adresi işlevini görmekte idi. İnternet alan adı sisteminin başlangıçtaki bu işlevi ticaretin küreselleşmesi ve sanal ortama taşınması sonucu ayrı bir önem arz eder hale gelmiştir. İnternet ortamında ticaretin hızla gelişmesi sonucu tacirler için alan adları neredeyse onların unvanı, markası vb. gibi ayırt edici bir niteliği bürünmüştür. Bugün internet alan adları tacirler için önemli düzeyde reklam ve pazar alanıdır⁹. Özellikle alan adlarının çok yüksek fiyatlarla satılmasını da göz önünde bulundurduğumuzda alan adları tacirler için çok önemli ölçüde gayri maddi değer ifade etmektedir¹⁰. Zira, tacirler sahip oldukları web sitelerinde sadece kendilerini tanıtmakla kalmamakta aynı zamanda satış işlemlerini de bu sitelerden gerçekleştirebilmektedir. Kısaca, internet ile birlikte alan adlarının kullanılmasının giderek yaygınlaşması özellikle ticari hayatta alan adlarının önemini arttırmıştır. Bu nedenle tacirler, alan adı satın alırken kendini ya da işletmesini tanıtmaya yarayan işaretlere (marka, işletme adı, ticaret unvanı) göre satın almak istemektedir. Ancak aynı marka, işletme adı vb. gibi ayırt edici işaretler ile farklı alanlarda faaliyet gösteren bir çok tacir bulunmaktadır. Bu tacirler bu markalarını alan adı olarak tescil ettirmek istedikleri zaman alan adının teklifi olgusu ile karşılaşır. Bu halde ilk başvuruyu yapan ve alan adını satın alan kişi o alan adı üzerinde tekel hakkına sahip olur. Çünkü aynı alan adından sadece bir tane satın alabilirsiniz. Bu yanıyla alan adı

adının en sonunda yer alır ve iki harften oluşur. Bu iki harf ülkelerin İngilizce karşılıklarının kısaltılmış halidir. Detaylı bilgi için bkz. Bozbel, **a.g.k.**, s. 27, dñn. 15.

⁸ Ülkemizde Alan Adı Yönetimi tarafından tahsisi yapılan “.tr” uzantılı ikinci düzey alan adlarına örnek olarak aşağıdaki alan adlarını verebiliriz.

-“.com.tr”, “.biz.tr”, “.info.tr” gerçek ve tüzel ticari kişiliklere,

-“.av.tr”, serbest avukatlar, hukuk büroları ve avukatlık ortaklıklarına,

-“.dr.tr”, tıp doktorları, doktor ortaklıkları, hastaneler ve Sağlık Bakanlığı birinci basamak sağlık kuruluşlarına,

-“.gov.tr” T.C. Devlet kurum ve kuruluşlarına,

-“.bel.tr” T.C. İl, ilçe ve belde belediye teşkilatlarına, tahsisi yapılmaktadır. Bkz., Bozbel, **a.g.k.**, s. 41-42.

⁹ Nomer, **a.g.m.**, s. 400.

¹⁰ Alan adlarının çok yüksek fiyatlarla satılması bu alanda önemli bir pazar olduğunu gösterir. XBiz kaynaklarına göre bu alandaki rekor, 2005 Ocak ayı içerisinde Escom LLC’ye 14 milyon dolara satılan “sex.com”dadır. Bundan başka, 1999 yılında “business.com” adresi, 7.5 milyon dolara satılmıştır. Bu sıralamayı “beer.com”, “diamond.com” ve “casino.com” takip etmektedir. Bkz. Emrah Yavuzcan, “İnternette Alan Adı Uzantıları”, **Bilişim ve Hukuk**, Ankara Barosu Bilgi İşlem Merkezi Yayınları, S. 2007/1, Ankara, 2007, s. 42.

kıt kaynaklara örnektir¹¹. Alan adının bu özelliği önemli bir sorun teşkil etmektedir. Tam da bu noktada alan adları özellikle tacirler için ayrı bir önem arz etmektedir.

Alan adının önemi tacirler için olduğu kadar internet kullanıcıları için de söz konusudur. Nasıl ki, tacirler web sitelerini daha çok reklam, pazarlama ve satış amaçlı olarak kullanıyorlar ise özellikle internet üzerinden alışveriş yapan tüketiciler de web sitelerini bu amaçla buluşmak için kullanmaktadır. Bu nitelikteki internet kullanıcıları nazarında marka sahibi ve alan adı ile ulaşılan sitenin sahibi aynı kişi, şirket ya da kuruluştur. Tüketicilerin bir ürünü tercih sebebinde markanın etkisini göz önünde bulundurduğumuzda alan adı ürünün markası ile özdeşleşmektedir¹². Görüldüğü üzere alan adı ticari hayatta hem adres sahibi açısından hem de bu adresi kullanan internet kullanıcıları açısından ayrı bir önem arz etmektedir.

2. Alan Adının Hukuki Niteliği ve Benzer Kavramlarla Karşılaştırılması

2.1. Hukuki Niteliği

İnternette web alanı bulunan kişiye ulaşmak isteyenler o web alanının adresine yani alan adına başvurmak zorundadır. Bu yanı ile internet alan adları, bir çeşit elektronik ikametgah ya da telefon numarası işlevini görür. Yani, internet alan adları kişileri, elektronik ortamda ulaşmak istediği web sitesine ulaştıran bir çeşit elektronik adres niteliğindedir. Her ne kadar alan adları temelde elektronik adres işlevi görse de bugün alan adlarını yalnızca bu işlevi ile değerlendirmek mümkün değildir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi de alan adlarının bugün geldiği noktadır. İnternet alan adları özellikle işletmeler için yalnızca bir elektronik adres işlevi görmekte bunun yanında marka, reklam, pazarlama vb. gibi işletmeler için çok önemli işlevler içermektedir. Özellikle ticari hayatta işletmeleri internet ortamında tanıtmaya yarayan ikincil düzeydeki alan adları başlangıçta sadece kişileri işletmelerle sanal ortamda buluşturma işlevi görür iken giderek büyüyen elektronik ticaretin varlığı sonucu tıpkı bir marka, ticaret unvanı, işletme adı vs. gibi işletmeleri tanıtmaya ve onları diğer işletmelerden ayırt etmeye yarayan bir araç niteliği kazanmıştır. İnternet alan adının bu niteliği kazanmasındaki etkenleri şöyle sıralayabiliriz; alan adları fikri mülkiyet hukuku koruması altında bulunan marka, coğrafi işaret vb. tanıtım araçları gibi işletmeler için gayri maddi malvarlığı niteliğinde değer kazanması¹³ ve alan adının işletmenin markası, ticaret unvanı vb. koruma altındaki bir işareten ya da bir parçasından oluşması halinin yasal

¹¹ 5809 sayılı Kanun m. 5’de bu durum açıkça ifade edilmiştir.

¹² Nomer, **a.g.m.**, s. 400.; Bozbel, **a.g.k.**, s. 23 vd.; Tekin Memiş, “İnternette Alan İsimleri Uyuşmazlıklarında Çözüm Arayışları ve WIPO Ara Raporu”, **Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni**, Yıl 19-20/Sayı 1-2/ 1999-2000, s. 515.

¹³ Nomer, **a.g.m.**, s. 401.; Tekinalp, **a.g.k.**, s. 23 vd.; TTK Tasarısı m. 127 uyarınca, tüm şirketler, ticari işletmeyi tanıtmaya yarayan adlar ve işaretlerin yanında elektronik ortamlar ve alanların esas sözleşmede sermaye olarak konulabileceğini düzenlemektedir. Düzenlemede açıkça internet alan adları denmemekle birlikte “elektronik ortamlar ve alanlar” terimi ile kastedilen bizce “internet alan adı”dır. Tasarı, söz konusu bu unsurların sermaye olarak konulabilmesini şarta bağlamıştır. Buna göre, bu adların haklı olarak kullanılıyor olması ve devredilebilir nitelikte olması gerekir.

düzenlemelerle koruma altına alınması¹⁴, alan adlarının tahsisine ve bu alanda meydana gelen uyuşmazlıkların çözümüne ilişkin hem ulusal hem de uluslar arası alanda kurumsal yapıların oluşturulmasını sayabiliriz¹⁵. Bu gelişmeler sonucunda bugün gelinen noktada alan adları tıpkı marka, ticaret unvanı, işletme adı vb. gibi işletmelerden bağımsız olarak işletmeleri tanıtmaya yarayan ayırt edici ad, işaret ve tanıtma aracı olarak hukuki niteliği kabul edilmektedir. Alan adının bu niteliği öğretide kabul edilmiştir¹⁶. Sonuç olarak, internet ile birlikte elektronik ticaretin gelişmesi özellikle elektronik ortamda ticaret yapan kuruluşlar açısından internet alan adları ayrı bir önem arz etmektedir. Bu nedenle alan adları da bir işletme için tıpkı marka, işletme adı vb. nitelikte ayırt edicilik niteliğine sahip olduğu çok açık olmakla birlikte bizce alan adının işletmeler için artan önemi ve elektronik ticaretin giderek büyüyen hacmi de göz önünü alındığında alan adları kendine özgü bir hak niteliği kazanmıştır¹⁷. İnternet alan adlarına ilişkin yapılan son yasal çalışmalar da bunu işaret etmektedir.

2.2. Benzer düzenlemelerle karşılaştırılması

İnternet ortamının yarattığı alan adlarının yanında fiziki ortamda da bir taciri diğer tacirlerden, bir ürünü benzerlerinden ayırt etmeye yarayan ayırt edici ad ve işaretler bulunmaktadır. Burada ticari hayatta internet alan adının en çok özdeşleştiği marka, ticaret unvanı, işletme adı gibi ayırt edici ad ve işaretler ele alınacaktır. İnternet alan adları da aşağıda ele aldığımız bu ayırt edici ad ve işaretler, üzerinde somutlaşan eşyadan soyut, bağımsız ve mutlak hak niteliğindedirler¹⁸.

2.2.1. Marka

Markaların bir ürünün menşeyini gösterme, kalitesini garanti etme vb. birden çok işlevi olmakla birlikte en önemli işlevi bir tacirin ürün ya da hizmetini benzer ürün ya da hizmetlerden ayırt etme işlevidir. Bir çok tacirde ticaret unvanından daha çok markaları ile tanınmaktadır. Bununla birlikte tüketicilerin ürün ve hizmet tercihlerinde marka çok belirleyici olmaktadır. Bu nedenlerden dolayıdır ki, markalar elektronik ortamda ürün ve hizmet tanıtımının ve pazarlamanın en etkili yoludur. Elektronik ticaretin gittikçe yaygınlaşmasından dolayı markalar internet ortamından yapılan ürün ve hizmet satışlarında ayrı bir önem arz eder. Tüm bu nedenlerden dolayı tacirler alan adlarını satın alırken ticaret unvanları yerine tüketicilerin aklında kalan markalarını alan adı olarak satın almak istemektedirler. Zira, markaların alan adı olarak kullanılması internet üzerinden ticari faaliyette bulunanlar için önemli bir kazanç kaynağıdır. Alan adı ile marka arasındaki bu yakın

¹⁴ 21.01.2009 tarihinde 5833 sayılı Kanun ile 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (MarkKHK)'de yapılan değişiklik ile marka tescilinden doğan hakların kapsamına, internet alan adı da eklenmiştir.

¹⁵ Tekinalp, **a.g.k.**, s. 23-26.

¹⁶ Nomer, **a.g.m.**, s. 401, dpn. 14-16. ; Tekinalp, **a.g.k.**, s. 23 vd.

¹⁷ Işıklı, **a.g.k.**, s. 44. Yazara göre, alan adları, marka gibi bilinen formdan farklı olan kendine özgü (sui generis) bir hak niteliğindedir.

¹⁸ Tekinalp, **a.g.k.**, s. 20-21.

ilişki, alan adlarının marka olarak tescilinin mümkün olması¹⁹ sonucu sanal ortamda alan adlarının marka niteliğine büründüğünü söyleyebiliriz²⁰. Fakat, alan adları teknik olarak internet ağına bağlı bir işlemciyi tanımlama fonksiyonu icra etmektedir. Her ne kadar markalar alan adı olarak tescil edilse de gerçekte alan adları bir mal ya da hizmeti nitelendiklerinden marka olarak kabul edilmeleri mümkün değildir.

2.2.2. Ticaret unvanı

Bir ticari işletmenin kimliğini gösteren ticaret unvanı Türk Ticaret kanunu (TTK) m. 41'de açıkça düzenlenmiştir. Buna göre, her tacir ticaret unvanı almak ve ticari işletmesi ile ilgili işlemlerinde de kullanmak zorundadır. Ayrıca ticaret unvanları tacirin gerçek kimliğini işaret etmek zorundadır. Halbuki, alan adının kullanılmasında tacirlere yönelik herhangi bir yasal düzenleme bulunmamaktadır²¹. Bundan başka ticaret unvanlarının koruma alanında bir sınır söz konusu iken internet alan adlarının korunmasında herhangi bir sınırlama söz konusu değildir. Esasen bir alan adının alınmasının alınması teknik olarak mümkün değildir. Ticaret unvanının en önemli hukuki yanı tacirin kimliğini belirlemesidir. Buna karşılık alan adlarının böyle bir niteliği bulunmadığı gibi tacirler alan adlarının seçiminde tamamen serbesttirler²². Ancak, tacirler piyasada tanınmışlığını ifade eden ticaret unvanlarını alan adı olarak tescil ettirmek istemektedirler ya da isteyeceklerdir. Aynı şekilde tacire ulaşmak isteyen internet kullanıcısı da o tacirin ticaret unvanı ile ona ulaşmak isteyecektir.

2.2.3. İşletme Adı

TTK m. 55 uyarınca, işletme adı işletme sahibini göstermeksizin bir işletmeyi benzerlerinden ayırt etmeye yarayan her türlü işaretlerdir. Ticaret unvanı, işletme sahibi gerçek ya da tüzel taciri diğerlerinden ayırdığı halde, işletme adı

¹⁹ Alan adlarının marka olarak tescil edilebilmesi için alan adının marka niteliğine sahip olması gerekmektedir. Her alan adı marka olarak tescil edilemez. Marka olarak tescil edilecek alan adının aşağıdaki unsurları içermemesi gerekir. Ayırt edicilik niteliği olmayan, tescilli markalarla aynı ya da benzer olan, tanımlayıcı nitelikte olan ve cins, çeşit, vasıf, kalite, coğrafi kaynak bildiren, ilgili sektörde herkes tarafından kullanılan alan adları marka olarak tescil edilemez. Bkz. 556 sayılı MarkKHK m.7.

²⁰ İnternet alan adları, özellik ve nitelik olarak marka değil ise de eğer alan adı işletmenin markasından oluşuyorsa bu halde marka gibi algılanmaktadır. Bkz. Işıklı, **a.g.k.**, s. 45

²¹ Yürürlükte ki TTK'da böyle bir düzenleme bulunmamakla birlikte TTK Tasarısı m. 1524 her sermaye şirketini bir internet sitesi açmaya zorunlu kılmıştır. Bu hüküm uyarınca, her tacir değil yalnızca sermaye şirketi niteliğindeki tüzel kişi tacirler web sitesi açmak dolayısıyla alan adı almak zorunda kalacaklardır. Tasarı, alan adının seçimine ilişkin herhangi bir sınırlama getirmemiştir. Bir diğer ifade ile tacirler alan adlarının seçiminde serbesttirler. Buradaki zorunluluk web sitesinin varlığına yöneliktir. Tasarının bu zorunluluğu getirmesinin altında yatan neden tanıtım ve pazarlama amacından daha çok pay sahiplerinin bilgi alma hakkına yöneliktir. Bozbel, **a.g.k.**, s. 22, dph. 4.

²² Tacirlerin ticaret unvanlarının tescilinde önemli nokta dürüstlük kuralıdır. TTK dürüstlük kuralı Medeni Kanun m. 2'yi kastetmektedir. Ticaret unvanı 3. kişileri yanıltacak, aldatacak herhangi bir kelime kullanmamalıdır. Genel nitelikte olan bu hükmün internet alan adları içinde uygulanabileceği kanaatindeyiz.

doğrudan doğruya bir işletmeyi diğerlerinden ayırmaktadır. Ticaret unvanının kullanılması zorunlu olduğu halde TTK hükümlerine göre işletme adının kullanılmasında alan adlarında olduğu gibi herhangi bir zorunluluk yoktur. Ancak bir tacir işletme adı kullanarak işletmesini diğer işletmelerden ayırt etmiş olur. Aynı etki elektronik ortamda da söz konusu olabilmektedir. Örneğin, sanal ortamda ürün satışı yapan ve “.gittigidiyor.com”, “.hepsiburada.com” alan adları adı altında faaliyet gösteren bu sanal alışveriş sitelerinin tüketiciler için benzerlerinden ayırt edici bir nitelik kazandıkları da gerçektir. Bu yönüyle de bu alan adlarının tıpkı bir işletmeyi benzerlerinden ayırt eden bir işletme adı niteliğine büründüğünü söyleyebiliriz²³. Ticaret unvanının korunmasına ilişkin yukarıda belirttiğimiz bilgiler işletme adı içinde geçerlidir. Alan adının korunma alanı ile ticaret unvanının korunma alanı arasındaki farklılık işletme adı ile alan adı arasında da söz konusudur.

3. Alan Adlarının Tescili ve Yönetim Sistemi

Alan adlarının tescili ve yönetimi alan adlarının niteliğine göre değişiklik göstermektedir. Ülke kodu içermeyen bir alan adını tescil ettirmek isteyen kişiye alan adı tescil başvurusu anında herhangi bir belge sorulmamaktadır. Yani, bir kontrol mekanizması bu nitelikteki alan adlarının tescilinde söz konusu değildir. Bu tür alan adlarının tescilinde kural olarak “first come, first served (ilk gelen ilk alır)” prensibi uygulanmaktadır. Bu halde daha önce tescil edilmiş alan adları dışındaki istediğiniz alan adlarını satın alabilirsiniz²⁴. Alan adlarının ülke kodu içermemesinin bir diğer sonucu da bu tür alan adlarının korunması ulusal sınırlar içinde değil uluslar arası niteliktedir. Belirtmek gerekir ki, internetin anavatanı Amerika Birleşik Devletleri (ABD) dir ve ABD, alan adlarının sonunda bulunan ülke kısaltmaları yönünden diğer ülkelerden ayrılır. Zira ABD’den çıkış yapan adreslerde kural olarak ülke kodu aranmaz²⁵. Ülke kodu içermeyen birinci derece alan adlarının hukuki yapısı ve tescil şartları doğrudan ICANN tarafından belirlenmektedir²⁶.

Ülke kodlu birinci derece alan adlarının yönetimini ICANN belirli kurallar çerçevesinde her ülkede bir kuruluşa devretmiştir. Ülkemizde de bu konuda yetkili kuruluş Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) idi. 5809 sayılı Kanun yürürlüğe girmeden önce ülkemizde “.tr” uzantılı alan adlarının tahsis işlemlerinde yetkili kuruluş ODTÜ’dür. ODTÜ’nün bu yetkisi Taslak Yönetmeliğin geçici 2. maddesinde belirtildiği gibi geçiş sürecinde de devam edecektir. ODTÜ 1992 yılında InterNIC’e kayıt olmuş ve bu tarihten itibaren “.tr” uzantılı alan adlarının yönetimi ve koordinasyonundan sorumlu olmuştur²⁷. Alan adlarının kullanımının hızla yaygınlaşması beraberinde bir takım sorunları da getirmiştir. Meydana gelen bu

²³ Ancak alan adı ürünlerin sunulduğu aktif bir web sitesinde kullanılmamakta ise, alan adı işletme niteliğini kazanamayacaktır. Bkz. Doğan Çoşgun, “İnternette Alan Adları ve Haksız Alan Adı Tescillerine Karşı Hukuksal Başvuru Yolları”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul, 2003, s. 14.

²⁴ Nomer, **a.g.m.**, s. 399.

²⁵ Hasan Sınar, **İnternet ve Ceza Hukuku**, 1. Bası, İstanbul, Beta Yayınları, 2001, s. 28.

²⁶ Çoşgun, **a.g.t.**, s. 6.

²⁷ Işıklı, **a.g.k.**, s. 58-59.

sorunların çözülmesi amacıyla 1998 yılında Ulaştırma Bakanlığı tarafından kurulan “İnternet Kurulu” ve 2000 yılında 11 kuruluş temsilcisinden oluşan “DNS Çalışma Grubu” yetkilendirilmiştir. İnternet Kurulu’nun ana işlevi Ulaştırma Bakanlığı’na danışmanlık olmakla birlikte internet ile ilgili kısa, orta ve uzun vadeli hedefleri belirlemek ve bu alanda kararların alınması ve uygulanmasında danışmanlık görevi için oluşturulmuştur²⁸. Alan adlarına ilişkin politikalar ve tüm yetkiler DNS Çalışma Grubu tarafından kullanılmaktadır. Bu iki organizasyonun çalışmaları sonucu “.tr” alan adlarının tahsisine ilişkin kurallar belirlenmiştir²⁹. Bu kurallar göre, ODTÜ’nün alan adı tahsis işlemlerini yaparken izlediği yol belgeli alan adı tahsis yöntemidir. Belgeli yönetim ile kastedilen alan adı talebinde bulunan kişinin bu alan adı üzerinde hak sahibi olduğunu gösteren marka, ticaret unvanı vb. belgelere sahip olması aranmaktadır. Yani bizim ülkemizdeki uygulamada alan adı tahsisinde ilk gelen alır kuralı geçerli değildir. Alan adı için başvuru bu kuruma yapılır ve kurumun öngördüğü kurallar çerçevesinde istenilen alan adı seçilebilmektedir. Buna göre, alan adının tescili talebinde bulunan başvuru sahibi tescil edilecek alan adı üzerinde hak sahipliğini ispatlamalıdır³⁰. Bu uygulamanın hem olumlu hem de olumsuz yanları söz konusu olmuştur. Olumlu yanı haksız alan adı tahsisinin önüne geçilmiş ve bu alanda uyuşmazlıkların doğmasına engel olunmuştur. Olumsuz yanı ise “.tr” uzantılı alan adında uygulanan sıkı politikalar sonucu “.tr” uzantılı alan adlarından kaçış başlamış ve bunun yerine tescil için yurt dışına başvurulmuş bunun sonucunda da ülke ekonomisi ciddi bir maddi kayba uğradığı gibi ortaya çıkan marka, ticaret-unvanı, kişi adı vb. alanda uyuşmazlıkların çözümü daha da güçleşmiştir³¹.

²⁸ Sınar, **a.g.k.**, s. 114 vd.

²⁹ ODTÜ bu kuralları, “.tr Altında Yer Alan İnternet Alan Adlarının Belirlenmesinde İzlenen Politikalar, Yöntemler ve Kurallar” adı altında düzenlemiştir. Bu düzenleme uyarınca, “.tr” uzantılı alan adı talebinde bulunan bir gerçek ya da tüzel kişi tescil ettirmek istediği alan adına ilişkin aşağıdaki şartları taşımalıdır; -Alan adı taleplerinin talepte bulunan kişi ve kuruluşların faaliyet alanı dahilindeki alt alanlara ait olması (.com, .edu vb.). – Talep edilen alan adı’nın talebi yapan kişi ve/veya kuruluşun ismi ve/veya tescilli markası ile ilişkili olması ve bu ilişkiyi belgeleyebilmesi, -.com.tr ikinci seviye alt alan adı için Sanayi ve Ticaret bakanlığı tarafından verilen Ticari Sicil Belgesi ve/veya Türk Patent Enstitüsü tarafından verilen Marka Tescil Belgesi’nin bulunması, - Talep edilen alan adı’nın jenerik olarak tanımlanan domain name’lerden olmaması, yani herhangi bir sektörü ya da bir sektörün bir kısmını tanımlayan ve başvuru sahibine doğrudan veya dolaylı haksız kazanç veya öncelik sağlayacak bir alan adı olmamasıdır. Bkz. Nomer, **a.g.m.**, s. 401.

³⁰ “Kısıtlayıcı Tahsis Modeli” olarak ifade edilen bu sisteminde kendi içinde değişik modeller bulunmaktadır. Detaylı bilgi için bkz. Savaş Bozbel, “İnternet Alan Adı (Domain Name) Müracaat ve Tescil Uygulamaları –Dünyadaki Uygulamalar Işığında Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi”, **E-akademi Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Aylık İnternet Dergisi**, Şubat 2004, s. 36; Tekin Memiş, “Fikri ve Sinai Hukukun Koruma Alanının Genişlemesi ve Ülke Hukuk Politikası Açısından Değerlendirmeler”, **Kafkas Üniversitesi, Özel Hukuk Uluslar arası Sempozyum-Tebliğler**, Bakü, 29-30 Eylül 2005, s. 265 vd.

³¹ Işıklı, **a.g.k.**, s. 63.; Bozbel, **İnternet...a.g.m.**, s. 51 vd.; Ali Osman Özdilek, **İnternet ve Hukuk**, 1. Basım, İstanbul, Papatya Yayıncılık, 2002, s. 129 vd.; Memiş, “**Fikri ... a.g.m.**, s. 266.

4. Alan Adıyla İlgili Uyuşmazlıklar ve Başvurulacak Hukuki Yollar

İnternet alan adlarının teklifi ve “.tr” uzantılı olmayan alan adlarının tescilinde “ilk gelen, ilk alır” kuralının geçerli olması ve aynı alan adından başka bir tane daha olmaması beraberinde bir takım sorunları da getirmektedir. Burada önemli sorunlardan bir tanesi başka bir tacirin markası, ticaret unvanı, işletme adı vb. ayırt edici isimlerin aynısının ya da ayırt edilemeyecek kadar benzerlerinin başka bir kişi tarafından “alan adı” olarak tescil edilmesidir. Alan adlarının kullanımında meydana gelecek uyuşmazlıklarda başvurulacak çözüm yolları alan adının niteliğine göre değişmektedir. Eğer alan adınız birinci derece alan adı ise yani “.tr” uzantılı değil ise yani ülke kodu içermiyor ise bu halde başvurulacak çözüm yolu ICANN Tahkim Usulü³² olabileceği gibi yargı yoluna da başvurulabilir. Yargı yoluna başvurulması halinde alan adının uluslararası nitelik taşımasından dolayı uygulanacak hukukun tespiti Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun (MÖHUK) hükümlerine göre tespit edilecektir³³. “.tr” alan adlarında meydana gelen uyuşmazlıklar DNS Çalışma Grubu tarafından yürütülmekle birlikte çözüme ulaşılamaması halinde sorun yetkili ulusal mahkemelerce çözülecektir. Çalışmamızın bu bölümünde alan adı ile ilgili uyuşmazlıklara örnek verilerek başvurulacak hukuki yollara işaret edilecektir. Alan adının korunmasına yönelik başvurulacak hukuki yollar her ülkenin hukuk sistemine göre değişiklik göstermektedir. Ülkemizde alan adının koruyan özel bir hukuki düzenleme bulunmamaktadır. Alan adının korunmasında genel kanunlardan özellikle TTK'nın haksız rekabet hükümlerinden yararlanılmaktadır.

-Alan adının sadece internet adresi işlevine sahip bulunması ve korunan bir ismi ihlal etmesi; bu halde yalnızca internet adresi niteliği taşıyan alan adının bir başkasının korunan adı ile çatışması halinde başvurulacak hukuki yol alan adının haklı ya da haksız kullanılmasına göre değişecektir. Alan adının haklı kullanımı söz konusu ise burada başvurulacak bir hukuki yol yoktur. Burada “ilk gelen, ilk alır” prensibi uyarınca alan adını haklı olarak tescil ettiren kişi o alan adı üzerinde tekel yetkisine sahip olacaktır. Eğer alan adı haksız olarak bir başkası tarafından tescil edilmiş ise bu halde Borçlar Kanunu m. 48'deki haksız rekabet hükmü ile birlikte TTK m. 56 ve devamında düzenlenen haksız rekabet hükümlerinden yararlanabiliriz. Esasen internet alan adının hak sahibi olmayan bir kişi tarafından dürüstlük kurallarına aykırı bir şekilde haksız olarak tescil edilmesi TTK'da düzenlenen haksız rekabet hükümlerinin amacı dikkate alındığında, haksız rekabet eyleminin internet ortamında ya da fiziki ortamda gerçekleştirilmesi arasında ilkesel bir farklılık bulunmayacağından TTK m. 56 vd. hükümlerinin bu halde de uygulanacağı hem öğretilerde hem de uygulamada kabul edilmektedir³⁴. Bundan başka tescil edilen alan adının aynı zamanda bir kişi adı olması halinde kişilik haklarını düzenleyen Medeni Kanun (MK) m. 23 ve devamında yer alan kişiliğin korunmasına ilişkin

³² Bu konuda diğer uyuşmazlık çözüm yolları için bkz. Ali Özdişlek, “Alan Adlarında Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmaları; Örnekler ve Türkiye”, **Bilişim ve Hukuk Dergisi**, Ankara Barosu Bilgi İşlem Merkezi Yayınları, Ankara 2008/3 (8. sayı), s. 6 vd.

³³ Alan adları açısından uygulanması gereken MÖHUK hükmü haksız fiilleri düzenleyen 25. Maddedir. Detaylı bilgi için bkz. Özdişlek, **Alan...a.g.m.**, s. 141 vd.

³⁴ Tekinalp, **a.g.k.**, s. 23 vd.

hükümlerine de başvurulabilecektir. MK m. 25’de düzenlenen isim kavramı yalnızca gerçek kişi adlarını değil aynı zamanda tüzel kişi adlarını da içine alan bir şekilde geniş olarak yorumlanmaktadır. Yani, tüzel kişi tacirler hem TTK hükümlerinden hem de MK hükümlerinden yararlanabilirler³⁵. Her iki kanun hükümlerine göre ihlalde kusur olması halinde hem maddi hem de manevi tazminat talep edilebilecektir.

-Sadece adres işlevine sahip alan adının bir başkasının hukuki korumaya sahip markasını, ticari unvanını, işletme adını vb. ihlal etmesi; sadece adres olan bir alan adı, başkasının alan adı olmayan ve korunan bir işaretle çatırsa, bu işaret kendi hukukuna göre korunur. Şöyle ki, alan adının alınmasından önce tescil edilmiş bir marka, ticaret unvanı, işletme adı, vs. adres niteliğindeki alan adının sahibine karşı, ihlalin niteliğine göre, TTK’nın ve MarkKHK’nın ilgili hükümleri uyarınca korunur. Buna göre;

Alan adı ile marka arasındaki uyumsuzluklar; alan adına ait uyumsuzluklar ağırlıklı olarak marka ihtilaflarından ortaya çıkmaktadır. Zira, işletmelerin alan adı seçimindeki ilk tercihleri markalar olduğu gibi internet kullanıcıları bakımından da alan adları genellikle markalar ile özdeşdir. Alan adı ile marka uyumsuzluklarında kullanılan bir alan adının aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar bir benzeri başka kişilerce Türk Patent Enstitüsü (TPE)’nde farklı mal/hizmet gruplarında marka olarak tescil edilmiş olabileceği gibi aynı marka başka kişilerce farklı ülkelerde marka olarak tescil edilmiş olabilir. Özellikle ikinci durumda markaların tescilinde geçerli olan “ülkesellik prensibi” buna karşılık alan adlarının tescilinde geçerli olan “alan adının tekliği prensibi” bu sonucu doğurmaktadır. Bu durum uluslar arası alanda da üzerinde önemle durulan ve çözüm aranan sorunlardan bir tanesidir³⁶. Bu halde uyumsuzluk tarafları ICANN tahkim usulüne başvurabilecekleri gibi WIPO (World Intellectual Property Organization) tahkim yöntemine de başvurabilirler. Bununla birlikte MÖHUK kurallarına göre de mahkemelere başvurabilirler. Birinci uyumsuzluk halinde ise, uyumsuzluk konusu marka TPE’ye tescil edilmiş bir marka olduğundan bu halde marka sahibi, 556 sayılı MarkKHK’nın 9. ve 61. maddelerinden yararlanabileceğimiz gibi TTK’nın haksız rekabet hükümlerinden de yararlanabiliriz. Bu düzenlemelerden markanın tescilli olması halinde yararlanabiliriz. Eğer TPE’de tescil edilmeyen bir marka söz konusu ise bu halde öncelikle haksız rekabet hükümlerine başvurmak gerekecektir. Bununla birlikte 556 sayılı MarkKHK m. 8’deki düzenlemeden de yararlanmak mümkün olacaktır.

³⁵ Mustafa Fadıl Yıldırım, “Kişi İsimlerinin İnternet Alan İsmi Olarak Tescili Karşısında İsim Üzerindeki Hakkın Korunması”, **Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni**, Yıl 19-20/Sayı 1-2/ 1999-2000, s. 1012.

³⁶ Bu konuya ilişkin değişik çözüm yöntemleri ileri sürülmektedir. Bunlardan bir tanesi de, alan adlarının tescilinde “ön inceleme” sisteminin getirilmesidir. Bu sistemde, alan adı henüz tahsis edilmeden önce, tescil edilmiş markalar ile karşılaştırılması yapılarak çıkması muhtemel bir ihtilafın önüne geçilmesi mümkün olacaktır. Detaylı bilgi için bkz. Mustafa Alkan, Cafer Canbay, “Çok Dilli Alan Adları ve Çözüm Önerileri”,

[www.tk.gov.tr/Etkinlikler/Ulusal Etkinlikler/.../int-alan-adlari-bildirim.doc](http://www.tk.gov.tr/Etkinlikler/Ulusal_Etkinlikler/.../int-alan-adlari-bildirim.doc), (10.03.2010)

İnternet alan adları ve markalar ile ilgili meydana gelen uyuşmazlıkların en önemli nedeni sistem farklılığıdır. Özellikle ikinci derece alan isimlerinde markaların kullanılması, bu konuda önemli uyuşmazlıkların doğmasına sebep olmaktadır. İnternet alan adlarının tescilinde geçerli olan “alan adının tekliği prensibi”ne karşılık markaların tescilinde geçerli olan “ülkesellik prensibi” sorunun en temel nedeni olmakla birlikte mevcut sistemde markaların tescili sırasında, alan adı kayıtları ya da alan adı kayıtlarının tescili sırasında markalara yönelik kayıtları dikkate alan bir “ön inceleme sistemi” olmadığından uyuşmazlık tescilden sonra ortaya çıkmaktadır. Bu halde de uyuşmazlık mevcut yasal hükümlere göre çözülmektedir. Sonuç olarak, marka ile alan adı sistemlerinin farklı olması ve alan adları için etkili bir koruma sağlayacak uluslararası alanda etkin bir sistemin bulunmaması meydana gelen uyuşmazlıkların en temel kaynağıdır diyebiliriz.

Alan adı ile ticaret unvanı arasındaki uyuşmazlıklar; tescil edilen alan adı, bir tacirin korunan ticaret unvanı ile çatışıyorsa bu halde başvurulacak hukuki yol TTK m. 52 vd. hükümleri olacaktır. Anılan hüküm uyarınca, ticaret unvanını kullanma yetkisi münhasıran tescil sahibine aittir ve tescil sahibi unvan üzerinde tekel hakkına sahiptir. TTK m. 54 uyarınca, unvan sahibi haksız kullanılan ticaret unvanını silinmesini talep edebileceğinden kanaatimizce alan adının terkinini de talep edebilecektir.

Alan adı ile işletme adı arasındaki uyuşmazlıklar; tescil edilen işletme adı ticaret unvanı hükümleri uyarınca korunur. Fakat, işletme adı tescil edilsin ya da edilmesin her halükarda TTK'nın haksız rekabet hükümlerine göre korunur. Bu nedenle yukarıda ticaret unvanı ile ilgili söylediğimiz hükümler işletme adı içinde geçerlidir.

Yukarıda açıklamaya çalıştığımız tüm bu uyuşmazlık halleri alan adının haksız olarak tescili halinde mümkündür. Ancak, bazen alan adları bir başkasının korunan markası ile aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzeri olabilir. Fakat alan adının kullanımı haksız olmayabilir. Bu halde hakların yarışması söz konusu olacaktır ve her somut olaya göre ilgili kanun hükümleri uyarınca çözüm aranacağı kanaatindeyiz. Aynı şekilde “.tr” uzantılı olmayan ikinci derece bir alan adı haklı olarak bir kişi tarafından kullanılıyor iken aynı alan adının “.tr” uzantısı yine haklı olarak bir başka kişi tarafından kullanılıyor olabilir. Bu halde alan adının tekliği ve ilk gelen ilk alır prensipleri dikkate alınarak uyuşmazlık genel hükümlere göre çözülmesi gerekecektir.

-Kullanma sonucu ayırt edici nitelik kazanan alan adının ihlal edilmesi hali; internet ortamında kullanılan bir alan adının bu kullanma sonucu oluşan ayırt edici niteliğinin başka kişilerce haksız olarak alan adı, marka vb. şekillerde kullanılması halinde en iyi koruma alan adının marka olarak tescili ile mümkün olacaktır. Şöyle ki, alan adı kullanıma sonucu ayırt edici nitelik kazanmışsa alan adı sahibi bunu 556 sayılı MarkKHK m. 7/2' ye tescil ettirerek alan adı üzerinde koruma sağlayabilecektir. İstisnai bir düzenleme olan söz konusu hüküm, ayırt edicilik niteliği kazanan ad ve işaretlerin tescil tarihinden önce kullanılmış olması halinde marka olarak tescil edilebilmesine izin vermektedir³⁷. Bu halde de alan adının

³⁷ Tekinalp, a.g.k., s. 27.

haksız kullanımı söz konusu ise TTK m. 57/5'in uygulanmasının mümkün olacağı kanaatindeyiz.

Sonuç olarak, temelde üç başlık altında topladığımız bu olasılıkları arttırmak mümkün olmakla birlikte özünde alan adı ile ilgili ülkemizde meydana gelen uyuşmazlıklarda başvurulacak bir “uyuşmazlık çözüm mekanizması” bulunmadığı gibi başvurulacak halihazırda yürürlükte özel bir yasal düzenleme de bulunmamaktadır. Bu nedenle alan adına ilişkin ortaya çıkacak uyuşmazlıklarda uygulanacak hukuk için uyuşmazlık konusuna göre MK, BK ve TTK gibi genel hükümlere başvurulacağı gibi uyuşmazlık konusunun TPE'ye tescil edilmiş bir markadan doğması sonucu 556 sayılı MarkKHK gibi özel hükümlere de başvurulmaktadır.

5. Ülkemizde Alan Adlarına İlişkin Son Gelişmeler

Ülkemizde “.tr” uzantılı alan isimlerini tahsis ve kontrol yetkisi 1993 yılından itibaren ODTÜ tarafından gerçekleştirilmekte idi. 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanununun yürürlüğe girmesi ile bu durum değişikliğe uğramıştır. 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanununun 5. maddesinin 1. fıkrasının a bendi uyarınca, internet alan adlarını da içine alan elektronik haberleşme hizmetlerine ilişkin strateji ve politikaları belirlemek Ulaştırma Bakanlığı'nın yetkisindedir. Yine, anılan kanunun 35. maddesinde açıkça internet alan adlarının tahsisini yapacak kurum veya kuruluşun tespiti ile alan adı yönetimine ilişkin usul ve esaslar da Ulaştırma Bakanlığı tarafından belirleneceği ifade edilmektedir. Ulaştırma Bakanlığı bu yetkisini kullanarak 3.3.2009 tarihli ve 321 sayılı yazısı ile “İnternet Alan Adları” tahsisine ilişkin iş ve işlemlerin yürütülmesi görevini adı geçen bakanlığa bağlı “Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK)”na tevdi etmiştir³⁸. BTK bu alanda düzenleyici ve denetleyici görevi üstlenmektedir. Kurum, “.tr” uzantılı internet alan adlarına ilişkin danışma görevini İnternet Alan Adları Ulusal Koordinasyon Kurulu (UKK)'na (“.tr” UKK) devretmiştir. Tüm bu gelişmeler sonucu, “İnternet Alan Adları Yönetmeliği Taslağı” hazırlanarak kamuoyu ile paylaşılmıştır³⁹. Söz konusu Yönetmelik Taslağı internet alan adlarına ilişkin yapılan ilk hukuki çalışmadır. Çalışmamızın bundan önceki bölümünde de belirttiğimiz gibi ülkemizde alan adlarının korunmasına ilişkin özel bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. Halihazırda alan adları ile ilgili uyuşmazlıkların çözümünde genel hükümlerden yararlanılmaktadır. Söz konusu Taslak Yönetmelik ile ilk kez internet alan adlarına ilişkin özel bir hukuki çalışma yapılmıştır. Ülkemizde “.tr” uzantılı internet alan adları sistemi yeniden yapılandırılarak “.tr” uzantılı internet alan adları ile ilgili yapı, kurallar, işleyiş ile tarafların hak ve yükümlülükleri düzenlenerek alan adlarının tesciline ilişkin temel ilkeler getirilmiştir. Diyebiliriz ki, Taslak halinde olan bu Yönetmelik yürürlüğe girdikten sonra “.tr” uzantılı alan adlarının tescilinde yeni bir dönem başlatılacaktır. Çalışmamızın bundan sonraki bölümünde anılan Taslak Yönetmelikteki önemli düzenlemelere yer verilecektir.

³⁸ 02.03.2009 tarihli ve 305 sayılı Bakanlık Makam Onayı.

³⁹ Hazırlanan Yönetmelik Taslağı, 24 Eylül 2009 tarihinde kamuoyu görüşüne açılmıştır.

6. İnternet Alan Adları Yönetmelik Taslağı

6.1. Kapsamı

Taslak Yönetmelik yalnızca “.tr” uzantılı alan adlarına ilişkin düzenlemeler içermektedir. “.tr” dışındaki alan adları mevcut düzenlemelere tabidir. Bir diğer ifadeyle, “.com” vb. şekilde “.tr” uzantısı taşımayan alan adları yönetmeliğin kapsamı dışındadır.

6.2. Alan Adlarının Yapısı ve Tahsisi

Alan adlarının yapısında önemli değişiklik yapılmıştır. Anılan yönetmeliğin 6 ncı maddesi uyarınca, “.tr” uzantılı alan adlarının yapısı “a⁴⁰.b⁴¹.tr” ve “a.tr” olmak üzere iki şekilde olacaktır. Hali hazırda “.tr” uzantılı alan adları kullanılmamaktadır. Taslak Yönetmelikte “.tr” uzantılı alt alan adlarının kullanımına izin veren bir düzenleme getirilmiştir. Bu düzenleme ile ülkemizde ilk kez “.tr” alan adlarının kullanılmasına izin verilecektir. Daha önce de belirttiğimiz gibi hali hazırda sadece ülke kodundan oluşan düz alan adı altında tescil yapılmamaktadır. “.tr” uzantılı alan adları ile yeni bir rekabet pazarı yaratılacaktır. Alan adı yapısında önemli olan kişilerin serbestçe belirlediği “.a” olarak ifade edilen ikinci derece alan adıdır. Zira ikinci derece alan adlarında aynı olan başka bir alan adı tescil edilemez. Taslak yönetmeliğin 7 inci maddesi ikinci derece alan adlarının nasıl olması gerektiğini düzenlemiştir. Buna göre, geçerli bir alan adı tescil başvurusunun söz konusu olabilmesi için alan adının “.a” kısmının;

- Yalnız harfler (a-z), rakamlar (0-9) ve tire (-) işaretinden oluşması,
- En az iki (2), en fazla altmış üç (63) karakter boyunda olması,
- Tire (-) işareti ile başlamaması ve/veya bitmemesi,
- Yalnızca üçüncü (3.) ve dördüncü (4.) karakterlerin birlikte tire (-) olmaması,
- Tescil edilecek alan adının başkasına tahsisli olmaması,
- Tescil edilecek alan adının rezerve adlar listesinde yer almaması,

gerekmektedir. Bu kriterleri karşılamayan alan adları için başvurusunda bulunulamaz. Mevcut uygulamadan farklı olarak alan adının tahsisinde “ilk gelen ilk alır” prensibi benimsenmiştir. Başvurunun ilk olup olmadığının tespitinde, alan adı başvurusunun merkezi kayıt kuruluşuna yapıldığı zaman esas alınır. Alan adı bir defada en fazla üç yıl için tahsis edilir. Alan adı üzerinde hak sahipliğini korumak isteyen gerçek ya da tüzel kişi, sürenin bitmesine üç aylık zaman zarfında alan adını yenileme talebinde bulunur. Bu talep üzerine kayıt kurumunun merkezi kayıt kuruluşu nezdinde gerekli işlemler tamamlandıktan ve yenileme ücreti ödendikten sonra en çok 3 yıl için yenilenir. Bu düzenleme ile alan adlarının tahsisinde yeni bir dönem başlayacaktır. İlk gelen ilk alır prensibi sonucunda belgesiz tahsis dönemi

⁴⁰ “.a” harfi kişilerin serbestçe belirlediği alanı ifade etmektedir. Örneğin, “kişininadisoyadı.tr”.

⁴¹ “.b” harfi “.tr” uzantılı internet alan adları altında “.com”, “.net”, “.edu”, “.gov” vb. şeklindeki alt alanlarını ifade etmektedir.

başlayacaktır. Fakat belgesiz tahsis sistemi “.tr” alan adlarında uygulanmayacaktır. Bu nitelikteki alan adlarına başvuru sırasında belgeli tahsis söz konusu olacaktır. “a.tr” yapısındaki alan adlarının ilk tahsisi merkezi kayıt kuruluşunun faaliyete geçmesinden sonraki iki ay içinde başvurular yapılır. Başvuruda bulunan gerçek ve tüzel kişiler talep ettikleri alan adının kendilerine tahsis edilmesi için destekleyici bilgi ve belgeleri bu süre içinde merkezi kayıt kuruluşuna ulaştırmakla yükümlüdürler.

Merkezi kayıt kuruluşu, iki aylık sürenin bitiminden sonraki iki ay içinde ön başvuruları inceleyerek, “ilk gelen ilk alır” kuralı uyarınca alan adını ilk başvuran hak sahibine tahsis eder.

6.3. Tahsisli Alan Adının Feragati ve İptali

Kendisine tahsisli alan adından tahsis süresinden önce feragat mümkündür. Alan adı üzerindeki haklından feragat etmek isteyen alan adı sahibi bu talebini hizmet almakta olduğu kayıt kurumuna internet üzerindeki formu doldurmak suretiyle iletir. Feragat talebi, kayıt kurumunun merkezi kayıt kuruluşu nezdinde gerekli işlemlerin tamamlanmasından sonra geçerlilik kazanacaktır. Alan adının yetkili kurum tarafından iptal edilebilecektir. Tahsisli alan adının iptalini düzenleyen söz konusu yönetmelik taslağının 12 inci maddesinde hangi kurumun iptale yetkili olduğu açıklanmamıştır. Kanaatimizce tahsisle alan adının iptalinde merkezi kayıt kuruluşu yetkili olacaktır. Aşağıdaki koşulların varlığı halinde;

- Alan adı sahibinin, süresi içinde, kendisine tahsisli alan adını yenilememesi,
- Alan adı sahibinin verdiği bilgilerin tam ve doğru olmadığını tespit edilmesi,
- Alan adı mevzuata, kamu düzenine, genel ahlak kurallarına, ulusal örf ve adetlere uygun olmadığını tespit edilmesi,
- Alan adının rezerve adlar listesine alınması,
- Alan adı uyuşmazlıklarında alan adı tahsisinin iptali ile ilgili hakem/hakem heyeti kararının üzerinden on gün geçmesine rağmen konu ile ilgili bir davanın açılmaması,
- Alan adı tahsisinin iptali ile ilgili bir mahkeme kararının bulunması,

alan adının yetkili kurum tarafından iptali söz konusudur. İptal edilen alan adı sahibi lehine bir hak doğurmayacaktır. İptal ve feragat edilen alan adı yeniden tahsise açılacaktır. Yeniden tahsis işlemi, “ilk gelen ilk alır” kuralına göre yapılacaktır. Yeniden tahsis edilen alan adı, alan adının önceki kullanım süresinin sona ermesini takip eden bir aydan sonra kullanılabilir olacaktır.

6.4. Alan Adının Devri ve Yeniden Satışı

Taslak yönetmelik hem gerçek hem de tüzel kişilere alan adının satılmasını ve kiralanmasını yasaklamıştır. Yönetmelik alan adının devrine ilişkin de sınırlama getirmiştir. Buna göre, gerçek kişiler, adına kayıtlı bulunan alan adlarını kendi iradeleri ile devredemezler. Devir ancak, ölüm, gaiplik, gaiplik karinesi gibi kişiliği sona erdiren hallerde yasal mirasçılara karşı mümkündür. Tüzel kişilerde, yalnızca birleşme, devralma vb. nedenlerle alan adı üzerindeki haklarını devredebilirler.

6.5. Alan Adı Sahibinin Hak ve Yükümlülükleri

Alan adı sahibi, kendisine tahsis edilen alan adını tahsis süresi boyunca kullanma, iptal etme ve başka bir kayıt kurumuna transfer etme hakkına sahiptir. Alan adı sahibi, yasal mevzuata uymakla, üçüncü kişilerin haklarını ihlal etmemekle, kayıt kurumuna tam ve doğru bilgileri vermek ve mevcut bilgilerdeki değişikliği derhal kayıt kurumuna iletmekle yükümlüdür. Bunların yanında alan adı sahibi, kendisine tahsisli alan adı ile erişilen web sitesindeki her türlü içerikten sorumludur.

6.6. Alan Adlarının Yönetimi

Taslak yönetmelik internet alan adı sisteminin yönetimini kamu kurumu niteliğini haiz bir merkezi kayıt kuruluşuna devretmektedir. Merkezi kayıt kuruluşu, BTK tarafından kamu kurum ya da kuruluşları arasından tespit edilecektir. Merkezi kayıt kuruluşu, ortak çalışacak internet servis sağlayıcı olarak yetkilendirilen kayıt kurumları ile birlikte faaliyet gösterecektir. Bu düzenleme ile de ülkemizde alan adlarının yönetiminde yeni bir dönem başlayacaktır.

6.7. Alan Adı Uyuşmazlıklarının Çözümlemesi

Yönetmeliğin en önemli yeniliği alan adı uyuşmazlıklarında uyuşmazlık çözüm mekanizmasını düzenlemesidir. Hemen belirtelim ki, uyuşmazlık taraflarına yargı yolu her zaman açıktır. Yönetmeliğe göre, alan adları ile ilgili ihtilaflar BTK tarafından belirlenecek uyuşmazlık çözüm hizmet sağlayıcıları aracılığıyla çözülür. Uyuşmazlık çözüm hizmet sağlayıcısı olarak görev alacak kişilerin fikri mülkiyet hakları, marka ya da bilişim alanlarında uzman olması gerekir. Tarafların uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurabilmeleri için;

-ihtilaf konusu alan adının, sahip olunan ya da ticarete kullanılan marka, ticaret unvanı, işletme adı ya da diğer tanıtıcı işaretlerle benzer ya da aynı olması,

-alan adını kaydettiren tarafın bu alan adı ile ilgili yasal bir hakkı ya da bağlantısının olmaması,

-bu alan adının kötü niyetle kayıt ettirilmesi veya kullanılması,

gerekmektedir. Uyuşmazlık çözüm mekanizmasına nasıl başvurulacağı ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Belirtmek isteriz ki, bu düzenleme ile alan adı uyuşmazlıklarının çözümünde yeni bir dönem başlayacaktır.

6.8. İlkeler

Taslak yönetmelik alan adlarının işleyiş kurallarını aşağıda belirtilen temel ilkelere dayandırmaktadır⁴². Bu düzenleme ile ilk kez alan adlarının tahsisi konusunda temel hukuki ilkeler belirlenmiş bulunmaktadır.

⁴² - Objektif nedenler aksini gerektirmedikçe niceliksel ve niteliksel devamlılık, ayırım gözetmeme, düzenlilik, verimlilik, nesnellik, orantılılık, şeffaflık, kaynakların etkin kullanılması ve teknoloji bağımsız davranılması,

- Serbest ve etkin rekabet ortamının sağlanması ve korunması,

- Tüketici haklarının korunması,

- Hizmet kalitesi artırımının teşvik edilmesi,

- Uluslar arası uygulamaların ve standartların dikkate alınması,

Sonuç

İnternetin ticari hayatta kullanımının yaygınlaşması ile birlikte yeni hukuki sorunlar ortaya çıkmıştır. Bu durum özellikle fikri haklara ilişkin sorunlarda artışa neden olmuştur. İşletmeler, internette, öncelikle marka, ticaret unvanı, işletme adı gibi kendilerini diğer işletmelerden ayırt eden unsurlar ile yer almak istediklerinden anılan bu unsurları da alan adı olarak tescil ettirirler. Ancak aynı alan adının internet ortamında sadece bir kişiye tahsis ediliyor olması ve “ilk gelen ilk alır” kuralının uygulanması bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Pozitif hukukumuzda, internet alan adlarını bağımsız olarak düzenleyen herhangi bir yasal düzenleme bulunmadığından alan adları ile diğer ticari adlar arasında meydana gelen uyuşmazlıklar genel hükümlere göre çözülmektedir. Çalışmamızda da ele aldığımız henüz taslak halinde olan “İnternet Alan Adı Yönetmeliği” bu alanda yapılan ilk yasal çalışmadır. Anılan yönetmelik internet alan adlarına ilişkin çok detaylı düzenlemeler getirmekte ve internet alan adlarını yeniden yapılandırmaktadır. Söz konusu taslak Yönetmelikte bizce iki nokta çok önemlidir. Birincisi, internet alan adlarının tahsisi konusunda yasal yetkileri olan kurumların düzenlenmiş olması bir diğeri de alan adı uyuşmazlıklarında yargı yolunun dışında uyuşmazlık çözüm mekanizmasının getirilmesidir. Böylece uyuşmazlık taraflarına yargı yolu dışında alternatif çözüm olanağı sağlanmış olacaktır. Ayrıca alan adlarının tahsisinde uyulması gereken zorunlu ilkelerin belirlenmiş olması da bu alandaki olumlu düzenlemelerden birisidir.

Sonuç olarak, hali hazırda ülkemizde alan adlarına ilişkin özel bir yasal düzenleme bulunmadığından alan adları ile ilgili uyuşmazlıklar genel kanunlara göre çözümlenmektedir. Oysa, internetin uluslar arası niteliği, elektronik ticaretin gün geçtikçe yaygınlaşması ve alan adının artan önemi karşısında alan adlarına ilişkin özel düzenlemelerin yapılması kaçınılmazdır. Mevcut taslak Yönetmeliğin en kısa zamanda yürürlüğe girmesiyle bu alandaki boşluk doldurulmuş olacaktır.

-
- Alan adına yönelik uygulamaların ülke koşullarına uygun, etkin ve uzun vadeli çözümler olması,
 - Makul koşullarda, kolaylıkla faydalanılabilecek uygulamaların teşvik edilmesi,
 - Gerçek ve tüzel kişilerin talep ettikleri hizmet dışında herhangi bir hizmeti satın almak zorunda bırakılmaması,
 - Üçüncü kişilerin haklarının korunması.

KAYNAKÇA

- ALKAN, Mustafa, Cafer Canbay, “**Çok Dilli Alan Adları ve Çözüm Önerileri**”, www.tk.gov.tr/Etkinlikler/Ulusal_Etkinlikler/.../int-alan-adlari-bildirim.doc (10.03.2010)
- BOZBEL, Savaş **İnternet alan Adlarının (Domain Names) Korunmasında ICANN Tahkim Usulü**, 1. Baskı, Ankara, Seçkin Yayınları, 2006.
- BOZBEL, Savaş “İnternet Alan Adı (Domain Name) Müracaat ve Tescil Uygulamaları –Dünyadaki Uygulamalar Işığında Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi”, **E-akademi Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Aylık İnternet Dergisi**, Şubat 2004, s. 36
- ÇAĞILTAY, Kürşat **İnternet**, 1. Basım, Ankara, ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim A.Ş. Yayınları, 1997.
- ÇOŞGUN, Doğan “**İnternette Alan Adları ve Haksız Alan Adı Tescillerine Karşı Hukuksal Başvuru Yolları**”, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003 (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- İŞIKLI, Hasibe **İnternet Alan Adları Sistemi**, Ankara, DPT Yayınları, 2001.
- MEMİŞ, Tekin “İnternet Ortamında Haksız Rekabet Halleri ve Türk Hukuku”, **İnternet ve Hukuk**, Bilişim Hukuku Üzerine Yazılar, Derleyen: Yeşim M. Atamer, Bilgi üniversitesi Yayınları, İstanbul 2004, s.93-138.
- MEMİŞ, Tekin “İnternette Alan İsimleri Uyuşmazlıklarında Çözüm Arayışları ve WIPO Ara Raporu”, **Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni**, Yıl 19-20/Sayı 1-2/ 1999-2000, s. 513-528.
- MEMİŞ, Tekin “Fikri ve Sınai Hukukun Koruma Alanının Genişlemesi ve Ülke Hukuk Politikası Açısından Değerlendirmeler”, **Kafkas Üniversitesi, Özel Hukuk Uluslar arası Sempozyum-Tebliğler**, Bakü, 29-30 Eylül 2005, s. 258-271.
- NOMER, Füsun “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. Dr. Hayri Domaniç’e 80. Yaş Günü Armağanı**, Cilt I, İstanbul, Beta, 2001, s. 395-418.
- ÖZDİLEK, Ali Osman **İnternet ve Hukuk**, 1. Basım, İstanbul, Papatya Yayıncılık, 2002.
- ÖZDİLEK, Ali “Alan Adlarında Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmaları; Örnekler ve Türkiye”, **Bilişim ve Hukuk Dergisi**, Ankara Barosu Bilgi İşlem Merkezi Yayınları, Ankara 2008/3 (8. sayı), s. 6-10.
- SINAR, Hasan **İnternet ve Ceza Hukuku**, 1. Bası, İstanbul, Beta Yayınları, 2001.

-
- TEKİNALP, Ünal **Fikri Mülkiyet Hukuku**, 2. Bası, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2002.
- YAVUZCAN, Emrah “İnternette Alan Adı Uzantıları”, **Bilişim ve Hukuk**, Ankara Barosu Bilgi İşlem Merkezi Yayınları, S. 2007/1, Ankara, 2007, s. 42-43.
- YILDIRIM, Mustafa Fadıl “Kişi İsimlerinin İnternet Alan İsmi Olarak Tescili Karşısında İsim Üzerindeki Hakkın Korunması”, **Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni**, Yıl 19-20/Sayı 1-2/ 1999-2000, s. 1003-1036.