

**T.C.  
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ÖZEL HUKUK ANABİLİM DALI**

**MARKA HUKUKU VE İNTERNET ALAN ADLARI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Emrah ÖNGÖREN**

**Tez Danışmanı: Prof. Dr. Hamdi YASAMAN**

**EYLÜL 2010**

## ÖNSÖZ

Uzun bir sürece yayılan ve yoğun emek isteyen bu çalışmanın ortaya çıkmasında emeği geçenleri hatırlamak için bu sayfayı hazırlamayı bir borç addetmekteyim.

Öncelikle, tez danışmanlığımı üstlenen ve konu seçiminden, savunmaya kadar olan süreçte samimiyetle destek olan, değerli hocam Prof. Dr. Hamdi YASAMAN'a teşekkürlerimi sunmak isterim.

Ayrıca bu çalışmanın son halini almasında yol göstericilik yapan, çok değerli katkılarını esirgemeyen Doç Dr. Tekin MEMİŞ'e, tez jürimde bulunmakla bu çalışmada emeği olan Yard. Doç. Dr Ali DURAL'a teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak, hem manevi desteğini hem de çeviri ve hukuki tahlilleriyle çalışmama katkıda bulunan eşim Mariya'ya ve tüm bu çalışma boyunca samimiyetle yanımda yer alan Annem, Babam ve Kardeşime desteklerinden dolayı müteşekkirim.

Emrah ÖNGÖREN

Bahçelievler, 2010

## İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	I
KISALTMALAR.....	VII
RÉSUMÉ.....	IX
ABSTRACT .....	XIV
ÖZET.....	XX
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### İNTERNET ALAN ADLARI İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

I. ALAN ADI KAVRAMI .....	7
A. Alan Adı Sistemi'nin (DNS) Mimarisi .....	7
1. Alan Adının Teknik İşlevi.....	10
2. Alan Adında Bulunan Öğeler .....	11
B. Alan Adı Sistemi'nin (DNS) Yönetimi .....	14
1. Alan Adı Sistemi'nin (DNS) Uluslararası Yönetimi.....	14
a. IANA İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi (Internet Assigned Numbers Authority) .....	15
b. ICANN İnternet Tahsisli İsimler ve Sayılar Birliği (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) .....	16
2. Türkiye'ye Tahsisli Alan Adı Sisteminin Yönetimi .....	17
a. DNS Çalışma Grubu.....	17
b. ODTÜ Alan Adı Yönetimi.....	19

<b>II.ALAN ADI TAHSİS SİSTEMLER .....</b>	<b>21</b>
A. Alan Adı Üzerindeki Hakkın Kazanılması.....	21
1. Alan Adının Seçimi ve Geçerlilik Şartları .....	21
2. Alan Adı Tahsis Usulü .....	24
a. Ülke Uzantısız Alan Adlarının Tahsis Usulü .....	25
b. Ülke Uzantılı Alan Adlarının Tahsisi Usulü .....	26
i. Genel Olarak Ülke Uzantılı Alan Adlarının Tahsisi .....	27
ii. Türkiye Uzantılı Alan Adlarının Tahsisi Usulü .....	28
c. Bölgesel Alan Adlarının Tahsisi Usulü .....	32
B. Alan Adı Tahsisinin Sonuçları .....	33
1. Alan Adının Sahibine Sağladığı Haklar .....	33
2. Alan Adı Üzerindeki Hakkın Niteliği .....	34
C. Alan Adı Üzerindeki Hakkın Sona Ermesi .....	37
1. Ülke Uzantısız Alan Adlarının Sona Erme Halleri .....	38
2. Türkiye Uzantılı Alan Adlarının Sona Erme Halleri .....	39
<b>III.İNTERNET ALAN ADININ HUKUKİ NİTELİĞİ .....</b>	<b>40</b>
A. Genel Olarak Alan Adının Hukuki Niteliği .....	40
1. Alan Adının Elektronik Adres Olduğu Görüşü.....	41
2. Alan Adının Medeni Hukuk Anlamında İsim Olduğu Görüşü i .....	42
3. Alan Adının Ticaret Unvanı Olduğu Görüşü .....	43
4. Alan Adının İşletme Adı Olduğu Görüşü .....	44
5. Alan Adının Marka Olduğu Görüşü.....	46
6. Görüşümüz: Sui Generis Bir İşaret olarak Alan Adı.....	49
B. Gayri Maddi Malvarlığı Değeri olarak Alan Adı.....	50
1. Ticari İşletmenin Unsuru Olarak Alan Adının Sahibine Sağladığı Katma Değer 50	
2. Ticari İşletme ile İlgili İşlemlerde Alan Adının Durumu.....	53

### III

a. Ticari işletmenin Devri Halinde Alan Adı.....	53
b. Ticari işletmenin Rehni Halinde Alan Adı.....	54
c. Ticari işletmenin İflası ya da Haciz halinde Alan Adı.....	56

## İKİNCİ BÖLÜM

### ALAN ADI VE MARKA UYUŞMAZLIKLARI İLE BU UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜM YOLLARI

<b>I. ALAN ADI YOLUYLA MARKA HAKKINA TECAVÜZ.....</b>	<b>57</b>
A. Marka Hakkına Tecavüzün Bir Aracı Olarak Alan Adı.....	57
1. Marka Hakkına Tecavüz Kavramına Genel Bakış.....	57
2. Marka ve Alan Adı Uyuşmazlıklarını Doğuran Sebepler .....	61
B. Tescilli Markanın İnternette Alan Adı Olarak Kullanılması.....	64
1. Markanın Alan Adı Olarak Aynen Kullanımı.....	65
2. Başkasına Ait Markaya İltibas Yaratacak Kadar Benzer Bir İşaretin Alan Adı Olarak Kullanımı.....	68
a. Başkasına ait markaya iltibas yaratacak kadar benzer bir işaretin alan adı olarak, ticari olmayan amaçlarla kullanımı .....	68
b. Başkasına ait markaya iltibas yaratacak kadar benzer bir işaretin alan adı olarak, ticari amaçla kullanımı .....	71
C. Marka Hakkı Sahibinin Hak ve Talepleri .....	73
1. Markanın Sahibine Sağladığı Haklar .....	73
2. Marka Hakkı İhlal Edilen Kişinin Özel Hukuka İlişkin Talepleri .....	74
a. Delillerin Tespiti .....	76
b. Tecavüzün Durdurulması .....	78
c. Tecavüzün Giderilmesi .....	78

d.	Maddi ve Manevi Zararların Tazmini .....	79
D.	Marka Hakkına Tecavüz Dolayısıyla Açılacak Davanın Yargılama Hukukuna İlişkin Özellikleri.....	80
1.	Davanın Tarafları .....	81
2.	Zamanaşımı .....	83
3.	Görevli ve Yetkili Mahkeme .....	83
E.	Başkasına Ait Tescilsiz Bir Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması .....	85
1.	Tescilsiz Markaların Tâbi Olduğu Hukuki Rejim.....	85
2.	Tanınmış Markaların Tâbi Olduğu Hukuki Rejim.....	87
3.	Tescilsiz Markası Tecavüze Uğrayan Kişinin Özel Hukuka İlişkin Talepleri.....	93
a.	Haksız Rekabetin Tespiti .....	95
b.	Haksız Rekabetin Önlenmesi (Men'i).....	97
c.	Eski Hale İade .....	98
d.	Maddi ve Manevi Tazminat .....	98
4.	Tescilsiz Marka Sahibinin Haksız Rekabet Halinde Açacağı Davanın Yargılama Hukukuna İlişkin Özellikleri.....	100
a.	Davanın Tarafları .....	100
b.	Zamanaşımı .....	101
c.	Görevli ve Yetkili Mahkeme .....	102
<b>II.BAŞKASINA AİT ALAN ADININ MARKA OLARAK TESCİLİ .....</b>		<b>102</b>
A.	Aynı veya Benzer İşaretlerin Hem Alan Adı Hem de Marka Olması.....	103
B.	Alan Adı Sahibinin Hak ve Talepleri.....	104
1.	Hukukun Genel İlkelerinden Doğan Hak ve Talepler.....	104
2.	Marka Hukukundan Doğan Hak ve Talepler .....	107
a.	Marka Tesciline İtiraz .....	107
b.	Hükümsüzlük Davası .....	108

**III.ALAN ADI VE MARKA UYUŞMAZLIKLARININ ÇÖZÜMÜNDE ALTERNATİF YOLLAR..... 110**

- A. Alan Adı Marka Uyuşmazlıklarında Alternatif Çözüm Yollarının Hukuki Niteliği  
111
- B. ICANN’ın Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası’nın (UDRP) Genel Esasları 113
1. ICANN’ın Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası’nın (UDRP) Oluşum Süreci ve Uygulama Alanı..... 113
2. ICANN’ın Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası’nın (UDRP) Temel İlkeleri  
116
- C. ICANN Tahkim Kararları Işığında UDRP uygulaması Alan Adı ve Marka İhtilaflarının Çözümü ..... 117
1. Alan Adının Başkasının Markası ile Aynı veya Benzer Olması ..... 117
- c. Marka ve Alan Adının Aynı Olması ..... 118
- d. Marka ve Alan Adının Karıştırılacak Kadar Benzer Olması ..... 119
2. Alan Adı Sahibinin Alan Adı Üzerinde Meşru Bir Hak ya da Menfaatinin Olmaması ..... 121
- a. Alan Adı Sahibinin Yapabileceği Savunmalar..... 122
- b. Domain Parking ya da Pasif Site Halinde Meşru Menfaatin Tespiti ..... 124
- c. Üçüncü Şahısların Adları Alan Adı Olarak Tahsis Edildiğinde Meşru Menfaatin Tespiti ..... 126
3. Alan Adının Tahsis ve Kullanımında Kötü Niyetle Hareket Edilmiş Olması ... 128
- a. Alan Adının Tahsisi Aşamasında Kötü Niyetin Tespiti..... 129
- b. Alan Adının Kötü Niyetli Kullanımının Tespiti ..... 132
- c. Domain Parking ya da Pasif Site Halinde Kötü Niyetin Tespiti..... 133
- d. Üçüncü Şahısların Adları Alan Adı Olarak Tahsis Edildiğinde Kötü Niyetin Tespiti..... 138
- D. ICANN’ın Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikaları Uygulama Kuralları (RUDRP) ve UDRP Uyarınca Yapılacak Yargılamanın Usulü ..... 139

E. Türkiye Uzantılı Alan Adları İçin Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması (UÇM) Çalışmaları .....	145
1. UÇM için Öngörülen Genel İlkeler ve Başvuru Yolları .....	145
2. UÇM için Öngörülen Yargılamanın İşleyişi .....	146
<b>SONUÇ .....</b>	<b>148</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>152</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>169</b>
<b>TEZ ONAY SAYFASI .....</b>	<b>170</b>



**KISALTMALAR**

ABD	Ankara Barosu Dergisi
AİHM	Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
ALD	Actualité Législative Dalloz
Aff.	Affaire
AÜEHFD	Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi
Batider	Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi
BK	Borçlar Kanunu
Bkz.	Bakınız
C.	Cilt
Cass.	Cour de cassation
Cass. com.	Arrêt de la Chambre commerciale de la Cour de cassation
ccTLDs	country code top level domains
Ch.	Chambre
CJCE	Cour de justice des Communautés européennes
Comm.	Commentaire
Comm. Com. Electr	Communication Commerce Electronique
CPI	Code de la propriété intellectuelle
Çev.	Çeviren
D.	Recueil Dalloz
DARPA	U.S. Defense Advanced Research Projects Agency
Dpt.	Dipnot
FMR	Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi
FSEK	Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
gTLDs	generic top level domains
GSÜHFD	Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
IANA	Internet Assigned Numbers Authority
ICANN	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
IP	Internet Protocol
IRDI	Intellectuele Rechten – Droits Intellectuels
ISPs	Internet service providers
JCP	Juris-classeur périodique (Semaine juridique)
JCP E	Juris-classeur périodique, édition entreprise
JOCE	Journal officiel des Communautés européenne
L.	Loi
HD	Hukuk Dairesi
md.	Madde
MarkKHK	Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
MK	Medeni Kanun
MÜHF-HAD	Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi
n°	Numara
NSI	Network Solutions Inc.

## VIII

ODTÜ	Ortadoğu Teknik Üniversitesi
Propr. ind.	Propriété industrielle (Juris-classeurs)
Propr. intell.	Propriété intellectuelle (IRPI)
RDPI	Revue du droit de la propriété industrielle

## RÉSUMÉ

Dans cette étude, en visant d'évaluer les effets des noms de domaine sur le droit des marques et les conflits entre les noms de domaine de l'internet et les marques, il nous fallait analyser, premièrement, la nature juridique du nom de domaine de l'internet et le système de nommage et à la suit, la typologie des conflits entre les noms de domaine de et les marques pour trouver la résolution.

Le nom de domaine, qui a plus en plus de rôle dans notre vie quotidienne, le plus simplement n'est qu'une forme commençante avec le "www" terminée par certaines extensions prédéfinies. Pourtant en arrière-plan elle contient en fait de nombreuses fonctionnalités.

Communication sur l'Internet, se réalise par le protocole TCP / IP. C'est un langage informatique servant le transfert de données entre les ordinateurs. Dans ce Protocol tous les ordinateurs de réseau ont leurs propres numéros d'IP.

Les noms de domaine sont les références pour les adresses d'IP. Pour les utilisateurs d'Internet il est difficile de se souvenir des adresses IP qui ne sont que des séries des chiffres. Au lieu d'adresses IP, afin d'éliminer cette difficulté, nous utilisons les noms de domaine en tant que des séquences textuelles composées des mots, des chiffres et des abréviations, pour naviguer sur Internet. Le nom de domaine est une composition créé pour rendre l'Internet accessible à tous.

La gestion du System des Noms de Domaine « Domain Name System » au niveau international est effectué principalement par les deux organisations. Ce sont: l'Internet Assigned Numbers Authority (IANA) et l'Internet Names and Numbers Association (ICANN).

Les adresses IP réservées à l'utilisation de la Turquie, autrement dit « espace de nom de domaine de .tr » sont allouées par l'IANA. Ce domaine est laissé à la direction de la République de Turquie. La Turquie remplit cette tâche en coordination de deux institutions, y compris, le DNS Çalışma Grubu et ".tr" Alan Adı Yönetimi.

Les droits sur le nom de domaine s'obtiennent par la conclusion de la procédure d'attribution faite devant une autorité compétente. Bien que le nom de domaine ne donne pas un droit absolu à son titulaire, les droits sur un nom de domaine sont attribués pour une période non-déterminée sous la condition que les droits mentionnés soient renouvelés périodiquement. Le choix d'un nom de domaine porte une grande importance. Un nom de domaine mauvais choisi peut résulter soit à non attribution soit à non réalisation des avantages envisagés.

Les personnes physiques et morales souhaitant d'opérer sur l'Internet, tout d'abord, doivent préciser pour eux-mêmes le but principal du nom de domaine. Après avoir déterminé le nom de domaine selon leurs besoins ils sont obligés de compléter la procédure d'attribution du nom de domaine devant une autorité compétente.

Les noms de domaines qui ne portent pas l'extension nationale (ccTLD) s'appellent les noms de domaine internationaux ou les noms de domaine génériques. Les autorités responsables pour l'attribution des noms de domaine génériques, en général, ne cherchent pas des documents explicatifs des demandeurs. Pour l'attribution d'un nom de domaine auprès d'une autorité qui a adopté un tel règlement, il suffit de prouver que le même nom de domaine n'a pas été déjà attribué. Cette politique s'appelle "premier arrivé – premier servi".

L'attribution des noms de domaine portant l'extension nationale (ccTLD) s'effectue dans le cadre des principes généraux décrits ci-dessus. Les extensions nationales au premier degré s'indiquent à droite du nom de domaine et sont composées de deux lettres constituant l'abréviation du pays. Ces abréviations sont définies par la liste d'ISO 3166-1. Les

abréviations donnent aux utilisateurs d'Internet l'information à propos du pays d'origine du site Internet.

L'attribution des noms de domaine nationaux dans le monde se réalise sur base des différents systèmes de nommage. Certaines autorités d'attribution demandent des documents explicatifs et justificatifs des demandeurs. Pourtant dans les autres pays des autorités compétentes ne vérifient que la condition de la priorité de demande.

Le modèle d'attribution des noms de domaine en Belgique, aux Pays-Bas, n'a besoin aucun justificatif sauf la priorité de la demande d'attribution. Dans ce système, l'attribution s'effectue sans tenir compte de la citoyenneté ou de la résidence du demandeur. Si un nom de domaine n'est pas un objet d'attribution précédente, sans aucun justificatif le demandeur peut obtenir un nom de domaine souhaité.

En revanche, certaines autorités demandent des documents explicatifs qui peuvent justifier le lien entre le demandeur et le nom de domaine pour l'attribution de ce nom de domaine.

L'attribution d'un nom de domaine ne confère pas le droit de propriété à ce nom de domaine à son titulaire mais plutôt le droit d'utilisation. Par contre le titulaire peut opposer contre tous les actes de violation de ses droits sur ce nom de domaine.

En précisant la nature juridique du nom de domaine, il faut éviter de le classer comme un type d'un signe distinctif préexistant. À cet égard, le nom de domaine doit être considéré un nouveau signe distinctif (sui generis) comme il est classifié en droit français et suisse.

L'espace d'un nom de domaine est une ressource limitée, c'est-à-dire un nom de domaine peut être le sujet de l'attribution juste une fois. Le renouvellement de l'attribution d'un nom de domaine ne soumet pas à la limite du temps. Lorsqu'un nom de domaine

renouvelé, il est indisponible pour les tiers. Cette qualité du système de nommage cause les conflits

Les conflits relatifs aux noms de domaine en droit des marques peuvent être divisés en quatre catégories.

1) Le premier type des conflits se cause par l'attribution d'un nom de marque d'un tiers en tant qu'un nom de domaine au but d'y vendre postérieurement au titulaire de marque en question. Cette action s'appelle "cybersquattage", et les personnes qui effectuent cette action s'appellent «cybersquatteurs».

2) Le deuxième type des conflits se cause par l'attribution des noms de domaine qui peuvent être en conflit avec une marque au future et donc le titulaire de la marque concernée va souhaiter d'acheter ce nom de domaine. Ceux qui agissent de cette façon s'appellent «cyber-wildcatters».

3) Le troisième type d'actions qui peut provoquer un conflit est ce qu'un nom de domaine attribué avec la bonne foi peut contrefaire la marque d'un tiers.

4) Finalement, dans certains cas la marque d'un tiers peut être un élément dans un nom de domaine appartenu aux autres. Dans ce type des cas le titulaire du nom de domaine ne prévoit pas le vendre au titulaire de la marque.

En principe l'attribution d'un nom de domaine ne confère pas le droit de marque au titulaire du nom de domaine. Par contre, si un nom de domaine est enregistré en tant qu'une marque en cas de violation du droit, le titulaire du nom de domaine peut se bénéficier des moyens de la protection disposés par le droit des marques. Pourtant, si un nom de domaine réputé s'enregistre en tant qu'une marque par un tiers, les moyens de la protection du titulaire de ce nom de domaine ne sont pas disposés par la loi. Dans ce cas là, les principes généraux

du droit ne laissent pas le titulaire du nom de domaine sans aucun moyen de protection. La présente étude envisage de préciser les moyens de la protection du titulaire d'un nom de domaine.

Le moyen essentiel de la protection des droits violés est une voie judiciaire. Toutefois, en cas de la violation du droit de marque, le titulaire de la marque peut bénéficier des voies alternatives pour protéger ses droits contre le titulaire du nom de domaine. La dénomination de modes alternatifs de règlement des conflits connaît deux sens: le sens général regroupe les mécanismes de résolution amiable –la conciliation, la transaction, la médiation, sans tenir compte de leur nature judiciaire ou extrajudiciaire, c'est-à-dire les moyens en vertu desquelles les parties avec l'intervention ou non d'un tiers, tentent de rapprocher leur point de vue afin de parvenir à trouver une solution à leur différend - et les autres techniques, qui sans avoir la prétention d'être amiables, sont des solutions alternatives au procès traditionnel. Les voies alternatives de la résolution des conflits relatifs aux noms de domaine sont recueillies dans deux catégories, y compris internationaux et nationaux. Au niveau international, il y a le Centre d'Arbitrage et de Mediation au sein de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle où s'appliquent les UDRP adoptés par l'ICANN. Au niveau national, de la part de « .tr » espace de nom de domaine, Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması est prévu. Cependant ce mécanisme n'est pas encore assez effectif.

Bien que les institutions de résolution des conflits entre les noms de domaine et les marques s'appellent « l'arbitrage » il n'est pas possible de les définir en tant que l'arbitrage au sens vrai du terme. Ce système est efficace et rapide et se mène dans le cadre d'un mécanisme administratif du Domain Name System (DNS). Cette voie alternative internationale est pratique, rapide et constitue sui generis voies de recours pour la résolution des conflits entre le nom de domaine et la marque.

**ABSTRACT**

In this study, in order to evaluate the influence of the domain names to the trademark law and the conflicts between the Internet domain names and the trademarks, it was necessary, primarily, to analyze the legal nature of the domain name in Internet and the nomination system and then to examine the different types of the possible conflicts between the domain names and the trademarks in order to find alternative ways of their resolution.

The domain names, that play in our daily life a very important role, appear to be just a commercial form beginning with “www” and ending with some predefined extensions. However, in reality this simple daily used form contains a lot of other different features.

Communication on the Internet is realized by means of the TCP / IP. This is a programming language used as a special form of data transfer between computers. In this protocol all the computers in the net have unique IP numbers.

In reality, the domain names are represented specific references of IP addresses. Because of the fact that IP address is a series of figures it appears to be difficult for Internet users to keep these figures in mind. In order to eliminate this difficulty, in daily life instead of IP addresses we use domain names when we want to enter and to search something on the Internet. The said domain names are textual sequences of words, numbers and abbreviations separated by full points and placed in special order. The domain names are devised to make the Internet available to everyone.

At the international level domain name system management is carried out mainly by two organizations. These are: the Internet Assigned Numbers Authority (IANA) and Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN).



IANA allocated for Turkey IP addresses ending with ".tr". This is so called “.tr domain name extension”. The administration of these IP addresses is left to the State of the Republic of Turkey. In Turkey there are two institutions working in coordination with each other which are responsible for this task: the DNS Working Group (DNS Çalışma Grubu) and ". Tr" Domain Name Administration (".tr" Alan Adı Yönetimi).

As to the domain names rights, they are born after the completion of the special registration procedure before a competent authority. However after the registration the domain name owner does not receive an absolute right to the mentioned domain name. The rights exist till the end of the period of the registration but can be renewed. The choice of a domain name should be carefully made and the chosen domain name should be examined before the registration stage. An incorrect choice of the domain name can be result in the refuse of the registration or in failure to achieve expected benefits.

Individuals and legal entities wishing to operate on the Internet, first of all, should ask themselves for what purpose they need to create the domain name, then, they should choose such a domain name able to respond to their needs and commercial strategies. Finally, individuals or legal entities should complete the registration of the chosen domain name before a competent authority. The competent authority is responsible to carry out the registration of the authorized domain name as well as the prolongation of the domain names rights according to the rules related to the registration or the prolongation of the domain names.

Finally, it is necessary to pay special attention to the domain names that are not the country extension domain names (ccTLD) but the international domain names or the generic domain names (gTLDs). The organizations responsible for the registration of the generic domain names usually sell these names upon a simple registration request without asking any explanatory document. For the organizations dealing with the registration according to above-mentioned rules it is necessary and sufficient to verify if the desired domain name is not already attributed to another applicant. In doctrine this policy is called "the first coming takes it" principle.

The registration process for the domain names with country extension (ccTLD's) takes place within the framework of the general principles described above. The first degree domain names country extensions are indicated at the end of the web addresses and they consist of a two-letters abbreviation of the name of a country. These abbreviations are defined by the ISO 3166-1 list. Due to the country codes in the domain names it becomes clear in what country the registration of a domain name was accomplished.

The state registration of domain names with the country extension can be produced on the basis of the documentary or non-documentary procedures which vary according to the different models adopted in different countries. In some countries the competent authorities request the different types of documents from the applicants. But in the other countries the authorities should verify only the priority of the application for the registration.

The non-documentary registration model was adopted in Belgium, the Netherlands, Austria and it is applied by the organizations responsible for the domain names registration in these countries. There are no specific technical and other requirements related to the qualifications of the domain name applicants or domain names subjects. According to this registration model everyone, regardless of citizenship or residency, is able to apply for the registration of a domain name. The desired domain name will be registered without any documents necessary to be submitted unless the rights to the same domain name have been already registered before.

In contrast, in the countries applying documentary domain names registration the competent authorities adopted the special procedure to be accomplished before the registration request in order to fulfill all the obligations prescribed by the state. In these countries the applicants should prove their connection with the desired domain name. The right to register a concrete domain name belongs to a person able to prove the right to register a special word phrase as a domain name. The competent authorities applying the above-described registration model in order to accomplish the domain name registration request a

list of documents that differs from country to country and depends also on different conditions.

The registration of a domain name doesn't give the property rights to the domain name holders but this procedure results in the rights to use the domain name in question. Besides the properly made domain name registration means that in case of the violation of the domain name rights the owner will be protected by the means of law.

Describing the legal nature of the domain name it is necessary to avoid the domain name classification in the quality of a preexisted distinctive sign. In this regard, the domain name should be regarded as a new distinctive sign (*sui generis*) as it was defined in French or Swiss law.

Notwithstanding to the fact that the domain name is a limited source it is more than just an Internet address. The domain names are unique so they can be registered only one time and after the accomplishment of the registration these are the domain name holders who will be empowered to take the decision related to the prolongation or withdrawal of the domain name. When the domain name registration is completed the domain name in question becomes unavailable for the third persons. This principle of the domain name registration constitutes the starting point of dispute.

Domain name disputes examined on the basis of trademark law are divided into four types of conflicts.

1) The first of these conflicts appears in the case when one person registers an existing trademark owned by the third person as a domain name and then tries to sell it to the person that have the right to the trademark mentioned in the domain name. This situation is called "cybersquatting", and the persons dealing with such a procedure are called "cybersquatters".

## XVIII

2) In the second type of situations one person tries to register the domain names that can be possibly sold at a higher price in the future. These actions can be in conflict with trademark law. Those who act this way are called "cyber-wildcatters".

3) The third kind of actions that may cause a conflict constitutes the registration of the domain name with good faith but at the same time this registration is able to preclude the owner of the trademark from the right of using his registered trademark.

4) Finally, the fourth type of the conflicts constitutes the situation when trademark or a part of the trademark is used in the domain name. In such actions the domain name owner does not aim to sell the domain name in question to the trademark owner.

In principle the domain name registration does not confer the trademark rights to the domain name holder. If the domain name is, at the same time, a registered and protected trademark according to the trademark law its holder enjoys all legal means of the trademark protection. But if an individual or a legal entity registers a domain name and then the other person registers this domain name nomination as a trademark it is not clear by what rules the owner of the domain name can be protected. However, even in such a case, the domain name holder acting with a good faith will be protected by the general principles of law. The present study aims to analyze the means of legal protection of the domain name holders.

For the rights protection of individuals or legal entities the judicial means of protection are essential. However, in the case of the dispute between the domain name and the trademark the trademark holders are free to choose different legal remedies to protect their rights. The alternative dispute resolution methods include the mechanisms of friendly settlement of conflicts. According to these mechanisms the parties, with the help of a neutral third party or without it, try to find together in cooperation the common point of view and to resolve the dispute or to contribute in solving the dispute. The alternative mechanisms can be divided into two categories, including international and national. The international dimension is realized within the World Intellectual Property Organization and its rules were adopted by the ICANN

Uniform Dispute Resolution Policies (UDRP) Arbitration and Mediation Center. At the national level, many countries adopted Domain Name Dispute Resolution Mechanism related to their own domain name extension. However, in Turkey this protection mechanism is not effective enough and should be improved.

Notwithstanding the fact that the institutions for conflicts resolution between the domain names and trademarks are named “the arbitration” it is not possible to define them as arbitration in a legal sense. This system, Domain Name System (DNS) is an administrative mechanism which in some cases is more rapid and effective. This practical, fast and very well done international dimension of conflicts resolution constitutes a sui generis dispute resolution.

## ÖZET

Bu çalışmamızda genel olarak internet ve alan adlarının marka hukukuna yaptıkları etki ile alan adı ve marka uyumsuzluklarını incelemeyi amaçladık. Bu incelemeyi yaparken öncelikle Alan Adı Sistemi ve alan adının hukuki niteliğini ardından da marka ve alan adı uyumsuzlukları ve çözüm yollarını analiz etmeye çalıştık.

Günlük hayatımızda sıkça kullandığımız ve en basit haliyle “www” ile başlayıp önceden tanımlanmış birtakım uzantılarla biten internet adresinden başka bir şey olmayan alan adları aslında geri planda birçok özellik barındırmaktadır.

İnternet üzerindeki iletişim, TCP/IP adı verilen özel bir kodlama dili kullanılarak verilerin aktarılması şeklinde gerçekleşmektedir. Bu protokolde tüm bilgisayarlar özgün bir IP numarasıyla adreslenmektedir.

Alan adları, IP adresleri için tanımlanmış belirli referanslardır. IP adresi sayısal bir seri olduğu için akılda tutulması ve hatırlanması internet kullanıcıları için çok zordur. Bu zorluğu bertaraf etmek için IP adresleri yerine, internete girmek ve internette gezmek için kullandığımız ve alan adı (domain name) olarak adlandırdığımız metinsel diziler tasarlanmıştır. Alan adları, interneti herkes için kullanılabilir hale getirmek için tasarlanmış ve noktalarla birbirinden ayrılmış kelime, rakam ve kısaltmalardan meydana gelen bir tür kompozisyondur.

Alan adı sisteminin uluslararası düzeydeki yönetimi, başlıca iki kuruluş tarafından yürütülmektedir. Bunlar; İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi (Internet Assigned Numbers Authority ya da kısaca IANA) ve İnternet Tahsisli İsimler ve Sayılar Birliği (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ya da kısaca ICANN)'dir.

IANA tarafından Türkiye'nin kullanımına tahsis edilen IP adresleri “.tr” alan adı uzayını meydana getirir. Bu alanın idaresi Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ne bırakılmıştır. Türkiye'de bu görevi birbiri ile koordinasyon halinde yerine getiren, DNS Çalışma Grubu ve “.tr” Alan Adı Yönetimi olmak üzere iki kurum bulunmaktadır.

Alan adı üzerindeki haklar, hak sahibine aynı bir hak tanımasa da, alan adı tahsis hizmeti veren yetkili bir kuruluş nezdinde yapılacak talep üzerine alan adının ilgiliye tahsisi ile doğar ve tahsis yenilediği sürece devam eder. Tahsis işleminden önce alan adı olarak tahsis edilecek ibarenin seçimi önem taşımaktadır. Yanlış bir alan adı seçimi, tahsisin gerçekleşmemesi ya da söz konusu alan adından beklenen faydanın elde edilememesi sonuçlarını doğuracaktır.

İnternet üzerinde faaliyet göstermek isteyen kişi ve kuruluşlar, öncelikle, alan adı stratejileri doğrultusunda nasıl bir alan adına ihtiyaç duyduklarını belirledikten sonra bu ihtiyacı karşılayacak nitelikte alan adı tahsisine yetkili kuruluşu tespit etmelidir. Bu yetkili kuruluş, tahsise yetkili olduğu alan adı uzantısı ya da uzantıları çerçevesinde tahsis işlemi gerçekleştirecektir.

Sonunda ülke kodu üst düzey alan adı (ccTLD) bulunmayan alan adları, uluslararası ya da jenerik alan adı olarak da nitelenmektedir. Her ne kadar alan adı, hak sahibine mutlak bir hak vermese de hakkın doğumu için yetkili bir kuruluş nezdinde gerçekleştirilecek tahsis işlemine ihtiyaç vardır. Kurulacak sitenin faaliyetinin niteliğine göre sınıflandırılan jenerik alan adları (gTLDs) tahsisini yapan kuruluşlar, genellikle, tahsisi talep üzerine gerçekleştirmektedirler ve herhangi bir açıklayıcı belge talep etmemektedirler. Bu tahsis politikasını güden kuruluşlar nezdinde yapılacak taleplerde, istenen alan adının daha önceden başka bir tahsise konu olmaması tahsis için gerekli ve yeterlidir. Bu politika “önce gelen alır” prensibi olarak literatüre geçmiştir.

Ülke uzantılı alan adlarının (ccTLD's) tahsisi usulü de yukarıda açıklanan genel prensipler çerçevesinde gerçekleşmektedir. Ülke uzantılı adı ile kastedilen; birinci derece ülke

kodu alan adları olup, web adreslerinin sonuna yazılan iki harfli ülke adlarının kısaltmalarından ibarettir. Bu kısaltmalar, ISO 3166-1 listesindeki kısaltmalardır. Ülke kodları ile internet sitesinin hangi ülkenin alan adı tahsisi ile görevli kuruluşundan alındığı bilgisi verilmektedir. Bu uzantılar dünyadaki siyasi gelişmelerle de yakından ilgilidir.

Ülke uzantılı alan adlarının tahsisi, tahsis kuruluşun belgeli ya da belgesiz tahsis modellerinden hangisini benimsendiğine göre değişiklik göstermektedir.

Belgesiz tahsis modelini benimseyen Belçika, Hollanda, Avusturya gibi bazı ülkelerin alan adı tahsis kuruluşları nezdinde, rezerve edilmiş belirli işaretler ile teknik bazı gerekliliklerden başka, alan adı sahibinin vasıfları veya alan adı açısından, tahsis herhangi bir sınırlamaya tabi bulunmamaktadır. Bu uygulamaya göre vatandaşlığa veya ikamete bakılmaksızın herkes alan adı tahsisini talep edebilmektedir. Bir alan adı daha önce tescil edilmiş olmadıkça hak sahipliğine dair herhangi bir belge ibrazına gerek olmaksızın tahsis edilmektedir.

Buna karşın, belgeli tahsis modelini benimsemiş ülkelerin alan adı tahsis kuruluşları nezdinde tahsis talebinde bulunabilmek için ya sadece o ülke ile bir bağın ya da bu bağın varlığı yanında talep edilen alan adı ile ilgili olarak belirli bazı şartların varlığı aranmaktadır. Buna göre, alan adı tescil talebinde bulunan bir kimse ancak somut sözcük öbeği üzerinde hak sahipliğini ispatlayarak tescili yaptırabilmektedir. Bu tür tahsis modelini benimseyen kuruluşların, tahsis talebinde bulunan kişi ya da kuruluşlardan ispatını talep ettikleri hususlar, ülkeden ülkeye ve varsa tahsisi istenen alt alan adına göre değişiklik göstermektedir .

Tahsis işlemi, alan adı üzerinde aynı bir hak tesis etmemekle beraber, ihlal eden herkese karşı ileri sürülebileceğinden ötürü mal varlığı üzerindeki mutlak hak tesis eden kurucu bir işlemdir. Bu hak ise tahsis işleminin lehtarına söz konusu alan adı üzerinde kullanım hakkı vermektedir.



Alan adını, doğrudan mevcut herhangi bir ayırt edici işaret kategorisine dâhil etmek suretiyle hukuki niteliğini tespit doğru olmayacaktır. Bu bakımdan alan adının İsviçre ve Fransız Hukuk'larında olduğu gibi tescilsiz, sui generis bir işaret olarak nitelemenin en uygun yol olduğu kanaatindeyiz.

Alan adı uzayı sınırlı bir kaynak olup bir internet adresinin birden çok tahsise konu olması mümkün değildir. Telefon numarası gibi alan adı da sadece tek tahsise konu olabilir ve bir kere tahsis edildikten sonra, yenilendiği ve iptal edilmediği süre boyunca üçüncü şahıslar bakımından ulaşılamaz hale gelir. Bu tek tahsis ilkesi ihtilafların çıkış noktasını teşkil etmektedir.

Alan adı kaynaklı marka hukuku uyumsuzlukları incelendiğinde, uyumsuzluk çıkmasına neden olan hareket tarzlarının dörde ayrıldığı gözlenmektedir.

1) Bu hareketlerden ilki, belirli bir marka adını daha sonra o marka üzerinde hak sahibi olan kişiye satmak üzere alan adı olarak tahsis ettirmektir. Bu eyleme “cybersquatting”, bu eylemi gerçekleştiren kişilere “cybersquatter” denmektedir.

2) İkinci olarak, ileride yüksek bir fiyata satabileceğini umduğu alan adlarını kendi adına tahsis ettirip beklemek de marka hukukunda ihtilafların çıkmasına sebep olmaktadır. Bu şekilde hareket edenlere “cyber- wildcatter” denmektedir.

3) Uyumsuzluk çıkmasına sebep olabilen üçüncü tür hareket tarzı ise, alan adının hiçbir satma gayesi olmaksızın tamamen kişisel ilgi ya da sebeplerle tahsis ettirildiği, ancak bir şekilde marka hakkını ihlal etmesi halidir.

4) Son olarak, bazı durumlarda marka bir alan adının içinde bir unsur ya da alan adının bir parçası olarak da kullanılabilir. Bu durumda da yine söz konusu alan adını satma amacı güdülmemektedir.

Alan adı tahsis işlemi, prensip olarak alan adına marka statüsü sağlamamaktadır. Eğer alan adı aynı zamanda marka olarak da tescil edilmişse korunmasının marka hukukuna göre sağlanacağına şüphe yoktur. Fakat piyasada kendine yer edinmiş bir alan adının, sahibi dışında bir üçüncü kişi tarafından marka tesciline konu olması halinde söz konusu işareti alan adı olarak alıp kullanan kişinin imkânları herhangi bir hukuki düzenlemeyle belirlenmemiştir. Böyle bir durumda hukukun iyi niyetli alan adı sahibini korumasız bırakması düşünülemez. Bunun için öncelikle, aynı ve benzer işaretin hem alan adı, hem marka olması halini, daha sonra da alan adı sahibinin hak ve taleplerini incelemeye çalıştık.

Hakkı ihlal olunan kişilerin haklarını adli yollarla aramaları esastır. Ancak marka ve alan adı uyuşmazlıklarında hakkı ihlal edilen kişiler, haklarını adli yollarla arayabilecekleri gibi bunun dışında kurulmuş olan alternatif uyuşmazlık çözüm yollarına da başvurma imkânına sahiptirler. Bu, hak aramak için gayet etkin bir yoldur. Alternatif uyuşmazlık çözüm yolları, tarafsız bir üçüncü kişinin, uyuşmazlığı çözümlmek hususunda yardımcı olmak ve uyuşmazlığın çözümlenmesine katkıda bulunduğu, devlet mahkemelerinde yürütülen dava yolunun yanında işleyen, seçimlik nitelikteki "uyuşmazlık çözüm yolları" olarak tanımlanabilir. Alternatif uyuşmazlık çözüm yolları uluslar arası ve ulusal olmak üzere iki kategoride toplanmaktadır. Uluslar arası boyutta Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü bünyesinde bulunan ve ICANN tarafından kabul edilen Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikaları'nı (UDRP) uygulayan Tahkim ve Arbuluculuk Merkezi bulunmaktadır. Ulusal boyutta ise birçok ülke kendi alan adı uzayı ".tr" Alan Adı Uzayı bakımından ise Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması öngörülmektedir. Fakat bu mekanizma henüz faal değildir.

UDRP hükümleri uyarınca yargılama yapan kuruluşları, her ne kadar isimleri tahkim de olsa, nitelikleri ve verdikleri kararlar itibari ile hukuki anlamda tahkim olarak değerlendirmek mümkün değildir. Bu sistem, Alan Adları Sistemi (DNS) yönetimi kapsamında daha çok idari bir mekanizmadır ve bazı hallerde hızlı ve etkin çözümler sunmaktadır. Bu bağlamda UDRP ve RUDRP uyarınca verilen kararları mevcut kurum ve sistemlerden birine dâhil etmek yersizdir. Bu uluslararası boyutta, pratik, hızlı ve oldukça başarılı, sui generis bir uyuşmazlık çözüm usulüdür.

## GİRİŞ

Marka, 556s. MarkKHK md. 5'te, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlayan, kişi adları dâhil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayımlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretler olarak tarif edilmektedir.

Günümüzde, ticaret hayatının vazgeçilmez bir parçası olan markanın geçmişi, yasal korumaya kavuşmadan asırlarca öncesine dayanmaktadır. İşlevi zamanla değişikliğe uğramakla birlikte, ilk çağlardan beri çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Örneğin, hayvanların damgalanmasının ve toprak kaplar üzerindeki işaretlerin geçmişi M.Ö. 5000'li yıllara kadar gitmektedir. Markanın ilk örnekleri arasında ilk çağlarda hemen her yerde rastlanılan, ambalaj ya da zarfları kapatmaya yarayan mühürler, kandillerin üzerindeki işaretler sayılabilir. Görüldüğü gibi bu dönemde marka daha çok bir ürünün menşeyini, üreticisini veya sahibini göstermektedir<sup>1</sup>.

Genel anlamıyla marka, antik çağlarda, özellikle Mısır ve daha sonra da Roma İmparatorluğu tarafından ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte önem kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde, denizaşırı ticaretin doğurduğu, korsan saldırısı, geminin batması gibi tehlikelere karşı emtianın malikini kesin şekilde gösterme görevini marka üstlenmiştir. M.S. 5. yüzyılda Roma İmparatorluğunun yıkılmasıyla ürünlerin bu şekilde markalanmasının da son bulduğu gözlenmektedir<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Yves **Plasseraud**/ Martine **Dehaut**/ Claude **Plasseraud**, Marques Création, Valorisation, Protection, Editions Francis Lefebvre, Paris, 1994, sh. 9; C.D.G. **Pickering**, Trade Marks in Theory and Practice, Hart Publishing, Oxford, 1998, sh. 36 vd.

<sup>2</sup> C.D.G. **Pickering**, Trade Marks in Theory and Practice, Hart Publishing, Oxford, 1998, sh. 37.

9. ve 11. yüzyıllar boyunca, sanayi ve ticaret alanında süren istikrarsızlık ve düşüşten sonra, 12. ve 13. yüzyıllarda ticaretin yeniden dirilmesiyle marka, tekrar ve daha geniş bir biçimde kullanım alanı bulmuştur<sup>3</sup>.

Markanın bu yükselişinin altında dönemin sosyoekonomik ve endüstriyel yapısındaki değişiklikler yatmaktadır. Zira bu dönem Avrupa için büyük değişimlerin başlangıcını temsil etmektedir. Bu dönemde, nüfusun büyük ölçüde artması kitlesel göçlere sebep olmuş ve yeni açılan yerleşim alanlarında yeni kentler kurulmuştur. Sosyoekonomik şartların elverişliliği sayesinde işadamları sınıfı oluşmuş ve özel girişimciler birbirleriyle rekabete başlamıştır. Ticaretin yükselişi şehirleri özerkleştirmiş ve lonca teşkilatlarının kuruluşuna zemin hazırlamıştır. O dönemde her bir ticaret ya da üretim biçimi, bir lonca tarafından yönetilmekteydi. Bu loncalar, bir tür zanaat ustaları federasyonu idi ve çoğunlukla bir beratla kurulmaktaydılar. Loncaların iki temel amacı bulunmaktaydı, bu amaçları kısaca belirli bir kasaba ya da şehirde kendi ticaretini tekelleştirmek ve bir bütün olarak kârını arttırmaktır. Bu amaçlar, üyeler arasında her alanda eşitliğin sağlanması, özellikle işçilik ve fiyatlandırmada standartlara uyulması ve aynı zamanda hem bir loncanın kendi üyeleri hem de loncalar arası her türlü reklâm ve rekabetin arttırılmasıyla sağlanıyordu. Bazı bilim adamları bu dönemi ilk endüstri devrimi olarak da adlandırmaktadırlar<sup>4</sup>.

Kötü grafik özelliklerine rağmen günümüz markalarının öncülleri sayılan, modern çağın bu ilk markaları, mülkiyet, garanti ya da ürün markası şeklinde karşımıza çıkmaktadırlar. Bu durumda modern anlamda markanın, iki tarihi kökeni bulunmaktadır.

Modern anlamda markanın tarihi kökenlerinden ilki; isteğe bağlı olmakla beraber genellikle ürünlere eklenen mülkiyet markalarıdır. Bu marka türü, ürünün menşeyini göstermekten başka bir görevi bulunmayan ve tacirden ziyade zanaatkârların kullandığı markalardır. Bununla birlikte, okuma yazma bilmeyen tezgâhtarlar için malı tanımakta

---

<sup>3</sup> Plasseraud/ Dehaut/ Plasseraud, sh. 9 vd.; Pickering, sh. 37.

<sup>4</sup> Pickering, sh. 37; Ortaçağda sosyo-ekonomik yapı ve endüstriyel gelişmelerle ilgili ayrıntılı bilgi için Bkz. Jean Gimpel, (Çev. Nazım Özüaydın), Ortaçağda Endüstri Devrimi, TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları, Ankara, 1997, sh. II; E. M. Carus-Wilson, An Industrial Revolution of the Thirteenth Century, The Economic History Review, 1941, Vol. 11, No. 1, sh.39 vd.

kolaylık sağlamak ve gemi kazası veya korsanlık hallerinde, malı tanıtıp, esas sahibinin iade talebine dayanak olmak gibi pratik faydaları da bulunmaktaydı. Modern anlamda markanın ikinci tarihi kökeni ise: Garanti markası özelliklerini de barındıran, kolektif markalardır. Bu markalar, zanaatkârlar tarafından kullanılması ya kanunen ya da loncalar veya belediyelerin düzenlemeleriyle zorunlu olan markalardı. Bu markayı taşıyan hatalı ürünleri yapan zanaatkârlar ağır bir şekilde cezalandırılır, bu markayı taşımayan ürünler ise o bölgedeki loncanın tekel hakkını ihlal ettiği için kaçak mal sayılıp müsadere edilmekteydi<sup>5</sup>.

Bu dönemin markaları, üreticiyi değil ürünü temsil etmekteydi. Marka, tüketiciye üzerinde bulunduğu ürünün yeknesak bir standarda uygun olduğunu göstermekteydi ve dolayısıyla marka koruması, markalı ürünlerin ayıplı olarak satışıyla insanların aldatılmasını önlemek ve kolektif itibar ve sahip olunan tekelin korunması amacıyla kaynaklanmaktaydı<sup>6</sup>.

Endüstri Devrimi ile birlikte yaşanan değişim her alanda hissedildi. Demir yollarının inşası ve kanalların açılması, etkili bir ulaşım ve dağıtım imkânı sağlamaya başlamıştı. Bu imkân, üretimle birlikte malların, merkezi bir yerde yoğun olarak üretilip tüm ulusal pazara arzına zemin hazırlamıştır. Bunun yanında konumuzu ilgilendiren bir diğer netice de; günümüz ticari örgütlenmesinin genel karakterini oluşturan “serbest piyasada rekabet” fikrinin yerleşmesi olmuştur. Zira bu sonuç; tüketiciyle arasında mesafe bulunan üreticinin, ürünlerine kendisini tanıtan ve rakiplerinden ayrılmasını sağlayan markalar koymasını gerekli kılmıştır. Bu sayede, Ortaçağ boyunca ikinci planda kalan bireysel markalar ön plana çıkmış ve böylece 19. yüzyılın ilk yarısından itibaren özellikle Batı Avrupa’da çok çeşitli alanlarda bireysel marka kullanımının yaygınlaştığı ve artık markanın, tanıma için gerçek bir “ayırt edici işaret” haline dönüştüğü gözlenmiştir. Bireysel markalara doğru olan bu yönelim, I. Dünya Savaşı’ndan sonra üretimin hızlanması, taşımacılığın gelişmesi, reklâm sektörünün büyümesi ve uluslar arası ticaretin gelişmesi ile daha da artmıştır. Bugün artık bir teşebbüsün ürettiği mal veya hizmetlerini sunduğu Pazar, bir kasaba, şehir ve hatta ülke sınırlarını aşmış, bütün dünya faaliyet sahası haline gelmiştir. Böylesine geniş ve dağınık bir piyasada müteşebbis ile müşterisi arasına zaman zaman birçok aracı girmektedir. Müteşebbisin mal

---

<sup>5</sup>Frank I. **Schechter**, Rational Basis of Trade Mark Protection, Harvard Law Review, 1926-1927, Vol. 40, sh. 814; **Pickering**, sh. 37; **Plasseraud/ Dehaut/ Plasseraud**, sh. 9 vd..

<sup>6</sup>**Schechter**, sh. 819; **Pickering**, sh. 38.

veya hizmetinin izini sürebilmesi, yeni girdiği piyasalarda kendini tanıtabilmesi ve mal veya hizmetinin kökenini müşteriye açıklaması görevlerini marka üstlenmiştir. Marka, üreticiyle tüketici arasında bir bağ ve değerli bir itibar sembolü haline gelmiştir<sup>7</sup>.

Doksanlı yıllardan itibaren, markanın form değiştirip sanal âleme taşınmaya başladığı görülmektedir. İnternet, müteşebbisler için dünyanın her tarafından ulaşılabilen bir pazar, dünyanın her yerinde açık bir mağaza haline dönüştü. İnternet ortamında ticaret cazip olduğu kadar keşfedilmemiş bir alandı ve marka sahiplerini birçok sorun beklemekteydi.

Her ne kadar resmi bir tanımı olmasa da, genel kabul gören tarife göre internet, bilgisayar ağlarının, kendine has protokollerle, birbirine bağlandığı küresel bir ağ, kısaca ağların ağıdır. Bu ağın terkinde on binlerce bilgisayar ağı, bireysel kullanıcı ve çevrimiçi (online) servisler bulunmaktadır.<sup>8</sup> Özünde internet bir bilgi altyapısıdır.<sup>9</sup>

Kayıtlara geçmiş ilk “ağ tabanlı toplumsal etkileşim” fikri J.C.R. Licklider tarafından 1962’de yazdığı ve “galactic network” kavramını incelediği makalelerdir. Bu makalelerde Licklider, küresel ölçekte, herkesin buldukları yerden bağımsız olarak, bilgiye erişim ve sisteme bilgi girme imkânını veren bir bilgisayar kümesi kurgulamıştı. Aynı zamanda DARPA’nın da ilk başkanı olan Licklider’in kurguladığı, Galactic Network günümüz internetine oldukça yakındır.

İnternet’e doğru, teoriden pratiğe geçişte ise en önemli dönüm noktası, Leonard Kleinrock’ın 1961’de ortaya attığı paket anahtarlama (packet switching) teorisidir. Kleinrock, o zamana kadar üzerinde durulan devre anahtarlama (circuit switching) değil de paket anahtarlama yönteminin bilgisayar haberleşmesinde daha etkin bir çözüm olduğunu

---

<sup>7</sup> Haydar **Arseven**, Almeti Farika Hakkının Mahiyeti, Gayri Kanuni Rekabetle Münasebeti ve Doğumu, İstanbul Hukuk Fakültesi Mecmuası, 1956, C.16, sh. 826; **Pickering**, sh. 39; **Plasseraud/ Dehaut/ Plasseraud**, sh. 10 vd.

<sup>8</sup> Jérôme **Colombain**, La Cyber Culture, Toulouse, Éditions Milan, 1997, sh.12

<sup>9</sup> İnternetin ilk prototipinin adı ulusal bilgi alt yapısı anlamına gelen “National (veya Global ya da Galactic) Information Infrastructure “ dur. Barry M. **Leiner**/ Vinton G. **Cerf**/ David D. **Clark**/ Robert E. **Kahn**/ Leonard **Kleinrock**/ Daniel C. **Lynch**/ Jon **Postel**/ Larry G. **Roberts**/ Stephen **Wolff** , A Brief History of the Internet, <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml#LGR67>, Çevrimiçi: 14/02/2010.

savunuyordu. Bu iddiası 1965'te Thomas Merrill ile birlikte biri Massachusetts'de, diğeri California'da iki bilgisayarı birbirine düşük hızlı çevirmeli (dial-up) telefon hattı üzerinden birbirine bağlayarak kurdukları ilk geniş-alan (wide-area) bilgisayar ağı deneyi ile doğrulanmıştır.

1966'da Larry G. Roberts, ilk kez bilgisayar ağı kavramını geliştirdi ve bu konudaki görüşlerini 1967'de yayınladı. Bu dönemde ağ tasarımıındaki hat hızı da saniyede 2,4 kb'den 50 kb'ye çıkarılmıştır.

1969'da ABD Savunma Bakanlığı, deneysel bir bilgisayar ağı olan ARPANET'i kullanmaya başladı. ARPANET ilk ağ tabanlı protokol teknolojisinin somutlaşmış halidir. ARPANET, ilk aşamada dört bilgisayardan oluşan küçük bir ağı<sup>10</sup>. Bunu müteakip, 1970'li yıllarda eğitim ve araştırma kurumları da ARPANET'e dâhil edildi. 1973'de FTP (dosya aktarım protokolü anlamına gelen "*file transfert protocol*")un kısaltmasıdır) geliştirildi, böylece ağa bağlı bilgisayarlar arasında dosya transferi standart hale gelmiştir.

80'li yıllar boyunca özellikle ilk kişisel bilgisayarların çıkması ve yaygınlaşmasıyla daha çok kişi ağ üzerinden bilgiye ulaşabilir hale gelmiştir. 1983'e gelindiğinde TCP/IP, ARPANET üzerinde kullanılan tek standart protokol haline geldi ve böylece TCP/IP protokollerini kullanan veya TCP/IP ağlarıyla iletişimde bulunabilen ve birbirine bağlı ağların tümüne "internet" denmeye başlandı<sup>11</sup>.

1984'te ABD Savunma Bakanlığı tarafından, askeri ve sivil ağın birbirinden ayrılması amacıyla askeri kullanım için MILNET kurulurken 1987'de ABD Ulusal Bilim Vakfı (NSF) tarafından ARPANET'in yerini doldurmak üzere NSFNET olarak adlandırılan yüksek hızlı ağ

---

<sup>10</sup> **Leiner/ Cerf/ Clark/ Kahn/ Kleinrock/ Lynch/ Postel/ Roberts/ Wolff.**

<sup>11</sup> İnternet, zaman içerisinde, gayri resmi olarak "internetworking" kelimesinin kısaltması olarak kullanılmaya başlanmış ve yaygınlaşmıştır. Bağımsız bir kelime olarak interneti ilk kullanan bilinmemekle birlikte bu kelimeyi yazılarında ilk kullanan *Vin Cerf* olmuştur (1974). Bkz. Ian **Peter**, The beginnings of the Internet, <http://www.nethistory.info/History%20of%20the%20Internet/beginnings.html> , Çevrimiçi: 14.02.2010.

kurulmuştur. Günümüzün internet omurgasını bu ağ oluşturmaktadır<sup>12</sup>. Bu gelişmeler üzerine 1990'da ARPANET tamamen kullanımdan kaldırılmıştır<sup>13</sup>.

Bu dönemde, yalnızca sanal bir posta kutusu olan internet üzerinde, posta kutusu dışında bir alan yaratılması ve bu alanın adlandırılması fikri İnternet'i bugünlere taşıyan bir sürecin de başlangıcı olmuştur.

Geçmiş asırlara dayanan klasik marka, henüz çok yeni bir kavram olan ve hayatımıza ancak doksanların ikinci yarısından itibaren giren alan adı ile karşılaştığında doğal olarak uyumsuzluklar çıkmaya başladı. Bu çalışmamızda genel olarak internetin ama özelde alan adlarının marka hukukuna yaptıkları etki ile alan adı ve marka uyumsuzluklarını incelemeyi amaçladık. Bu incelemeyi yaparken öncelikle Alan Adı Sistemi ve alan adının hukuki niteliğini ardından da marka ve alan adı uyumsuzlukları ve çözüm yollarını inceleyeceğiz.

---

<sup>12</sup> Ian Peter, <http://www.nethistory.info/History%20of%20the%20Internet/beginnings.html>.

<sup>13</sup> Leiner/ Cerf/ Clark/ Kahn/ Kleinrock/ Lynch/ Postel/ Roberts/ Wolff.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### İNTERNET ALAN ADLARI İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

#### I. ALAN ADI KAVRAMI

##### A. Alan Adı Sistemi'nin (DNS) Mimarisi

Teknolojik gelişmenin temelinde, tekniğin sürekli evrim halinde olması yatmaktadır. İnternetin doğumundan bugüne kadarki süreç de bunu yansıtmaktadır. Bu yüzden, internet için tek bir mutlak mimari alt yapıdan bahsetmek mümkün değildir. Buna karşın ortak tek bir amaç vardır o da bağlantılıdır (connectivity) ve bu amacı gerçekleştirmek için mevcut araç ise internet protokolüdür<sup>14</sup>.

Küresel bağlantılılık için anahtar kavram “ağlar arası katman” yani “inter-networking layer” kavramıdır. Bağlantılılık niteliğinin tüm ağ üzerinde sağlanabilmesi için internet düzeyinde ortak, tek bir protokol olması gerekmektedir. Bununla birlikte diğer düzeylerde ihtiyaca göre değişik protokollerin kullanılması ve geliştirilmesi internetin doğasından kaynaklanmaktadır<sup>15</sup>.

Bu sebeple, internet, pek çok farklı tasarıma sahip birbirinden bağımsız ağların bir araya gelmiş hali şeklinde tanımlanmaktadır. Bu açıdan internet, “açık mimarili ağ “ (open-architecture network) kavramı üzerine temellenmiştir. Bu yapıda, herhangi bir ağ teknolojisinin seçimi özel bir ağ mimarisi ile sınırlanmadığı gib, aksine kullanıcı tarafından serbestçe seçilebilir.

---

<sup>14</sup> Brian E. **Carpenter**, Request for Comments (RFC): 1958, architectural principles of the internet, Haziran 1996, <ftp://ftp.rfc-editor.org/in-notes/rfc1958.txt>, sh. 1, vd., Çevrimiçi: 12.10.2009.

<sup>15</sup> Brian E. **Carpenter**, RFC: 1958, <ftp://ftp.rfc-editor.org/in-notes/rfc1958.txt>, sh. 3, Çevrimiçi: 12.10.2009.

Açık mimarili ağ kavramı 1972’de Robert E. Kahn tarafından ortaya atılmıştır. Bu fikir bağlamında Kahn, açık mimarili ağları destekleyen ve bir tür haberleşme protokolü olan TCP/IP protokollerini geliştirmiştir.<sup>16</sup>

TCP/IP ifadesi, iletim kontrol protokolü (Transmission Control Protocol, kısaca TCP) ve internet protokolünün (Internet Protocol kısaca IP) kısaltmalarından meydana gelmektedir. Bu protokoller, DARPA’nın (U.S. Defense Advanced Research Projects Agency) 1973 yılında başlattığı “Internetting Project” adıyla da bilinen araştırma projesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu projenin amacı, birbirine bağlı birden çok paket ağlar içinde, ağa bağlı bilgisayarların kolayca, karşılıklı iletişim kurmasını sağlayan bir iletişim protokolü geliştirilmesiydi. Böylece, bu araştırmanın sonunda bugün internet diye adlandırdığımız ağ sistemi ortaya çıkmıştır.<sup>17</sup>

TCP/IP, ağ üzerinde verilerin bir bilgisayardan diğerine akışında uyulan kurallardır. Bu protokoller sayesinde bir bilgisayardan diğerine veri akışı, verilerin ağ tarafından kolayca işlenebileceği kadar küçük parçalara ayrılarak ve her bir parçanın diğerlerinden bağımsız olarak, değişik yollardan aynı anda yollanıp, alıcıya ulaşma aşamasında tekrar bir araya getirilerek alıcıya sunulması suretiyle olur. Bu faaliyetin, verilerin toplanıp bir araya getirilmesi kısmından TCP, verilerin doğru adreslere gönderilmesi kısmından IP sorumludur.<sup>18</sup> TCP ve IP’nin standart hale gelmesi internetin önünü açmış ve alan adının doğumunu hazırlayan gelişmelere zemin hazırlamıştır.

İnternet’in öncüsü olan ARPANET’in ilk yıllarında sadece metin aktarımına, ya da daha basit bir anlatımla, elektronik posta iletimine imkân tanıyor olması, sistem üzerinde adreslemenin de bu oranda basit bir sistem olan tek kimlik “unique id” şeklinde tasarlanmasına sebep olmuştur. Buna göre internet adresi @ işareti ile birbirinden ayrılmış

---

<sup>16</sup> *Barry M. Leiner/ Vinton G. Cerf/ David D. Clark/ Robert E. Kahn/ Leonard Kleinrock/ Daniel C. Lynch/ Jon Postel/ Larry G. Roberts/ Stephen Wolff.*

<sup>17</sup> Vint Cerf, A Brief History of the Internet and Related Networks, <http://www.isoc.org/internet/history/cerf.shtml>, Çevrimiçi: 10.05.2005.

<sup>18</sup> <http://www.britannica.com/ebc/article?tocId=9380355&query=TCP%2FIP&ct=>.

kullanıcı ve bilgisayar isminden meydana geliyordu(<user>@<host>) ve en basit ifade ile kullanıcı ve posta kutusuna karşılık gelmekteydi<sup>19</sup>.

80'li yıllara gelindiğinde, ARPANET'in aşırı büyümeden kaynaklanan sorunlar çıkarmaya başlamıştı ve bu sorunların artarak devam edeceği anlaşıyordu. Kullanıcı adları ile ARPA adresleri arasında bir haritalama yapma ihtiyacı, mevcut mekanizmaları zorlamaktaydı. İhtiyaç duyulan şey, kodlama hatalarından doğacak karışıklıkları engellemek için benzer öğeleri birden fazla alan adında barındırmayan ve kaynağa istinaden çalışacak, tutarlı bir alan adı uzayı olduğu anlaşılmaktaydı<sup>20</sup>.

Bu sorunun çözümü için **Postel**'in önerdiği çözüm ise, bugünkü alan adı sisteminin ilk adımı oluşturan, “user@host” şeklindeki tek kimlikli posta kutusu tanımlamasının “tek kimlik@yer imleci” yani, “unique-id@location-id” şeklinde tekrar düzenlemesi o günkü sıkışmayı ve ilerde çıkacak sorunların önlenmesi için çare olarak görülmüştür. Bu öneriyle, alan adının posta hizmetinden ayrılması amaçlanmıştır. Zira elektronik posta kutusu tanımlaması alan adının bir ögesi ve location-id'nin alt birimi haline geliyor ve alan adları, soldan sağa gidildikçe özelden genele doğru hiyerarşik bir yapıya kavuşuyordu. Böylece posta kutusunun dışında bir alan ortaya çıkmaktaydı<sup>21</sup>.

İnternet üzerinde posta kutusu dışında bir alan yaratma ve bu alanı adlandırmak suretiyle adresleme fikri İnternet'in gelişim süreci içinde bir çığır açmıştır. Bu gün İnternet'in vazgeçilmez işlevleri gibi çalışmamızın konusu olan alan adları da bu fikir üzerine temellenmiştir.

---

<sup>19</sup> Zaw-Sing **Su**, Jon **Postel**, Request for Comments (RFC): 819, The Domain Naming Convention for Internet User Applications, [ftp://ftp.rfc-editor.org/in-notes/rfc819.txt](http://ftp.rfc-editor.org/in-notes/rfc819.txt), sh. 1

<sup>20</sup> Paul **Mockapetris**, RFC: 882, Domain Names - Concepts And Facilities, November 1983, sh 1 vd.

<sup>21</sup> Jon **Postel**, RFC:805, Computer Mail Meeting Notes,8 ferbruary 1982, sh. 1 vd.

## 1. Alan Adının Teknik İşlevi

Günlük hayatımızda sıkça kullandığımız ve en basit haliyle “www” ile başlayıp önceden tanımlanmış birtakım uzantılarla biten internet adresinden başka bir şey olmayan alan adları aslında geri planda birçok özellik barındırmaktadır.

İnternet üzerindeki iletişim, TCP/IP adı verilen özel bir kodlama dili kullanılarak verilerin aktarılması şeklinde gerçekleşir<sup>22</sup>. Bu protokolde tüm bilgisayarlar özgün bir IP numarasıyla adreslenmektedir<sup>23</sup>.

Alan adları, IP adresleri için tanımlanmış belirli referanslardır. IP adresi sayısal bir seri olduğu için akılda tutulması ve hatırlanması internet kullanıcıları için çok zordur. Bu zorluğu bertaraf etmek için IP adresleri yerine, internete girmek ve internette gezmek için kullandığımız ve alan adı (domain name) olarak adlandırdığımız metinsel diziler tasarlanmıştır<sup>24</sup>. Alan adları, interneti herkes için kullanılabilir hale getirmek için tasarlanmış ve noktalarla birbirinden ayrılmış kelime, rakam ve kısaltmalardan meydana gelen bir tür kompozisyonudur<sup>25</sup>.

Aktif olarak iki tür IP adresi kullanılmaktadır: IPv4 (IP version 4) ve Ipv6 (IP version 6)<sup>26</sup>. IP adresi, işlevsel olarak telefon numarasına benzetilebilirse de, IP adresini telefon

---

<sup>22</sup> Füsun **Nomer**, İnternet Alan Adının (domain name) Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Unvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar (İnternet Alan Adları ve Haksız Rekabet), Prof. Dr. Hayri Domaniç'e 80. Yaşgünü Armağanı, Cilt I, Beta, İstanbul 2001, sh. 395.

<sup>23</sup> Ali Osman **Özdilek**, Uygulamadan Örnek Olaylarla Bilişim Suçları ve Hukuku, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2006, sh 1; Cafer **Canbay** / Mustafa **Alkan**, İnternet Alan Adları Yönetimi, Mevcut Sorunlar ve Çözüm Önerileri, [http://www.tk.gov.tr/Etkinlikler/Ulusal\\_Etkinlikler/Bilisim\\_Kurultayi\\_2003.pdf](http://www.tk.gov.tr/Etkinlikler/Ulusal_Etkinlikler/Bilisim_Kurultayi_2003.pdf) çevrimiçi 05.05.2010.

<sup>24</sup> Gautier **Kaufman**, Noms de Domaine Sur Internet Aspects Juridiques, Vuibert, Paris 2001, sh. 7.

<sup>25</sup> Gonca **İlcalı**, Markaların İnternette Kullanımı, Elektronik Ticarete Marka Korumasının Önemi, Bu Alandaki Sorunlar ve Muhtemel Çözüm Yolları, Yayınlanmamış Türk Patent Enstitüsü Uzmanlık Tezi, Ocak 2001/Ankara, sh. 40.

<sup>26</sup> IPv4, 1 Ocak 1983'te uygulamaya konmuştur ve en yaygın kullanılan IP adresi türüdür. Bu tür IP adresleri, Bu 32 bitlik adresler sekiz bitlik adresler halinde noktalarla dörde ayrılır ve onluk sistemde yazılırlar, örneğin; 192.168.0.1 ya da 10.0.250.252 onluk sistemde yazılmış ve birbirinden noktalarla ayrılmış her bir sayı 0 ile 255 arasında değişmektedir. Buna göre IP adres aralığı da 0.0.0.0'dan 255.255.255'e kadar olmaktadır. IPv6 ise 1999'da kullanılmaya başlanmıştır. Bu tür IP adresleri 128 bitlik sayısal adreslerdir ve onaltılık sistemle

numarasından farkı noktalarla birbirinden ayrılmış sayı ve harflerden oluşan bir dizi olmasıdır.

IP numaraları ile alan adlarının eşleştirilmesi bir kripto faaliyetinin sonucu değildir. İnternet üzerinde, kök sunucu (root server) adı verilen geniş veritabanlarında, alan adları ve bunlara karşılık gelen IP numaralarının bir listesi bulunur. İnternete bağlı bir bilgisayarın tarayıcı programının adres boşluğuna alan adı yazılıp git tuşuna basıldığında tarayıcı yazılım otomatik olarak bu veritabanlarını kullanarak alan adına karşılık gelen sayısal adrese çevirir ve ilgili servis sağlayıcı ile bağlantı kurar. Bu sayede ulaşmak istediğimiz sayfa, tarayıcı ekranında görünmektedir.<sup>27</sup>

## 2. Alan Adında Bulunan Ögeler

Alan adlarının yapısını incelediğimizde birçok bileşenden meydana geldiği görülmektedir. Bunlar; bir ön ek, birinci derece alan adı (Top Level Domains; TLDs) ve ikinci derece alan adıdır (Second Level domains; SLDs). Ancak bir alan adı için olmazsa olmaz en az iki unsurun bulunması gerekmektedir. Bunlar birinci derece alan adı ve ikinci derece alan adıdır<sup>28</sup>.

Alan adında bulunan ön ek, teknik bir kısımdır ve tüm alan adlarında bulunur. Ancak tarayıcı programda, ilgili yere adres yazılırken yazılmasa bile program otomatik olarak bu kısmı alan adının başına ekler. Ön ekin işlevi kullanıcıya World Wide Web ortamında bulunduğu bilgisini vermektir ve şu şekildedir: “http://www” ya da kısaca “www”dir<sup>29</sup>.

---

dizilirler. Örneğin; 1080:0:0:0:8:800:200C:417A. Bkz. Structure of IP Addresses, <http://www.iana.org/faqs/abuse-faq.htm#StructureofIPAddresses>, Çevrimiçi: 07.06.2009, İlker **Temir**, IPAdreslemeye Genel Bakış, <http://www.ilkertemir.com/document/tcpip.html>, Çevrimiçi: 25.04.2009.

<sup>27</sup> Hasibe **Işıklı**, İnternet Alan İsimleri Sistemi Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki, DPT Yayınları, Ankara,2001, <http://ekutup.dpt.gov.tr/bilisim/isiklih/inet-ais.pdf>, Çevrimiçi: 20.04.2005, sh. 10 vd. ; **İlcalı**, sh. 40.

<sup>28</sup> Gülgün **Anık**, İnternet Alan Adı, FMR, C.5 2005/4 sh. 67 vd; **İlcalı**, sh. 40.

<sup>29</sup> Romain **Gola**, Internet Noms de Domaine et Droit des Marques, D.E.A. Tezi, Aix Marseille, 1998, <http://www.juris-nd.com/CIDJ/Etudes.htm>, çevrimiçi : 28/05/2004, sh. 34.

Bir alan adını anlamak için sağdan sola doğru okumak gerekmektedir. Alan adları, bu doğrultuda genelden özele doğru hiyerarşik bir düzen içindedir.<sup>30</sup> Birinci derece alan adları (TLDs), alan adı kompozisyonunun en sağındaki ögedir ve sitenin faaliyet sahasını ya da yayın yaptığı ülkeyi, bazen de her ikisini birden gösterir<sup>31</sup>. Bu tariften de anlaşılacağı gibi birinci derece alan adlarının iki işlevi vardır ve iki türü bulunur. Bunlardan ilki, birinci derece jenerik alan adları (generic top level domains ya da kısaca gTLDs), ikincisi de; birinci derece ülke kodu alan adlarıdır (country code top level domains ya da ccTLDs)<sup>32</sup>. Alan adı tahsis eden kuruluşun tahsis politikasına göre bir alan adında bu iki tür birinci derece alan adının ikisi birden ya da sadece biri bulunabilir. Örneğin; Galatasaray Üniversitesi'nin web adresi” <http://www.gsu.edu.tr> “ dir. Bu alan adında “tr”, birinci derece ülke kodu alan adı (ccTLDs), “edu” ise birinci derece jenerik alan adını (gTLDs) karşılar.

Birinci derece jenerik alan adları(gTLDs), web sitesinin niteliğini açıklayıcı bir işleve sahip kısaltmalardır ve aşağıdakilerden oluşmaktadır:

- .com: Ticari amaçlı siteler için,
- .org: Ticari amaç gütmeyen organizasyonlar için,
- .net: İnternetle ilgili faaliyet gösteren gerçek ya da tüzel kişiler için,
- .edu: ABD'deki üniversiteler ve eğitim kurumları için,
- .gov: ABD hükümet kurumları için,
- .mil: ABD askeri kurumları için,
- .int: Uluslararası kuruluşlar için,
- .aero: Uzay ve havacılık sektöründe faaliyet gösteren kurum ve şirketler için
- .biz: Şirketler için,
- .coop: Kooperatifler için,

---

<sup>30</sup> Nathalie **Beaurain**/ Emmanuel **Jez**, Les Noms de Domaine de l'Internet Aspects Juridiques, Litec, Paris, 2001, sh. 2.

<sup>31</sup> Odile **Garlin-Ferrard**, L'Élaboration de la Nature et du Régime Juridiques du Nom de Domaine aux Travers des Conflits Avec la Marque, Dossiers Propriété Intellectuelle, Vol. III et IV, 2002, sh. 7.

<sup>32</sup> **Işık** sh. 11.

- .pro: Profesyonel ihtiyaçlar için,
- .museum: Müzeler ve yetkilileri için,
- .info: Herhangi bir sınırlama olmaksızın bireysel ve kurumsal kullanım için,
- .name: Gerçek kişilerin kullanımına tahsis edilmiş birinci derece jenerik alan adlarıdır<sup>33</sup>.

Birinci derece ülke kodu alan adları (ccTLDs) ise web adreslerinin sonuna yazılan iki harfli ülke adlarının kısaltmalarıdır. Bu kısaltmalar, ISO 3166-1 listesindeki kısaltmalardır<sup>34</sup>. Ülke kodları ile internet sitesinin hangi ülkenin alan adı tahsisi ile görevli kuruluşundan alındığı bilgisi verilmiş olur. Örneğin;

- .tr: Türkiye,
- .fr: Fransa,
- .de: Almanya gibi<sup>35</sup>.

Birinci derece alan adlarının iki işlevi olduğu görülmektedir; bunlar söz konusu alanın yerini belirlemesi ve özgülendiği amacı göstermesi şeklinde özetlenebilir. İkinci derece alan adları ise, ön ekten sonra birinci derece alan adından önce konumlanır ve alan adını alan kişi, bu kısmı imkânlar dâhilinde serbestçe belirleme hakkına sahip bulunmaktadır<sup>36</sup>.

Alan adı seçiminde özgürlüğü kısıtlayan başlıca unsur, yazı karakteridir. 2000 Yılı Ekim ayına kadar alan adları, ancak İngilizce küçük harfler, rakamlar ve tire (-) işaretinden oluşmak

<sup>33</sup> Evaluation of the New gTLDs: Policy and legal Issues, July/10/2004, sh. 10 vd. <http://www.icann.org/topics/gtld-strategy-area.html> , Çevrimiçi: 30/05/2005, **Baurain/Jez**, sh. 2 vd.

<sup>34</sup> Bkz. Jon **Postel**, Request for Comments: 1591, March 1994, <http://www.isi.edu/in-notes/rfc1591.txt> , Çevrimiçi: 30/05/2005 , ISO 3166 Kod Listesi için, <http://www.iso.org/iso/en/prods-services/iso3166ma/02iso-3166-code-lists/list-en1.html> , Çevrimiçi: 30/05/2005.

<sup>35</sup> Bazı ülke kodları aynı anda başka kelimelerin kısaltmaları oldukları ya da başka kelimeleri çağrıştırdıkları için yerele talebin dışında özel bir çekim gücüne sahiptir. Örneğin küçük bir ada ülkesi olan Tuvalu'nun ülke kodu olan ".tv" televizyonun dünya çapında kabul gören kısaltması olması sebebiyle bu sektörde çalışan şirketler için çekici bir alan adı uzantısı olmuştur. Bu çekim karşısında ".tv" uzantılı alan adı tahsisi yetkisini özel bir şirket olan VeriSign Tuvalu'dan almış ve halen kullanmaktadır. Türkmenistan'ın ülke kodu olan ".tm" de İngilizce tescilli marka anlamına trademark'ın kısaltması olması da benzer bir ilgi çekmektedir.

<sup>36</sup> Elaine **Yeo**, La Résolution Juridicaire des Conflits Entre Marques et Noms de domaine en France et aux Etats-Unis, Yayınlanmamış DESS Tezi, Paris, 2002, sh. 1.

zorundaydı. Ancak bu tarihten sonra İngilizce dışındaki harf karakterleri de alan adlarında kullanılabilir hale gelmiştir.<sup>37</sup> İkinci kısıtlama ise zorunluluktan kaynaklanmaktadır; her bir birinci derece üst düzey alan adı için belirli bir ikinci derece alan adından ancak bir tane tahsis edilebilir. Alan adı sisteminde önce gelen alır ilkesi geçerli olduğu için daha önce başkasına tahsis edilmiş bir alan adıyla aynı birinci ve ikinci derece üst alan adına sahip bir alan adı tekrar tahsis edilemez<sup>38</sup>. Bunların haricinde teknik olarak bir kısıtlama olmamasına karşın, hatırlama ve yazma kolaylığı açısından alan adlarının kısa olması tavsiye olunmaktadır.

## B. Alan Adı Sistemi'nin (DNS) Yönetimi

Sanal dünyanın kapısı olan alan adlarının düzenlenmesi, kayıtlarının tutulması, korunması, ortaya çıkabilecek uyuşmazlıkların çözümü oldukça büyük bir gayret ve yoğun bir çalışma gerektirmektedir. Bunun için ülkesel ve küresel ölçekte değişik kurum ve kuruluşlar çalışmaktadır.

### 1. Alan Adı Sistemi'nin (DNS) Uluslararası Yönetimi

Alan adı sisteminin uluslararası düzeydeki yönetimi başlıca iki kuruluş tarafından yürütülmektedir. Bunlar; İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi (Internet Assigned Numbers

---

<sup>37</sup> NSI'nin başvurularını kabul ederek alan adlarında kullanılabilir hale getirdiği karakterler arasında Çince, Arapça, Japonca, Korece, İspanyolca, Portekizce gibi diller var. Bu sayede “国际化域名.com” şeklindeki alan adlarına rastlanılır olmuştur. Bkz. David J. **Stewart**/ Robert L. **Lee**, Foreign-Character Domain Names and New Top-Level Domains Create More Trademark Issues, <http://www.gigalaw.com/articles/2000-all/stewart-2000-11-all.html> , Çevrimiçi: 31.01.2005, Doug **Isenberg**, Multilingual Domain Names May Create New Trademark Disputes, <http://www.gigalaw.com/articles/2000-all/isenberg-2000-11c-all.html> , Çevrimiçi: 01.06.2005.

Bu gelişmeye rağmen Türkiyede henüz türkçe karakterlerle alan adı tahsisi yapılmamaktadır. Bkz. “tr“Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, sh.5 vd. , <http://www.nic.tr>, Çevrimiçi: 30.08.2007.

<sup>38</sup> **Işıkli**, sh. 21, Bu imkânsızlık alan adı sisteminde geçerli olan “önce gelen alır” (*premier arrivé, premier servi / first come first served*) ilkesinin görünüşüdür ve bir alan adının atanmasını ilk talebeden kişi tasisten sonar bu alan adı üzerinde münhasıran hak sahibi olur ve aynı ala adının tahsisi başkalarının talep edilemez. Buna göre aynı birinci derece alan adı altında iki tane aynı ikinci derece alan adına sahip iki alan adı bulunamaz. Bkz. Grégoire **Loiseau**, Nom de Domaine et Internet: Turbulences Autour d'un Nouveau Signe Distinctif, Recueil Dalloz, 23é Chai. Chronique. 1999, sh. 245, Jérôme **Chouraqui**, Le Droit des Noms de Domaine sur Internet ou la Notion de Marque de Fabrique Revisitée, Revue du Droit de la Propriété Intellectuelle, N° : 70 Décembre 1996, sh. 14.



Authority ya da kısaca IANA) ve İnternet Tahsisli İsimler ve Sayılar Birliği (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ya da kısaca ICANN)'dir.

**a. IANA İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi (Internet Assigned Numbers Authority)**

Her bir alan adının karşılığında bir IP numarası bulunmaktadır. Alan adlarına karşılık olarak IP numarası atanması işlemi ise servis sağlayıcılar tarafından yapmaktadır. Bu zincirin ilk halkasını üst düzey kayıt hizmeti veren bir organizasyon olan IANA (Internet Assigned Numbers Authority) oluşturmaktadır.

IANA, IP adreslerinin kayıtlarının tutulmasını, IP adreslerinin düzenlenmesini ve bölgesel IP adresi kayıt kurumlarına (Regional Internet Registries, RIRs) bloklar haline IP adresi tahsisini yürütür. Dünyada beş tane bölgesel IP adresi kayıt kurumu vardır. Bunlar;

**AfriNIC** (African Network Information Centre) – Afrika,

**APNIC** (Asia Pacific Network Information Centre) - Asya/Pasifik,

**ARIN** (American Registry for Internet Numbers) – Kuzey Amerika

**LACNIC** (Regional Latin-American and Caribbean IP Address Registry) – Latin Amerika ve Karaipler,

**RIPE NCC** (Réseaux IP Européens) – Avrupa, Orta Doğu ve Orta Asya bölgelerinden sorumlu bölgesel IP adresi kayıt kurumlarıdır.

IANA'nın görevi, atanmamış adresler havuzundan bu kurumlara bloklar halinde IP adresi atamaktır. Daha sonraki aşamada ise bölgesel kurumlar, yerel ya da ulusal kayıt kurumlarına talepleri doğrultusunda IP adresi tahsis etmektedirler. Yerel ya da ulusal kayıt

kurumları da, kendilerine tahsis olunmuş IP adreslerini kullanıcılara aktarmak üzere internet servis sağlayıcılara (Internet service providers, ISPs) tahsis ederler<sup>39</sup>.

### **b. ICANN İnternet Tahsisli İsimler ve Sayılar Birliği (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers)**

İnternet Tahsisli İsimler ve Sayılar Birliği (ICANN, The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) IP adresi, alan tahsisi, jenerik ve ülke kodu birinci derece alan adı (gTLDs ve ccTLDs) sistemi yönetimi, root server<sup>40</sup> sistemi yönetiminden sorumlu, kâr amacı gütmeyen uluslararası bir kuruluştur<sup>41</sup>.

ICANN'ın alan adı sistemi içinde üstlendiği rol, tüm internet kullanıcılarının geçerli tüm adresleri bulabilmeleri için alan adı sisteminin (DNS) teknik unsurlarının yönetiminin koordinatörlüğüdür.

Teknik açıdan ICANN görevleri, IP bloklarının atanmasıyla ilgili politikaların belirlenmesi, root server sisteminin yönetilmesi, yeni üst düzey alan adları (TLDs) ile ilgili politikaların belirlenmesi, diğer teknik internet parametrelerinin atanmasının koordine edilmesi, ülke kodu birinci derece alan adları (ccTLDs) ile ilgili yetkilendirme ilkelerini belirlenmesi ve uygulanması şeklinde özetlenebilir<sup>42</sup>.

---

<sup>39</sup> Kaufman, sh.35 vd., Işıklı, sh. 13 vd., Abuse Issues and IP Addresses, <http://www.iana.org/faqs/abuse-faq.htm>, IP Address Services, <http://www.iana.org/ipaddress/ip-addresses.htm>, Çevrimiçi: 07.06.2009.

<sup>40</sup> Root serverlar, tüm birinci derece alan adı (hem jenerik hem de ülke kodu birinci derece alan adlarının) kayıtlarının IP adreslerini barındırırlar. Bu çok önemli bir bilgidir zira en ufak bir hata halinde internet üzerinde alan bulmak imkânsız hale gelir.Bkz.Root Servers, <http://www.icann.org/general/glossary.htm#R>, Çevrimiçi: 09.06.2009.

<sup>41</sup> ICANN Information, <http://www.icann.org/general/>, Çevrimiçi: 09.06.2009.

<sup>42</sup> Kaufman, sh. 40; ICANN Information, <http://www.icann.org/general/>, çevrimiçi: 09.06.2009

## 2. Türkiye'ye Tahsisli Alan Adı Sisteminin Yönetimi

IANA tarafından Türkiye'nin kullanımına tahsis edilen IP adresleri “.tr” alan adı uzayını meydana getirir. Bu alanın idaresi Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ne bırakılmıştır. Türkiye'de bu görevi birbiri ile koordinasyon halinde yerine getiren, DNS Çalışma Grubu ve “.tr” Alan Adı Yönetimi olmak üzere iki kurum bulunmaktadır.

### a. DNS Çalışma Grubu

Bu çalışma grubu, Ulaştırma Bakanlığı İnternet Kurulu'na bağlı olarak çalışmakta ve içinde sektör temsilcilerinin de bulunduğu on bir kurumsal üyeden oluşmaktadır<sup>43</sup>. Kurulun oluşum yapısı şöyledir;

- 1) İnternet Servis/İçerik Sağlayıcılarından 2 üye,
- 2) Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nden (TOBB) 1 üye,
- 3) Türkiye Barolar Birliği'nden (TBB) 1 üye,
- 4) Türk Patent Enstitüsü'nden (TPE) 1 üye,
- 5) Türkiye Bilişim Derneği'nden (TBD) 1 üye,
- 6) ULAK-Net'ten 1 üye,
- 7) Üniversitelerden 1 üye,
- 8) Türkiye Alan Adı Yönetimi'nden (ODTÜ) 1 üye,
- 9) İnternet Üst Kurulu Temsilcisi 1 üye,
- 10) Ulaştırma Bakanlığı Temsilcisi 1 üye<sup>44</sup>.

<sup>43</sup> “.tr” Alan Adlarına İlişkin Basın Kuruluşları Tarafından Sorulan .tr” Alan Adlarına İlişkin Basın Kuruluşları Tarafından Sorulan Sorularla İlgili ODTÜ'nün Yanıt ve Açıklamaları (“.tr” Alan Adı Yönetimi ODTÜ, 18.02.2005) <http://www.nic.tr>, Çevrimiçi:30.05.2005 sh.1, **DNS Çalışma Grubu**, <http://kurul.ubak.gov.tr/calgrup01.php>, Çevrimiçi: 09.06.2005.

<sup>44</sup>Üyelerin seçimleri ile ilgili ayrıntı için Bkz. İnternet Üst Kurulu - DNS Kurulu Kuruluş ve Çalışma İlkeleri, **Üyeler**, <http://kurul.ubak.gov.tr/calgrup01.php>, Çevrimiçi: 09.06.2005.

DNS Çalışma Grubu'nun kuruluş amacı ve görevleri, çalışma ilkelerinde şöyle açıklanmıştır: DNS Çalışma Grubu'nun amacı, Türkiye'de alan adı konusunda politikaların ve işleyiş mekanizmalarının belirlenmesi, izlenmesi ve alan adı uyuşmazlıklarının çözümü için ilke ve mekanizma önerileri oluşturulması, bu önerilerin Alan Adı Yönetimi'ne (ODTÜ) iletilmesi ve uygulamada koordinasyonun sağlanmasıdır<sup>45</sup>.

DNS Çalışma Grubu'nun görevleri ise çalışma ilkelerinde, planlama, izleme, uygulama önerileri oluşturma, uyuşmazlıkların çözümü mekanizmaları oluşturmak, gelişmeleri izlemek ve tanıtıcı etkinlik düzenleme olmak üzere altı başlık altında sayılmıştır. Bu görevler çalışma ilkelerinde şöyle açıklanmıştır:

**Planlama:** İnternet Alan Adlarının hiyerarşik yapılanma kurallarının, üst düzey alan adlarının (.com.tr, .net.tr, .gen.tr vb.) ve üst düzey alanlara ilişkin kayıt koşullarının belirlenmesi, gerektiğinde kamuoyu eğilim belirleme mekanizmalarının oluşturulması için görüş ve öneriler oluşturmak.

**İzleme:** Türkiye'de Alan Adı sisteminin gelişim ve işleyişinin nitel ve nicel olarak değerlendirilebilmesi amacıyla, uluslararası DNS yönetimlerinden ve .tr DNS yönetiminden veri toplamak ve yayınlamak. Türkiye'de İnternet kullanıcılarının görüş ve önerilerini toplamak ve değerlendirmek.

**Uygulama önerileri oluşturma:** Türkiye'de Alan Adı sisteminin sağlıklı gelişmesi ve işlemesi amacıyla, alan adı kayıtları ve kayıt mekanizmaları konusunda Türkiye “.tr” DNS yönetimine, işletim konusunda ise ilgili "DNS server" işleticisi kuruluşlara hizmetin nitel ve nicel özellikleriyle ilgili önerilerde bulunmak.

Belirli bir alan adı konusunda uzlaşmazlık içinde olan tarafları uygun çözümlerle uzlaştırabilmek için gerekli olabilecek mekanizmaları oluşturmak.

---

<sup>45</sup> DNS Kurulu Kuruluş ve Çalışma İlkeleri.

Dünyada, Alan Adları konusunda süren gelişmeleri izlemek, alan adlarına ilişkin olarak uluslararası toplantı ve konferanslara ülke çıkarlarının korunması ve bilgi alışverişinin sağlanması için katılmak ve uluslararası platformlarda ülkemizin görüşlerinin doğru dile getirilebilmesi için gerekli çabayı göstererek öneriler oluşturmak.

Alan Adları Sistemi'nin (DNS) ülke çapında sağlıklı çalışması için gerekli bilgi ve deneyim birikimine katkıda bulunmak üzere seminer, konferans vb. etkinlikler düzenlemek, düzenlenmesine katkıda bulunmak<sup>46</sup>.

### **b. ODTÜ Alan Adı Yönetimi**

1986 yılında, kısa adı TÜVAKA olan Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı'nın ABD'de bazı üniversite ve devlet kurumlarının ARPANET ağını birbirine bağlayan BITNET ağına, "Avrupa Akademik ve Araştırma Ağları European Academic and Research Network (EARN)" aracılığıyla bağlanması ile birlikte, Türkiye uzak ağlarla tanışmıştır. TÜVAKA'nın kurduğu ağ, başlangıçta sadece üniversiteler ve araştırma kurumları tarafından kullanılmış ve finanse edilmiştir. EARN ağına ilk önce, Aralık 1986'da Ege Üniversitesi bağlanmış, daha sonra 1987'de sırası ile Anadolu, Yıldız Teknik, İstanbul Teknik, Boğaziçi, Fırat, Orta Doğu Teknik, Bilkent ve İstanbul Üniversitelerinin bağlantıları gerçekleştirilmiştir<sup>47</sup>.

TÜVAKA, 1989 yılından itibaren tıkanmaya başlamış ve teknolojik gelişmeler karşısında yetersiz kalmıştır. 1990'lı yılların başında, Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) tarafından önerilen bir proje, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) tarafından desteklenmiştir. ODTÜ ve TÜBİTAK yeni ağ teknolojilerinin kullanılması gerektiği öngörüsü ile "TR-NET (Türkiye İnternet Proje Grubu)" adında ortak bir proje

<sup>46</sup> DNS Kurulu Kuruluş ve Çalışma İlkeleri.

<sup>47</sup> Tamer Soysal, İnternet Alan Adlarının Korunması, yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004, sh.57.

başlatmışlardır. Devlet Planlama Teşkilatı'nın da desteklediği TR-NET projesi, 1991 yılında başlamıştır. 1990 yılında TÜVAKA'nın NAD-TR çalışma grubu, alan adlarının ".com.tr", ".edu.tr", ".org.tr", ".gov.tr" olarak bölünmesi ilkesini benimsemiştir. 1992 yılında, ODTÜ, TR-NET projesinin TR delegasyonunu. IANA'dan almış ve yapılan çalışmalar sonucunda, 12 Nisan 1993 tarihinde 64 Kbps hızındaki ODTÜ-Washington(NSF) hattı kullanıma açılarak, internet bağlantısını başlatmıştır<sup>48</sup>.

ODTÜ, 1990 yılında, Amerikan Ulusal Bilim Vakfı (NSF) ile yaptığı sözleşme ile alan adı dağıtan Network Solutions Inc. (NSI) tarafından yönetilen ve kısa adı InterNIC olan kayıt kurumu Internet Network Information Center'a kayıt olmuştur. Bu sayede, “.tr” uzantılı alan adlarının yönetimi ve koordinasyonu, 1990 yılında Internic'e ilk kayıt olduğu tarihten beri Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) tarafından sağlanmaktadır. Yönetimin uygulayacağı kurallar ve politikalar, DNS Çalışma Grubu tarafından hazırlanan “.tr Alan Adları Politikalar, Kurallar ve İşleyiş” adlı belgeyle düzenlenmiştir. Bu kurallar “.tr” uzantılı tüm alan adlarının tahsis, silme ve değişiklik işlemlerinde uygulanmaktadır<sup>49</sup>.

“.tr “ Alan adı uzayı (domain name space), T.C. kamu ortak malıdır ve gerçek ve tüzel kişilerin gerekli koşulları yerine getirmek suretiyle bu hizmetten hakça ve eşit olarak yararlanmaları esastır. Bu hak kullanıldığı sürece devam etmektedir<sup>50</sup>.

---

<sup>48</sup> Tamer Soysal, sh. 58.

<sup>49</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, sh. 2, <https://www.nic.tr> , Çevrimiçi: 30.05.2005; Bkz. Tekin Memiş, Alan Adları ve tr. Alan Adı Politikalarına Eleştirel Bir Yaklaşım, <http://www.e-akademi.org/makaleler/tmemis-9.htm>

<sup>50</sup> tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md.1, 3.

## II. ALAN ADI TAHSİS SİSTEMLERİ

### A. Alan Adı Üzerindeki Hakkın Kazanılması

Alan adı üzerindeki haklar, hak sahibine mutlak bir hak tanımasa da, alan adı tahsis hizmeti veren yetkili bir kuruluş nezdinde yapılacak talep üzerine alan adının ilgiliye tahsisi ile doğar ve tahsis yenilendiği sürece devam eder. Tahsis işleminden önce alan adı olarak tahsis edilecek ibarenin seçimi önem taşımaktadır. Yanlış bir alan adı seçimi, tahsisin gerçekleşmemesi ya da söz konusu alan adından beklenen faydanın elde edilememesi sonuçlarını doğuracaktır.

#### 1. Alan Adının Seçimi ve Geçerlilik Şartları

Alan adının elde edilmesi iki aşamada gerçekleşir. Bir alan adını kullanmak isteyen gerçek veya tüzel kişiler tarafından, öncelikle bir ad seçmeliler ve servis sağlayıcı kuruluştan bu alan adına karşılık gelecek bir IP adresi atanması talep edilmelidir.

Alan adlarının geri planı sadece ilgililerin anladığı algoritmalarla oluşsa da internet kullanıcılarına yansıyan yüzü oldukça fazla önem taşımaktadır. Bu önemin özellikle ticaret hayatında büyük maddi değerlerle ifade edilmesi alan adı seçiminin dinamiklerini daha da karmaşık hale getirmiştir.

Genel hatları ile ad seçimine bakacak olursak, iki aşamadan oluştuğunu görürüz. Öncelikle, kurulacak sitenin amacına uygun bir adın belirlenmesi ki, bu stratejik bir karardır; ikinci olarak da seçilen alan adının teknik şartları yerine getiriyor olmasıdır.

İnternet üzerinde varlık göstermek, temsil edilmek isteyen şirketlerin markalarını, ticaret unvanlarını ya da şirketlerini anımsatacak işaretleri alan adı olarak tahsis ettirmeleri gerekmektedir. Bu bakımdan marka ile benzerlikler taşısa da; binyılları aşan markalama

geleneği ve yüzyılı aşan fikri ve sınaî mülkiyet hukuku ile mukayese edildiğinde henüz yapılanmasını tamamlamamış ve halen evrim geçirmekte olan alan adı sistemi ilk bakışta bir kaos ve yeknesak kurallardan uzak bir alan izlenimi vermektedir.

Gelişim halinde olan ve hukuku peşinde sürüklediği için çoğunlukla hukukun kapsama alanında olmayan bu sanal dünyada, alan adının etkinliği, şirketin alan adından beklentileri ve bu beklentilerin gerçekleştirilebilirliği arasındaki dengeye bağlıdır. Şirketler görünürlükleri yoluyla internet üzerindeki varlıklarını optimize etmek isterken, aynı zamanda markalarını da bu yepyeni dünyada mümkün olduğunca korumaya çalışmaktadırlar.

Her şirket kendi şartlarına göre bir alan adı seçmelidir. Şirketin hitap ettiği pazar, markasının tanınmışlığı ve etkin olduğu coğrafi bölge, şirketin internetteki yetkinliği ve ayırdığı bütçe alan adı seçiminde etkin olan kıstaslardandır<sup>51</sup>.

Esas itibariyle, alan adı bir şirket için amaç değil araçtır. Fakat artık özenle korunması ve yönetilmesi gereken bir gayri maddi mal varlığı haline gelmiştir. Dolayısıyla şirketler alan adı seçiminde doğru strateji kurarlarsa daha çok tüketiciye daha kolay ulaşabileceklerdir.

Öte yandan, alan adı seçiminde sadece şirket politikaları fikri hak yönetimi stratejileri etkili değildir. Bunun yanında Alan Adı Sistemi'nden kaynaklanan teknik sınırlamalar mevcuttur ve alan adı seçiminde bu sınırlar dikkate alınmak zorundadır. Alan adı seçimi şirketler için bir pazarlama aracı olmakla beraber, birtakım teknik şartları yerine getiriyor olması gerekmektedir.

İlk ve en önemli şart seçilen alan adının harfler, rakamlar ve tire “-“ kullanılarak yazılmasıdır. Alan adının bölümlerini birbirinden ayırmak için ise nokta “.” kullanılır. 2000 yılına kadar sadece İngiliz alfabesinde bulunan harfler kullanılarak alan adı tahsisi

---

<sup>51</sup> Loïc **Damilaville**, Définir une strategie de réservation de noms de domaines dans le monde, Droit des technologies avancées, Vol.8 No: 1/200, sh.49 vd. , Nathalie **Beaurain**/ Emmanuel **Jez**, sh. 13.



yapılabilmektedirken, 2000 yılının Ekim ayından itibaren, servis sağlayıcı kurumun politikalarına bağlı olarak yerel alfabelerde bulunan harfler de alan adında kullanılabilmektedir.

Bu sınırlamalara ilaveten bir de tahsis yönetmelikleri yoluyla ihdas edilen idari sınırlar bulunmaktadır ki, bu sınırlamalar tahsisi yapacak olan kuruluş tarafından belirlendiği için yeknesak değildir. Gayri ahlaki kavramların, coğrafi yer adlarının ya da jenerik isimlerin alan adı olarak tahsis edilemeyeceğini öngören alan adı tahsis yönetmelikleri bulunduğu gibi bu tarz sınırlamaları barındırmayan tahsis yönetmelikleri de bulunmaktadır<sup>52</sup>.

.tr Alan Adı Uzayı'na bakıldığında bu tarz kısıtlamaların olduğu görülmektedir. Buna göre; alan adının tamamı ya da bir kısmı, genel ahlak kurallarına, örf ve adetlere, kültürel değerlere aykırı olamaz. Böyle kelimelerin yabancı dillerdeki karşılıkları da yasak kapsamındadır. Bu sınırlamaya aykırı alan adları tahsis edilemez; edilmişse geri alınır<sup>53</sup>.

Talep edilen alan adları, en az iki karakter olmalıdır. Uzunluk açısından pratik bir üst sınır olmamakla birlikte kolay okunabilir ve kullanılabilir bir uzunlukta olması tavsiye edilmektedir. Alan adı seçimini sınırlayan bir husus da harf karakterleri açısından mevcuttur; zira ancak İngilizce alfabedeki küçük harfler, rakamlar ve tire (-) işareti.tr uzantılı alan adlarında kullanılabilmektedir<sup>54</sup>. Bir diğer sınırlama da Türkiye, Atatürk ve Türk kelimeleri

<sup>52</sup> Bu konuda ayrıntı için bkz. Savaş **Bozbel**, *Internet Alan Adı (Domain Name) Müracaat ve Tescil Uygulamaları - Dünyadaki Uygulamalar Işığında Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi -*, e-akademi, Şubat 2004-Sayı 36, <http://www.e-akademi.org/makaleler/sbozbel-3.htm> (çevrimiçi: 14.12.2009) parag 34 vd.

<sup>53</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md. .8.

<sup>54</sup> Bu çalışmada, “.tr Alan Adı Politikaları, Kurallar ve İşleyiş” metni esas alınmıştır. Buna göre, “Alan adlarında sadece İngilizce alfabede bulunan küçük harfler (a-z), rakamlar(0-9) ve tire (“-”) işareti kullanılabilir.” Ancak, nic.tr sitesinde, Türkçe karakterlerle de alan adı tahsisinin mümkün olduğu belirtilmektedir. Alana Adı Yönetimi'nin ilanına göre, “.tr” Alan Adı Yönetimi'nin önerisi ve DNS Çalışma Grubu'nun 19 Ekim 2006 tarihinde aldığı karar uyarınca, gerçek veya tüzel kişilere Türkçe karakterler (ğ, ı, ü, ş, ö, ç) içeren alan adları tahsis edilebilecek olup, söz konusu uygulama 04 Aralık 2006 tarihinde başlayacaktır.

Mevcut alan adı sahipleri, sistemde kayıtlı olan alan adlarının Türkçe karakterli karşılıkları için, 04 Mart 2007 tarihine kadar başvurabileceklerdir. Bu başvurular sırasında Nic.tr tarafından - ilgili alan adına ilişkin daha önce gönderilmiş belgelere istinaden- yeni bir belge talep edilmeyecektir. 04 Mart 2007 tarihinden itibaren yapılacak olan ve Türkçe karakter içeren tüm alan adı başvuruları, mevcut alan adının sahip ve sorumlu bilgileri kontrol edilmeden, halen uygulanmakta olan alan adı tahsis kuralları çerçevesinde “ilk gelen alır” ilkesiyle tahsis edilecektir.

Türkçe karakter (ğ, ı, ü, ş, ö, ç) içeren bir alan adı için, yeni bir başvuruda bulunulduğunda ve bu alan adının Latin alfabesinde (ASCII) karşılığı ile nic.tr'de kayıtlı bir alan adının olmaması halinde, <https://www.nic.tr> adresinde var olan prosedürün izlenmesi gerekmektedir. Diğer bir deyişle, Türkçe karakterli alan adları, “.com

için bulunmaktadır. Bu kelimeler, ikinci derece alan adı olarak ancak Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin yetkilendirdiği devlet kuruluşlarına verilir. Bir özel düzenleme de yerleşim birimlerinin isimleri için söz konusudur. Buna göre; yerleşim birimleri isimleri;

- 1) “.gov.tr” ikinci düzey alt alan adı olarak valiliklere ve kaymakamlıklara,
- 2) “.bel.tr” ikinci düzey alt alan adı olarak belediyelere,
- 3) “.pol.tr” ikinci düzey alt alan adı olarak emniyet teşkilatına,
- 4) “.com.tr” ikinci düzey alt alan adı olarak, (sadece il adları için ve ilin tanıtımına yönelik kapsamlı portal hizmeti vermek koşulu ile belediyelere verilmektedir)<sup>55</sup>.

## 2. Alan Adı Tahsis Usulü

İnternet üzerinde faaliyet göstermek isteyen kişi ve kuruluşlar, öncelikle, alan adı stratejileri doğrultusunda nasıl bir alan adına ihtiyaç duyduklarını belirledikten sonra bu ihtiyacı karşılayacak nitelikte alan adı tahsisine yetkili kuruluşu tespit etmelidir. Bu yetkili kuruluş, tahsise yetkili olduğu alan adı uzantısı ya da uzantıları çerçevesinde tahsis işlemi gerçekleştirecektir. Alan adı tahsis kuruluşlarının siteleri, genel olarak “nic” adını kullanmaktadır. Örneğin, Türkiye uzantılı alan adları için yetkili olan ODTÜ'nün alan adı hizmeti veren birimi (.tr Alan adı Yönetimi) [www.nic.tr](http://www.nic.tr), Avusturya (.at) uzantılı alan adı tahsis kuruluşu, [www.nic.at](http://www.nic.at) sitesinde hizmet vermektedir. Ancak, bu bir zorunluluk değildir. Zira, .com, .net, .name, .tv. vb. uzantılı alan adlarının tahsisine yetkili kuruluş olan Verisign Inc. firması [www.verisign.com](http://www.verisign.com), sitesi üzerinde faaliyet göstermektedir.

---

*.tr", "org .tr" vb. belgeli tahsis edilen uzantılar için hak sahipliğini gösteren resmi belgelere istinaden; "web .tr", "gen .tr" gibi belgesiz tahsis edilen alan adlarında ise "ilk gelen alır" yaklaşımı ile hareket edilerek, başvuru yapan ilk kişi ya da kuruma tahsis edilecektir". Ayrıntı için bkz. [https://www.nic.tr/index.php?USRACTN=STATICHTML&PAGE=idn\\_info\\_nt&PHPSESSID=12827994917818417398725003](https://www.nic.tr/index.php?USRACTN=STATICHTML&PAGE=idn_info_nt&PHPSESSID=12827994917818417398725003) çevrimiçi: 03.05.2010*

<sup>55</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, md. 9, 10, 24.

Servis sağlayıcı kuruluş seçildikten sonra, istenen alan adı, daha önce bir tahsise konu olmamış ise, servis sağlayıcı kuruluşun hizmet ilkeleri çerçevesinde tahsis işlemi çevrimiçi olarak gerçekleştirilir.

#### a. Ülke Uzantısız Alan Adlarının Tahsis Usulü

Sonunda ülke kodu üst düzey alan adı (ccTLD) bulunmayan alan adları, uluslararası alan adı olarak da nitelenmektedir. Her ne kadar alan adı, hak sahibine mutlak bir hak vermese de hakkın doğumu için yetkili bir kuruluş nezdinde gerçekleştirilecek tahsis işlemine ihtiyaç vardır. Kurulacak sitenin faaliyetinin niteliğine göre sınıflandırılan jenerik alan adları (gTLDs) tahsisini yapan kuruluşlar, genellikle, tahsisi talep üzerine gerçekleştirmektedirler ve herhangi bir açıklayıcı belge talep etmemektedirler<sup>56</sup>. Bu tahsis politikasını güden kuruluşlar nezdinde yapılacak taleplerde, istenen alan adının daha önceden başka bir tahsise konu olmaması tahsis için gerekli ve yeterlidir. Bu politika “*önce gelen alır*” prensibi olarak literatüre geçmiştir<sup>57</sup>.

1999 senesine kadar jenerik uzantılı alan adlarının tahsisi NSI (Network Solutions Inc.) nin tekelinde idi. Bu tarihten itibaren bu yetki ABD Özel Hukuku’na göre kurulmuş olan ve kar amacı gütmeyen bir organizasyon olan ICANN’e bırakılmıştır. ICANN ise bu faaliyeti özelleştirerek jenerik uzantılı alan adı tahsisi yetkisini birçok şirkete dağıtmıştır<sup>58</sup>

<sup>56</sup> Odile **Garlin-Ferrard**, Nature et régime juridiques du nom de domaine au travers des conflits avec la marque, [www.legalbiznext.com](http://www.legalbiznext.com) sh. 8.

<sup>57</sup> Odile **Garlin-Ferrard**, L’elaboration de la nature et du régime juridiques d’un om de domaine au travers des conflits avec la marque, Dossiers Propriété Intellectuelle, 2002-III et IV, sh 13.

<sup>58</sup> Christiane **Féral-Schuhl**, Cyberdroit, 4é édition, 2006, Dalloz, sh. 211,

ICANN’ tahsis yetkisini devrettiği jenerik alan adları ile yetkili kuruluşlar aşağıdaki gibidir.

**.aero**, (global aviation community’ye mahsus) Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques SC (SITA) tarafından yürütülmekte.

**.asia**, (The Pan-Asia and Asia Pacific region’a mahsus) DotAsia Organisation tarafından yürütülmekte.

**.biz**, (businesses), NeuLevel tarafından yürütülmekte.

**.cat**, (Catalan linguistic and cultural community’ye mahsus), Fundació puntCat. tarafından yürütülmekte.

**.com**, Verisign Global Registry Services tarafından yürütülmekte

**.coop**, (cooperatives) Dot Cooperation LLC tarafından yürütülmekte.

**.info**, Afiliat Limited tarafından yürütülmekte

**.jobs**, (human resource management community’ye mahsus) EmployMedia LLC tarafından desteklenmekte ve Afiliat Limited tarafından yürütülmekte.

Teknik sebeplerden ötürü aynı uzantıya sahip bir alan adından sadece bir tane olabilir. Bir alan adının mevcut bir tahsise konu olup olmadığına incelemesi ise “whois” adı verilen elektronik veri tabanından çevrim içi olarak yapılır. Bu veri tabanında hem tahsis edilmiş tüm alan adlarının, hem de hak sahiplerinin bilgilerine ulaşılabilir<sup>59</sup>.

## b. Ülke Uzantılı Alan Adlarının Tahsisi Usulü

Ülke uzantılı alan adlarının (ccTLD’s) tahsisi usulü de yukarıda açıklanan genel prensipler çerçevesinde gerçekleşmektedir. Ülke uzantılı adı ile kastedilen; birinci derece ülke kodu alan adları olup, web adreslerinin sonuna yazılan iki harfli ülke adlarının kısaltmalarından ibarettir. Bu kısaltmalar, ISO 3166-1 listesindeki kısaltmalardır<sup>60</sup>. Ülke kodları ile internet sitesinin hangi ülkenin alan adı tahsisi ile görevli kuruluşundan alındığı bilgisi verilmektedir. Bu uzantılar dünyadaki siyasi gelişmelerle de yakından ilgilidir. ICANN tarafından takip edilen bu gelişmeler, zaman zaman ülke uzantılarında da değişiklikleri zorunlu kılmaktadır. Örneğin ICANN tarafından 05.12.2006 tarihinde alınan kararlar<sup>61</sup> doğrultusunda, Yugoslavya’yı temsil eden “.yu” uzantısı ülke uzantıları listesinden

---

**.mobi**, (consumers and providers of mobile products and services) mTLD Top Level Domain, Ltd. tarafından desteklenmekte.

**.museum**, (museums), the Museum Domain Management Association (MuseDoma) tarafından desteklenmekte.

**.name**, (bireylere mahsus), Global Name Registry tarafından yürütülmekte.

**.net**, Verisign Global Registry Services tarafından yürütülmekte.

**.org**, Public Interest Registry tarafından yürütülmekte.

**.pro**, (licensed professionals) RegistryPro tarafından yürütülmekte.

**.travel**, (travel industry) Tralliance Corporation tarafından desteklenmektedir,

<http://www.icann.org/registrars/accredited-list.html>

<sup>59</sup> Odile **Garlin-Ferrard**, Nature et Regime Juridiques du Nom de Domaine aux Travers des Conflits Avec la Marque, [www.legalbiznext.com](http://www.legalbiznext.com) sh. 9.

<sup>60</sup> Bkz. Jon **Postel**, Request for Comments: 1591, March 1994, <http://www.isi.edu/in-notes/rfc1591.txt> , Çevrimiçi: 30/05/2005 , ISO 3166 Kod Listesi için, <http://www.iso.org/iso/en/prods-services/iso3166ma/02iso-3166-code-lists/list-en1.html> , Çevrimiçi: 30/05/2005.

<sup>61</sup> Yugoslavya’nın dağılması ile birlikte başlayan siyasi süreçte, Yugoslavya’dan ayrılan devletlerin kendi ülke uzantılı alan adlarını tahsise başlamaları, “.yu” birinci derece ülke kodu alan adı kadük bırakmıştır. Bu sürecin sonunda “.yu” birinci derece ülke kodu alan adı 30.03.2010 tarihinde ilga olunmuş, yerine Yugoslavya’dan ayrılan her ülke için ayrı olmak üzere altı değişik birinci derece ülke kodu alan adı ile devam edilmesine karar verilmiştir. Bu birinci derece ülke kodu alan adları; .me: Karadağ, .si: Slovenya, .hr: Hırvatistan, .rs: Sırbistan, .ba: Bosna Hersek, .mk: Makedonya’dır. Bkz. Discussion Paper on Retiring Country Code Top-Level Domains, 5 December 2006, <http://www.icann.org/en/announcements/announcement-2-05dec06.htm>

çıkarılırken, Kongo Demokratik Cumhuriyeti olarak adını değiştiren Zaire'nin “.zr” olan ülke uzantısı “.cd” olarak değiştirilmiştir<sup>62</sup>.

Ülke uzantılı alan adı tahsisi merkezi bir yerden yapılmamaktadır. Her ülke için ayrı tahsis yapılmaktadır. Dolayısıyla, ülke uzantılı alan adlarının tahsisi politikaları ülkelere ve servis sağlayıcı kuruluşlara göre değişmektedir. Bu sebeple ülke uzantılı alan adlarının tahsisi konusunu öncelikle genel hatları ile inceledikten sonra Türkiye uzantılı alan adlarının tahsisi üzerinde durmanın yerinde olacağı kanaatindeyiz.

### **i. Genel Olarak Ülke Uzantılı Alan Adlarının Tahsisi**

Ülke uzantılı alan adlarının tahsisi, tahsis kuruluşun belgeli ya da belgesiz tahsis modellerinden hangisini benimsendiğine göre değişiklik göstermektedir.

Belgesiz tahsis modelini benimseyen Belçika, Hollanda, Avusturya gibi bazı ülkelerin alan adı tahsis kuruluşları nezdinde, rezerve edilmiş belirli işaretler ile teknik bazı gerekliliklerden başka, alan adı sahibinin vasıfları veya alan adı açısından tahsis herhangi bir sınırlamaya tabi bulunmamaktadır. Bu uygulamaya göre vatandaşlığa veya ikamete bakılmaksızın herkes alan adı tahsisini talep edebilmektedir. Bir alan adı daha önce tescil edilmiş olmadıkça hak sahipliğine dair herhangi bir belge ibrazına gerek olmaksızın tahsis edilmektedir<sup>63</sup>.

Buna karşın, belgeli tahsis modelini benimsemiş ülkelerin alan adı tahsis kuruluşları nezdinde tahsis talebinde bulunabilmek için ya sadece o ülke ile bir bağının ya da ilgili ülke ile bir bağın varlığı yanında talep edilen alan adı ile ilgili olarak belirli bazı şartların varlığı aranmaktadır. Buna göre, alan adı tescil talebinde bulunan bir kimse ancak somut sözcük

---

<sup>62</sup> Stephane **Van Gelder**, Le .yu Supprimé, La Yougoslavie est Vraiment Enterrée, <http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/46164/le--yu-supprime--la-yougoslavie-est-vraiment-enteree.shtml>, çevrimiçi: 05.03.2010.

<sup>63</sup> Savaş **Bozbel**, İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Korunmasında ICANN Tahkim Usulü, sh. 29 vd.; Savaş **Bozbel**, İnternet Alan Adı (Domain Name) Müracaat ve Tescil Uygulamaları - Dünyadaki Uygulamalar Işığında Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi, parag 18 vd.

öbeği üzerinde hak sahipliğini ispatlayarak tescili yaptırabilmektedir. Bu tür tahsisi modelini benimseyen kuruluşların, tahsis talebinde bulunan kişi ya da kuruluşlardan ispatını talep ettikleri hususlar, ülkeden ülkeye ve varsa tahsisi istenen alt alan adına göre değişiklik göstermektedir<sup>64</sup>.

## ii. Türkiye Uzantılı Alan Adlarının Tahsisi Usulü

Türkiye’de Alan Adı Yönetimi tarafından tahsis edilen “.tr” uzantılı alan adlarında, 1990 yılında TÜRVAKA’nın (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı) aldığı karar doğrultusunda birinci derece ülke kodu alan adının yanında birinci derece jenerik alan adı da bulunur<sup>65</sup>.

“.tr” Alan Adı Yönetimi tarafından tahsisi yapılan birinci derece alan adları şunlardır:

**.com.tr:** Gerçek ve tüzel kişiliklerin, esas olarak ticari amaçlı kullanımlarına yönelik alt alan adı.

**.info.tr:** Gerçek ve tüzel kişiliklerin, esas olarak ticari amaçlı kullanımlarına yönelik alt alan adı.

**.biz.tr:** Gerçek ve tüzel kişiliklerin, esas olarak ticari amaçlı kullanımlarına yönelik alt alan adı.

**.net.tr:** İnternete ilişkin erişim hizmeti, internet üzerinden web, portal, tarama, e-posta vb. katma değerli, geniş ölçekli hizmetler ve uygulama servis sağlayıcılığı hizmetleri veren kurum ve oluşumlar için alt alan adı. Ticari özel ve tüzel kişilikler için alt alan adı.

**.org.tr:** Vakıf, dernek, sivil toplum örgütü vb. kuruluşlar ve oluşumlar için alt alan adı.

**.web.tr:** Kişisel ve kurumsal başvurunun (genel) yapılabildiği ve *'ilk gelen alır'*, ve *'alan adı – kişi/kuruluş adı ilişkisi aranmaz'* ilkeleri ile ad tahsisi yapılan alt alan adı.

**.gen.tr:** Kişisel ve kurumsal başvurunun (genel) yapılabildiği ve *'ilk gelen alır'* ve *'alan adı - kişi/kuruluş adı ilişkisi aranmaz'* ilkeleri ile ad tahsisi yapılan alt alan adı.

**.av.tr:** Serbest avukatlar, hukuk büroları ve avukatlık ortaklıkları için alt alan adı.

<sup>64</sup> Savaş **Bozbel**, İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Korunmasında ICANN Tahkim Usulü, sh. 29 vd.; Savaş **Bozbel**, İnternet Alan Adı (Domain Name) Müracaat ve Tescil Uygulamaları - Dünyadaki Uygulamalar Işığında Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi, parag 18 vd.

<sup>65</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, sh.2.

**.dr.tr:** Tıp doktorları, doktor ortaklıkları, hastaneler ve Sağlık Bakanlığı birinci basamak sağlık kuruluşları için alt alan adı.

**.bbs.tr:** BBS (Bulletin Board System) hizmeti veren kuruluşlar ve oluşumlar için alt alan adı.

**.name.tr:** T.C. vatandaşları ile Türkiye’de yaşayan yabancı uyruklu kişilerin kişisel kullanımını için alt alan adı.

**.tel.tr:** Türkiye’de yaşayan kişiler ile faaliyet gösteren kuruluşların, Türkiye’de kullandıkları her türlü telefon numarası ile bağlantılı olarak tahsis edilebilen alan adı.

**.gov.tr:** T.C. Devlet kurum ve kuruluşları için alt alan adı.

**.bel.tr:** T.C. İl, ilçe ve belde belediye teşkilatları için alt alan adı.

**.pol.tr:** T.C. Emniyet teşkilatı için alt alan adı.

**.mil.tr:** T.C. Askeri kurum ve kuruluşlar için alt alan adı.

**.k12.tr:** T.C. Milli Eğitim Bakanlığı’nca onaylanmış ilköğretim ve liseler için alt alan adı.

**.edu.tr:** T.C. Yüksek Öğrenim Kurulu’nca onaylanmış yüksek öğretim kurumları için alt alan adı.

Başvurular, <https://www.nic.tr> adresinden çevrimiçi (online) olarak yapılmaktadır<sup>66</sup>.

Alan adı, kural olarak kendi başına alınıp satılan bir meta değildir ve alan adı ticareti teşvik edilmemektedir<sup>67</sup>.

Alan adı başvurusu yapan gerçek ya da tüzel kişiler yaptıkları alan adı seçiminden bizzat sorumlu olurlar. Bu doğrultuda başvuruyu yapan, seçilen alan adının başka bir kişi ya da kuruluşun haklarını ihlal etmediğini, söz konusu alan adı kapsamında Türkiye Cumhuriyeti yasalarına uygun faaliyet göstereceğini ve verdiği bilgilerin doğruluğunu taahhüt eder. Fikri haklar, patent ve marka ile ilgili haklar saklıdır<sup>68</sup>.

<sup>66</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, sh. 2 vd.

<sup>67</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, md. 2.

<sup>68</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, md. 2,5,6,7.

Belgeye dayalı olarak tahsis edilen alan adları<sup>69</sup> için başvuruda bulunan kuruluşça “.tr” Alan Adı Yönetimi’ne iletilen belgelerdeki marka, ticaret unvanı vb.nin ayırt edici ve esaslı unsurları dikkate alınır, genel unsurları değerlendirilmez<sup>70</sup>. Yine bu tip başvurular da, alan adının başvuruya dayanak olan belgedeki unvanlarına uygun olması gerekmektedir. Aksi halde söz konusu alan adını tahsise uygun belgeleri haiz kuruluşların yapacağı itirazlar, alan adı sahibini zor durumda bırakacaktır<sup>71</sup>.

Bazı durumlarda, belgeye dayalı olarak tahsis edilen alan adları için sunulan belgelerin özelliklerine göre koşullu (sonradan iptal edilebilir) tahsis yapılır. Koşullu tahsis edilen alan adları, üçüncü kişilerin itirazlarına olanak tanınması için kamuya duyurulmak amacıyla altı ay boyunca NIC-tr web sayfasında itiraz askısında duyurulur<sup>72</sup>.

Bir alan adı şu sebeplerle itiraz askısına çıkarılır.

- 1) Tahsisi, koşullu (“sonradan iptal edilebilir”) notu ile birlikte yapılan alan adları:
  - a) İki şirket adına ortak alan adı tahsisi,
  - b) Marka tescil başvurusu ile tahsis edilenler,
  - c) Kısaltmalar,
  - d) Tescilindeki sözcüklerin yabancı dildeki karşılıklarını içerenler,
- 2) Meslek odalarına kayıtlı olanların yaptıkları başvurular,
- 3) Süresiz yayımlar (örn. kitap),

---

<sup>69</sup>“.tr” alan adları, tahsis aşamasında, “Belgeli” ve “Belgesiz” olarak iki kategoride sınıflandırılmaktadır. Başvurular NIC-tr web sayfaları aracılığı ile yapılır. “Belgesiz” alan adları (web.tr, gen.tr, name.tr, tel.tr, vb.) başvurularında alan adı tahsisi anında gerçekleşir. “Belgeli” alan adları (com.tr, info.tr, biz.tr, net.tr, org.tr vb.) başvuruları ise, “.tr” Alan Adı Yönetimi’nce bu dokümanda yer alan kurallar kapsamında değerlendirilerek sonuçlandırılır. “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, md. 12.

<sup>70</sup> Örneğin; "ÖRNEK Tekstil Yatırım İthalat İhracat Sanayi Ticaret A.Ş." ayırt edici ve esas unsuru oluşturan “ornek.com.tr” ya da “ornektekil.com.tr” alan adını alabilir. "tekstil.com.tr", “ithalat.com.tr”, “ihracat.com.tr”, “ticaret.com.tr” alan adlarını alamaz. “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, md.14.

<sup>71</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md. 18.

<sup>72</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md. 18, 19, 20.



4) Birden fazla sözcük içeren markanın bir kısmını alan adı içinde barındıranlar<sup>73</sup>.

Kişi ve kuruluşların; alınmış bir alan adına itiraz etme hakları vardır. Kural olarak itiraz makamı, mahkemelerdir. Bununla birlikte, ilgili kişi veya kuruluşlar DNS Çalışma Grubu ya da kurulması öngörülen ancak henüz faal olmayan Uyuşmazlık Çözüm Kurulu (UÇK) da başvurulacak makamlardır. Uyuşmazlık Çözüm Kurulu (UÇK) oluşturulana değin geçecek süre içinde yapılacak itirazlar DNS Çalışma Grubu tarafından değerlendirilir ve karara bağlanır. “.tr” Alan Adı Yönetimi, DNS Çalışma Grubu ve Uyuşmazlık Çözüm Kurulu (UÇK)’nun alacağı alan adları tahsis politikaları ve uyuşmazlık çözüm kararlarına uymak ve bu kararları uygulamakla mükelleftir. Bununla birlikte alan adı başvurusu sırasında başvuruda bulunan gerçek ve tüzel kişiler DNS Çalışma Grubu ile Uyuşmazlık Çözüm Kurulu (UÇK)’nun aldığı kararlara uymayı taahhüt ederler ki, buna alan adının iptali kararı alınması halinde karar konusu alan adıyla ilgili tüm haklardan feragat ettikleri beyanı da dâhildir<sup>74</sup>.

Başvurulan ve tahsisi yapılan alan adlarının kullanımında, gerçek ya da tüzel kişinin faaliyet alanı ile uyum gözetilmesi ilgili başvuran gerçek ya da tüzel kişinin sorumluluğunda olduğu gibi kaydı yapılan alan adlarının iç yönetimi de kendi sorumlulukları dâhilindedir. Alan adının, çağrıştırdığı bir olgu ya da kavram nedeni ile diğer gerçek ya da tüzel kişilerle haksız rekabet, kişilik haklarına saldırı, hak ihlali vb. durumların oluşmasına neden olacak içerik barındırması gibi aleni ve kararın gecikmesinde sakınca bulunduğu durumlarda DNS Çalışma Grubu alan adı erişiminin geçici olarak durdurulmasına karar verebilir<sup>75</sup>.

Kayıtlı bir alan adı üzerinde değişiklik yapmak mümkündür. Bu yetki, yapılacak değişikliğe bağlı olmakla birlikte önceden atanmış idari veya teknik sorumlu ya da ödeme sorumlusuna aittir. Bu sorumlular alan adı sahibi gerçek ya da tüzel kişiler olabileceği gibi onlar tarafından atanmış aracı kişi veya kuruluşlar da olabilir. Ancak belgeye dayalı olarak tahsis edilen alan adlarında idari sorumlu değişikliği ya da alan adı silme gibi önemli

---

<sup>73</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md. 21.

<sup>74</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, md. 26, 27, 32, 33.

<sup>75</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve, İşleyiş, md. 15, 22, 25.

işlemlerde alan adı sahibinin haklarının korunması amacıyla söz konusu işlem için onay belgesi vermesi öngörülmüştür<sup>76</sup>.

### c. Bölgesel Alan Adlarının Tahsisi Usulü

Günümüzde alan adları, sadece ülke uzantılı ve ülke uzantısız değil aynı zamanda bölgesel uzantılı da olabilmektedir. Bu tür üst düzey alan adlarına (TLD's) en belirgin örnek Avrupa Birliği'ni ifade eden “.eu” ile Asya ülkelerini bir araya getirmeyi amaçlayan “.asia” üst düzey alan adlarıdır<sup>77</sup>. Türkiye'yi de yakından ilgilendirdiği için bu bölümde sadece “.eu” üst düzey alan adı tahsisi hakkında bilgi verilmekle yetinilecektir.

AB kurumları tarafından; Avrupa'daki resmi ve özel kurum ve kuruluşlar ile gerçek ve tüzel kişiler için “.eu” ile sonlanan internet adreslerine sahip olacak bir Üst Seviyeli İnternet Alanı kayıt işlemlerini yürütmek üzere kar amacı gütmeyen “EURid” (www.eurid.eu) isimli kuruluş görevlendirilmiş olup bununla “.eu” alan adının küresel rekabette tek Avrupa pazarı algısının gelişmesine hizmet etmesi ve AB kimliğini öne çıkarması amaçlanmıştır.

Avrupa alana adı tahsis modelinin başlıca özelliklerinden biri, vatandaşlık bakımından kısıtlama öngörülmemesidir. Dolayısıyla AB ülkelerinde ikamet eden veya kayıtlı iş sahibi olan Türk vatandaşlarının başvuruda bulunma imkânı mevcuttur. “.eu” ile sonlanacak alan adı almak için başvuruda bulunacakların:

1. 733 /2002 No'lu Avrupa Parlamentosu ve Konseyi Tüzüğü'nün 4.(2) maddesinde belirtilen genel yeterlilik şartlarına sahip olması gerekmektedir. Bunlar; topluluk sınırları içinde ikamet eden gerçek kişi; tescilli ofisi, merkezi idaresi veya esas iş merkezi topluluk sınırları içinde olan ticari işletme; ulusal hukuka hâlel getirmeyecek şekilde topluluk sınırları içinde kurulmuş kurum ve kuruluş olmaları

<sup>76</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md. 16.

<sup>77</sup> Detaylı bilgi için bkz. <http://www.iana.org/domains/root/db/> ; [www.asiaregistry.com](http://www.asiaregistry.com) ; [www.euri.eu](http://www.euri.eu).

2. 874/2004 No'lu Konsey Tüzüğü'nün 10. (1) maddesinde belirtilen özel yeterlilik şartlarına sahip olması gerekmektedir. Bunlar; ulusal hukuk veya topluluk hukuku tarafından kabul görmüş topluluk veya ulusal marka vb. gibi öncelikli haklara sahip olmak; şirket isimleri, ticaret unvanlarına sahip olmaları gerekmektedir.

Yukarıdaki şartları taşıyan kişi ya da kuruluşlar EURid nezdinde alan adı tahsisini talep edebileceklerdir. EURid, tahsis için bu sayılanların dışında herhangi bir belge aramamaktadır. Bu sebeple tahsis sürecinde “önce gelen hizmeti önce görür (first come-first serve)” prensibi geçerli olmaktadır<sup>78</sup>.

## **B. Alan Adı Tahsisinin Sonuçları**

Alan adı tahsisi işleminin tamamlanması, alan adı üzerinde, tahsisi talep eden kişi ya da kuruluşun hak sahibi olmasını sağlamaktadır. Söz konusu hakkın ne olduğunun belirlenmesi için ise alan adının üzerinde hak sahibi olan kişi ya da kuruluşa hangi hak yetkileri sağladığı ve bunların niteliği incelenmelidir.

### **1. Alan Adının Sahibine Sağladığı Haklar**

Kullanımına alan adı tahsis edilmiş bir kişinin alan adı ile yapabilecekleri sınırsız değildir ve hatta özellikle “.tr” alan adı tahsis politikaları göz önüne alındığında bu haklar oldukça kısıtlıdır.

Bu sınırlar, alan adlarının tahsisi ve kullanımı, barındırdığı içerik bakımından tahsis şartnamesinde tanımlanan genel ilke ve kurullarla açıklanmaktadır. Barındırılan içerik ile ilgili tüm sorumluluk ise ilgili alan adının tahsis edildiği kişiye aittir.

---

<sup>78</sup> Detaylı bilgi için bkz. [www.euri.eu](http://www.euri.eu) ; <http://www.tse.org.tr/Turkish/duyuru/yayin/ABustseviye.pdf>.

Alan adı üzerindeki hakkın sınırlarından biri de süreli olmasıdır. Yenileme yapıldığı takdirde bu süre sınırsız olmakla birlikte en az bir yıllık süreyle tahsis yapılmaktadır. Bu süre “.tr” ülke kodlu alan adları için en fazla beş senedir. Bu süre sınırlaması tahsis yapan kuruluşun kabul ettiği tahsis politikasına göre değişim gösterir. Ücretin ödenmemesi halinde ise alan adı yetkili kuruluş tarafından silinir<sup>79</sup>.

Belgesiz tahsis politikası uyarınca elde edilen alan adlarının aksine, “.tr” ülke kodlu alan adlarının satışı, kiralanması ve devri yasaktır. Bunun tespiti halinde ilgili alan adı sahibine ait alan adlarının tamamı iptal edilir. Ancak bu kısıtlama mutlak değildir; alan adının devri, alan adı tahsisine esas teşkil eden belgelendirilmiş hakların devri halinde mümkündür<sup>80</sup>.

Adına alan adı tahsisi yapılan kişinin bu alan adı kapsamında gösterdiği faaliyetleri yasalara aykırı olamaz<sup>81</sup>.

Adında “.tr” ülke kodlu alan adı tahsisi yapılan kişi, söz konusu alan adının kullanımında, faaliyet alanı ile uyum gözetmekle yükümlüdür. Aksi halde DNS Çalışma Grubu alan adı erişiminin geçici olarak durdurulması konusunda yetkilidir<sup>82</sup>.

## 2. Alan Adı Üzerindeki Hakkın Niteliği

Bir alan adı tahsisi gerçekleştiğinde, adına tahsis gerçekleştirilen kişi genellikle alan adı üzerinde gerçekten mülkiyet hakkına sahip olduğunu düşünür. Aslında bu görüş, uygulamada kısmen kabul görmüştür. Essen Asliye Hukuk mahkemesi alan adının kazandığı ekonomik değer üzerine temellendirdiği kararında, alan adının menkul rehinine konu olup olmayacağına hükmederken, “*Her ne kadar alan adının rehini konusunda kanuni bir*

<sup>79</sup> “.tr” Alan Adı Ücretlendirme ve Ödeme Kuralları, md.1; “.tr” Alan Adı Silme Kuralları,md.3

<sup>80</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md 2

<sup>81</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md. 6

<sup>82</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, md. 22

*düzenleme bulunmasa da, ekonomik değeri sebebi ile rehin sepetine konu olması kaçınılmazdır. Dolayısı ile alan adı hukuki anlamda bir eşya gibi değerlendirilmelidir. Bu sebeple alan adı üzerinde hak sahibi olan kişi alan adının maliki olarak kabul edilmelidir*<sup>83</sup> görüşünü benimsemiştir. Bu yönde bir görüş Paris İstinaf Mahkemesi'nin, ticaret mahkemesinin bir kararına itirazı değerlendirip uygun bulduğu karar metninde yer almıştır. Bu kararda istinaf mahkemesi, Alan Adı üzerinde hak sahibi olan kişiyi malik sıfatı ile tanımlamakta tereddüt etmemiştir<sup>84</sup>.

Gerçekte ise, alan adı tahsis politikalarında belirtilen kısıtlamalar Türk Medeni Kanunu'ndaki mülkiyet hakkı tanımı ile karşılaştırıldığında söz konusu hakkın mülkiyet hakkı olduğunu söylemek mümkün değildir. İlk olarak, “.tr” alan adı kayıt politikası ve kuralları madde 1 uyarınca “.tr” alan adı uzayı Türkiye Cumhuriyeti kamu ortak malı olarak nitelenmiştir. Buna göre alan adı sistemi üç özellik taşımaktadır; kamusaldır, sınırlıdır ve kamu yararı amaç güdülerek idare edilmelidir<sup>85</sup>. İkinci olarak, alan adı tahsisinden doğan tüm haklar kayıtları tutmakla yetkili ve görevli otorite ile yapılan bir sözleşme neticesinde doğmaktadır<sup>86</sup>.

Eğer alan adı üzerinde tesis edilen hak gerçekten Anayasanın 35'inci maddesi anlamında bir mülkiyet hakkı olsa idi hak sahibi Medeni Kanunun 683'üncü maddesinde belirttiği gibi hukuk düzeninin sınırları içerisinde alan adı üzerinde dilediği gibi kullanma yararlanma ve tasarrufta bulunma hakkına sahip olması gerekmektedir.

Mülkiyet hakkı ile ilgili bir diğer düzenleme olan, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi birinci Ek Protokolünün 1'inci maddesinde kaleme alınmış olan “Her gerçek ve tüzel kişinin mal ve mülk dokunulmazlığına saygı gösterilmesini isteme hakkı vardır. Herhangi bir kimse, ancak kamu yararı sebebiyle ve yasada öngörülen koşullara ve uluslararası hukukun genel ilkelerine uygun olarak mal ve mülkünden yoksun bırakılabilir” düzenlemesi bakımından

<sup>83</sup> TGI Essen, 22 septembre 1999, Comm. Com. Electr, mars 2000, sh 5

<sup>84</sup> CA Paris, 18 octobre 2000, Virgin Interactive Entertainment Ltd – France Télécom, D. 2001, no. 17, sh. 1379, kararın incelemesi için; Grégoire **Loiseau**, D. 2001, no. 17, sh. 1379 vd.

<sup>85</sup> Cédric **Manara**, Observation de l'évolution des noms de domaine, D.2001, no:36, sh.2958.

<sup>86</sup> Nathalie **Beaurain** / Emmanuel **Jez**, age. sh. 37

incelendiğinde, uygulama daha değişik bir hal almaktadır<sup>87</sup>. Avrupa İnsan Haklari Mahkemesi, Paeffgen Gmbh'nin Almanya aleyhine açtığı 25379/04, 21688/05, 21722/05 ve 21770/05 başvuru numaralı davaların kabul edilebilirliği hakkında 18 Eylül 2007'de verdiği kararda alan adı üzerindeki hakkı mülkiyet hakkı olarak değerlendirmiştir. Buna göre; *“Mahkeme, mülkiyet hakkını değerlendirirken 1.Ek Protokol md. 1 alanında mülkiyet hakkının fiziki eşya sahipliği ile sınırlı olmaksızın ve iç hukukların sınıflandırmalarından bağımsız olarak değerlendirilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. Bu sayılanların dışındaki, değer yaratan bazı menfaatlerin de mülkiyet hakkı olarak değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Gayri maddi değerlerin söz konusu olduğu hallerde, mahkeme, hukuki durumun doğurduğu mali haklar ve buna bağlı ekonomik değeri göz önüne almaktadır. Bu, fikri mülkiyet haklarında olduğu gibi malvarlığı hakkının değişik bir türünü oluşturmaktadır. Somut olayda, Davacı Şirket'in alan adı tahsis otoritesi ile yaptığı sözleşme, alan adı tahsis ücreti karşılığında, süreyle sınırlı olmaksızın adına tahsili alan adlarını kullanmak, devretmek ve üçüncü şahısların kullanımına açmak hakkına sahiptir. Somut olayda, alanın (alan adı) inhisari kullanımı, ekonomik bir değer oluşturmaktadır. Kıstaslar nazarından bakıldığında, bu bir malvarlığı değeri oluşturmaktadır”*<sup>88</sup>. AİHM'in bu kararı hak ve özgürlükleri genişletmek bakımından olumlu olmakla beraber iç hukukta uygulanabilir olmadığı kanaatindeyiz. Mahkeme de görüşünü belirtirken iç hukukların sınıflandırmalarına bakmaksızın değerlendirme yaptığını beyan etmiştir. Bu kararın bir diğer olumlu yanı da, alan adının sahibine sağladığı ekonomik değerın korunması gerektiği hususuna dikkat çekiyor olmasıdır.

Bu çerçeveden baktığımızda, tahsisin alan adı üzerinde sadece bir kullanma hakkı tesis ettiği görüşü anlam kazanmaktadır. Zira alan adı gayri maddi bir varlıktır ve eşya hukukunun konusuna girmemektedir. Bu sebeple de alan adı mülkiyet hakkına konu teşkil etmemektedir. Yargıtay'ın da alan adları üzerine verdiği çok az sayıdaki kararlarından birinde dolaylı olarak

---

<sup>87</sup> Norbert **Olszak**, La propriété industrielle est-elle bien une propriété?, D.2002, jurisprudence sh.1894, AİHM bu madde kapsamında mal kavramını geniş tutmakta olup, menkul, gayrimenkul mallar ve kazanılmış hakları bu kapsamda kabul etmektedir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Dona **Gomien**, Vade-mecum de la Convention Européenne des Droits de l'Homme Editions du Conseil d'Europe, 3ème éd. 2005, sh 136.

<sup>88</sup> European Court of Human Rights Fifth Section Decision as to The Admissibility of Application nos. 25379/04, 21688/05, 21722/05 and 21770/05 by PAEFFGEN GMBH against Germany, Karar için bkz. <http://cmiskp.echr.coe.int/tpk197/view.asp?item=1&portal=hbkm&action=html&highlight=PAEFFGEN%20%20GMBH%20%20Germany&sessionid=58551921&skin=hudoc-fr> çevrimiçi: 03.05.2010

bu görüşün benimsendiği görülmektedir. Buna göre; Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, “[www.elit.com.tr](http://www.elit.com.tr)” kararında, “*Mahkemece alınan bilirkişi raporu doğrultusunda, esasen davalı ODTÜ ile ilişkiye geçenin dava dışı Bİ-NET şirketi olduğu, bu şirketin ODTÜ’den aldığı kullanma hakkını ücreti mukabili davacı şirkete devrettiği kabul edilerek bir sonuca ulaşılmaya çalışılmış ise de, bu hususta ayrıntılı bir inceleme yapılmadığı gibi, karar yerinde de yeterince tartışılıp, değerlendirilmemiştir...<sup>89</sup>” demek suretiyle, alan adı üzerindeki hakkın, kullanma hakkı olduğunu zımnen kabul ettiği anlaşılmaktadır.*

Para ile ölçülebilen bir değeri olan haklara malvarlığı hakları denilmektedir<sup>90</sup>. Alan adı üzerindeki hak, ekonomik bir değeri olan ve para ile ölçülebilen bir haktır. Taşındığı bu ekonomik değer dolayısı ile adına tahsili olduğu kişinin malvarlığının aktif kısmında yer almaktadır. Bu yönüyle alan adı üzerindeki hak, gayri maddi mal varlığı haklarından<sup>91</sup>.

Bu açıklamalar ışığında; tahsis işlemi, alan adı üzerinde aynı bir hak tesis etmemekle beraber, ihlal eden herkese karşı ileri sürülebileceğinden ötürü mal varlığı üzerindeki mutlak hak tesis eden kurucu bir işlemdir. Bu hak ise tahsis işleminin lehtarına söz konusu alan adı üzerinde kullanım hakkı vermektedir<sup>92</sup>.

### C. Alan Adı Üzerindeki Hakkın Sona Ermesi

Usulüne uygun şekilde tahsis işlemi tamamlanmış olan bir alan adı yenilemesi yapılmak kaydıyla teknik olarak sonsuza kadar hak sahibinin kullanımına tabi olarak kalmaktadır. Buna karşın, alan adı üzerindeki hakkı sona erdiren sebepler de bulunmaktadır. Bu sebepler genel olarak; alan adı yenilemesinin yapılmaması, alan adı sahibinin talebi ile alan adının silinmesi, Tahkim (İdari Divan) kararı ile alan adının başkasına devri ya da iptali ve mahkeme kararı ile alan adının başkasına devri ya da silinmesi şeklinde özetlenebilir.

<sup>89</sup> Yarg. 11. HD. 2003/13570E. 2004/10024K. Yayınlanmamış Yargıtay kararı.

<sup>90</sup> Kemal **Oğuzman** /Nami **Barlas** Medeni Hukuk, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2008 sh.105

<sup>91</sup> **Kaufman**, sh. 19vd.

<sup>92</sup> Odile **Garlin-Ferrard**, Nature et Regime Juridiques du Nom de Domaine au Travers des Conflits avec la Marque, sh 5.

Alan adı tahsis hizmeti veren kuruluşlar alan adının sona ermesi hallerinin hangi şekil ve usulde gerçekleşeceğini yönetmeliklerinde düzenlemişlerdir. Türkiye’de yaygın olarak kullanılmaları sebebi ile alan adının ülke uzantsız ya da “.tr” uzantılı olması haline göre sona erme sebeplerini ayrı ayrı incelemek yararlı olacaktır.

### **1. Ülke Uzantsız Alan Adlarının Sona Erme Halleri**

Bir kişi ya da kuruluşun adna tahsisli olan uluslararası bir alan adı üzerindeki hakkının hangi hallerde son bulacağı ICANN tarafından kabul edilen Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikaları (UDRP) md. 3’te düzenlenmiştir. Buna göre, ICANN, aşağıdaki şartlar gerçekleştiğinde alan adını iptal edecek, devredecek ya da alan adı tescilinde gerekli değişiklikleri yapacaktır.

Bu şartlar;

- 1) UDRP 8. madde hükmü saklı kalmak kaydıyla, alan adı tescil sahibinden ya da onun yetkili temsilcisinden alan adının silinmesine dair yazılı ve elektronik formda bir talimat alınması,
- 2) Yetkili bir Mahkeme veya Tahkim (İdari Divan - Administrative Panel) tarafından bu şekilde bir tedbir alınmasını gerekli kılan karar alınması,
- 3) Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikaları UDRP çerçevesinde yürütülen Tahkim Yargılaması’nda (Zorunlu İdari Dava’da) bu şekilde bir tedbir alınmasını gerekli kılan Tahkim (İdari Divan) kararın tebellüğü halleridir.



ICANN ayrıca tescil sözleşmesindeki hükümler veya diğer hukuki şartlar çerçevesinde alan adı tescilini iptal etmeye, devretmeye veya diğer herhangi bir şekilde değiştirmeye yetkilidir<sup>93</sup>.

Bunlara ilaveten; alan adının tahsisini yapan servis sağlayıcının, alan adı sahibine tahsis aşamasında onaylattığı şartnameye bağlı olarak değişmekle beraber;

- 1) Alan adı tahsis edilen kuruluşun fiilen ve/veya hukuken ortadan kalkması
- 2) Süresi dolan alan adının yenilenmemesi,
- 3) Alan adı tahsis edilen kişi ya da kuruluşun bu belgede belirtilen hükümlere aykırı davrandığının belirlenmesi,
- 4) Alan adı kullanım hakkına sahip kişi ya da kuruluşun alan adının silinmesine ilişkin resmi talepte bulunması halleri de alan adı üzerindeki hakkını sona erdirmektedir.

## 2. Türkiye Uzantılı Alan Adlarının Sona Erme Halleri

“.tr” üst düzey alanına bağlı ikinci düzey alanlar altında tahsis edilmiş bir alan adının hangi hallerde silineceği “.tr” Alan Adı Yönetimi tarafından hazırlanan “.tr” Alan Adları Politikalar, Kurallar ve İşleyiş belgesinin “.tr” Alan Adı Silme Kuralları başlıklı bölümünde açıkça sayılmıştır. Buna göre;

- 1) Türkiye Cumhuriyeti mahkemeleri tarafından alan adının kullanımının yasaklanması,
- 2) Alan adı tahsis edilen kuruluşun fiilen ve/veya hukuken ortadan kalkması

---

<sup>93</sup> Bkz. Savaş **Bozbel**, İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Korunmasında ICANN Tahkim Usulü, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2006, sh. 164.

- 3) Süresi dolan alan adının yenilenmemesi<sup>94</sup>,
- 4) Alan adı tahsis edilen kişi ya da kuruluşun bu belgede belirtilen hükümlere aykırı davrandığının belirlenmesi,
- 5) Alan adı kullanım hakkına sahip kişi ya da kuruluşun alan adının silinmesine ilişkin resmi talepte bulunması,
- 6) İtiraz askısında bulunan alan adlarının ilgili kurullarca (DNS-ÇG ve/veya UÇK) silinmeleri onaylanması,
- 7) Kişisel/kurumsal itiraz başvurusu sonucunda ya da doğrudan UÇK iradesi ile UÇK tarafından alan adının silinmesinin kararlaştırılması hallerinden birinin gerçekleşmesi halinde alan adı silinir ve alan adı üzerindeki hak son bulur.

Alan adı sahibinin isteği üzerine ya da idari herhangi bir nedenle silinen alan adları 2 ay süre ile “.tr” Alan Adı Yönetimi’nin <https://www.nic.tr> adresli web sitesinde ilan edilir<sup>95</sup>.

### III. İNTERNET ALAN ADININ HUKUKİ NİTELİĞİ

#### A. Genel Olarak Alan Adının Hukuki Niteliği

İnternet, bir kişi, kurum ya da ülkeye ait olmadığı için tamamında ve her konuda geçerli bir hukuk düzeni bulunmamaktadır. Yapılan kısmi düzenlemeler ise ancak yürürlükte oldukları ülke ile sınırlı bir uygulama alanına sahiptir. Bu bakımdan, alan adının tabi olacağı

---

<sup>94</sup> Ödeme tarihinden bir ay önce başlayan e-posta uyarılarına karşın, alan adı ücretinin son ödeme tarihinde ödenmediği durumda, alan adına erişim üç ay süre ile duraklatılır. Duraklatma süresi içinde ödemesi yapılan alan adları erişime açılır; aksi takdirde, 3 (üç) aylık sürenin sonunda, alan adı silinerek üçüncü kişi ya da kuruluşların tahsisine açılır.

<sup>95</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, “.tr” Alan Adı Silme Kuralları.

hukuki rejimi tespit etmek kolay değildir. Bununla birlikte, faaliyete geçmiş bir internet sitesi, özellikle ticari siteler birçok hukuk dalının kesiştiği, birbiri içine geçtiği alanlardır<sup>96</sup>.

İnternetin ve elektronik ticaretin gelişmesi ile birlikte alan adının gördüğü işlev de evrim geçirmiştir. Özünde alan adları için gayet basit teknik bir işlev öngörülümüştü; internete bağlı değişik bilgisayarlar arasında bağlantıyı kolaylaştırmak olan bu işlev bugün ise bambaşka bir boyut kazanmıştır. Alan adlarının kazandığı ticari değer apaçık ortadadır. Günümüzde, şirketler, markalarını alan adı olarak kullanarak pazar paylarını arttırıp yeni alıcılara ulaşabileceklerini düşünüyorlar. Bu sebeple alan adı, bir şirketin internetteki varlığının ve elektronik ticarete terfi ettiği bir göstergesi olması sebebi ile alan adı bir reklâm unsuru haline de gelmiştir. İşlevindeki bu büyük değişim alan adının hangi hukuki rejime tabi olacağı sorununu ortaya çıkarmıştır<sup>97</sup>.

Teknik olarak, veri transferi esnasında doğru bilgisayarlar arasında iletimin sağlanmasına yarayan bir telefon numarası ya da posta adresi işlevi görmek üzere icat edilmesine rağmen, zaman içinde sanal ortamın en önemli unsuru haline gelen alan adının niteliği hakkında değişik görüşler bulunmaktadır<sup>98</sup>.

## 1. Alan Adının Elektronik Adres Olduğu Görüşü

Alan adının teknik alt yapısı ve adresleme işlevi dolayısıyla alan adının telefon numarası gibi değerlendirilmesi gerektiği görüşü yaygın olmamakla beraber, doktrin içtihatlarda savunulmuştur. Paris Ticaret Mahkemesi 28.01:2000 tarihli kararında alan adını alelade sanal

---

<sup>96</sup> Michel **Vivant**, Le Site Marchand: Carrefour des Droits, Le Dorit de l'Entreprise et Internet Actes du Colloque de Marseille (15 Juin 2001), Presses Universitaires d'Aix Marseille, 2002, sh. 35 vd., Fusun **Nomer**, İnternet Alan Adları ve Haksız Rekabet, sh. 397vd.,

<sup>97</sup> Monique **Viala**, Nom de domaine – Internet: le droit cherche ses marques, Recueil Dalloz, 1999, Jurisprudence sh. 316 vd.

<sup>98</sup> Grégoire **Loiseau**, Nature Juridique du Nom de Domaine, Droit des technologies avancées, Vol.8 No: 1/2001 sh. 132 vd.; Tekin **Memiş**, İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması Ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, AÜEHFD, C. IV, S. 2000/1-2, sh. 468; Tekin **Memiş**, Haksız Rekabet Açısından İnternet Ortamında Avukatlık Mesleğinin İcrası, İBD Y. 67 S. Temmuz 2002, sh. 8 vd.; Tamer **Soysal**, İnternet Alan adlarının Korunması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, sh.68.

adres olarak tarif etmiştir<sup>99</sup>. Alman Mahkemeleri'nin verdiği bazı kararlarda da alan adının teknik niteliğinden etkilenilmiş ve alan isminin adres veya telefon numaraları gibi bir nitelik taşıdığı belirtilmiştir. Bu görüşe göre telefon numarası ve adresler ise herkesin kullanımına açık olan işaretler olup, bunlardaki benzerlikler bir iltibas tehlikesi oluşturmazlar<sup>100</sup>.

Alan adını sadece teknik boyutuyla ele almak suretiyle niteleme gayreti, alan adı etrafında ortaya çıkan sorunları çözmekten çok arttırmaya yarayacak niteliktedir. Zira bu yaklaşım tarzı alan adının internet kullanıcılarına yansıyan yüzünü yok saymaktadır. Zira, İnternet kullanıcıları, alan isimlerinin karşılık geldiği sayı kombinasyonlarını değil, alan isimlerini bilmekte, kullanmakta ve ilgili web sitesini bu şekilde tanımlamaktadır<sup>101</sup>. Alan ismi doğrudan web sitesinin kurucusunu temsil etmektedir. Dolayısıyla bu görüşün yerinde olmadığı kanaatindeyiz.

## 2. Alan Adının Medeni Hukuk Anlamında İsim Olduğu Görüşü i

Ticari olmayan amaçlarla kullanıldığı zaman, alan adı yalnız bir belirteç ve mevcut bir siteyi tanımlama işlevleri görmektedir. Eğer söz konusu olan bireysel bir site ise, alan adı, sahibinin kişiliğini de yansıtmaktadır. Bununla birlikte, eğer bir organizasyon, tüzel kişi ya da topluluğa özgülenmiş bir site söz konusu ise, alan adı, tanımlayıcı bir işlev üstlenmektedir<sup>102</sup>.

Bu haliyle alan adı, site ismi olarak değerlendirilebilir<sup>103</sup>. Zira isim, kişileri tanımlamaya yaramakla beraber kişilerin birbirleri ile olduğu kadar toplumla olan ilişkilerinde de

<sup>99</sup> Tribunal de Commerce de Paris, Ordonnance de référé, 28 janvier 2000, AV Internet Solution Limited c/ Raphaël P. et SARL Adar Web, <http://www.juriscom.net/txt/jurisfr/ndm/teparis20000128.htm> çevrimiçi 05.06.2010.

<sup>100</sup> Tekin **Memiş**, Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukuk'ta Etkiler Sempozyumu, TBD, Ankara, 2001. sh. 203 vd. (**Naklen**) kararlar için bkz. LG Köln, 17.12.1996 ([www.onlie-recht.de/vorent.html?LGKoeln961217a](http://www.onlie-recht.de/vorent.html?LGKoeln961217a)); LG Köln, 17.12.1996, ([www.onlie-recht.de/vorent.html?LGKoeln961217b](http://www.onlie-recht.de/vorent.html?LGKoeln961217b)); LG Köln, 17.12.1996, ([www.onlie-recht.de/vorent.html?LGKoeln961217](http://www.onlie-recht.de/vorent.html?LGKoeln961217))

<sup>101</sup> Tekin **Memiş**, Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, sh. 203 vd.

<sup>102</sup> Grégoire **Loiseau** age. sh. 132 vd.

<sup>103</sup> Tekin **Memiş**, Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu 2001, Ankara 2001, sh. 204.

kendilerini diğer kişilerden ayırmaya ve aynı zamanda faaliyetlerini de ayırt etmeye yarar<sup>104</sup>. Alan adları da, aslında internet iletişiminin ana unsuru olan bilgisayarı değil, bilgisayar ve site aracılığı ile ağ üzerinde yer edinen kişi ve organizasyonu göstermektedir. Bu gerekçelerle alan ismi, Medeni Kanun anlamında bir isim niteliğini haizdir ve MK.m.25'in korumasından faydalanmalıdır<sup>105</sup>.

### 3. Alan Adının Ticaret Unvanı Olduğu Görüşü

Ticaret unvanı, kaynağını Ticaret Kanunu'nun 41 ve devamı maddelerinde bulur ve tacirin, ticari işletmesine ilişkin işlemleri yaparken kullandığı isim şeklinde tanımlanmaktadır<sup>106</sup>. Bu özeliğinden dolayı alan adının bir nevi sanal ticaret unvanı olarak değerlendirilmesi gerektiği görüşü savunulmuştur<sup>107</sup>.

Her ne kadar Ticaret Kanununa göre (TTK 42/I) her tacir, ticari işletmesini ve seçtiği ticaret unvanını işletme merkezinin bulunduğu yer ticaret siciline tescil edilmek zorunda olsa da, ticaret unvanı aslında seçip kullanma ile elde edilir. Tescili adına yaptıran kişi münhasıran bu ticaret unvanını kullanmaya yetkilidir. Tescille birlikte TTK 54'te düzenlenen korumadan yararlanabilir. Tescil edilmemiş ticaret unvanı genel hükümlere göre korunmaktadır(TTK 58 vd.). Buna karşın, alan adı ancak ve ancak yetkili kuruluş nezdinde yapılan sözleşme ve devamında gerçekleşen tahsis ile elde edilebilir<sup>108</sup>.

Alan adının ticaret unvanı sayılmasına engel bir diğer özellik de, internetin doğasından kaynaklanmaktadır. Buna göre, internet ya da daha özelden bir internet sitesi, bir ticarethane

---

<sup>104</sup> Christian Elias **Bou Khater**, Le nom de domain au sein du concept des signes distinctifs, RLDI no: 11, Décembre 2005, sh. 69; Jale G. **Akipek**, Turgut **Akıntürk**, Türk Medeni Hukuku C.I, Beta, 4. bası 2001, sh. 435 vd; Tekin **Memiş**, Haksız Rekabet Açısından İnternet Ortamında Avukatlık Mesleğinin İcrası, İBD Y. 67 S. Temmuz 2002, sh. 9.

<sup>105</sup> Tekin **Memiş**, Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, sh. 204. ; Tamer **Soysal**, İnternet Alan adlarının Korunması, sh. 75 vd.

<sup>106</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, Ticari İşletme Hukuku Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2007, sh. 334 vd.; Sabih **Arkan**, Ticari İşletme Hukuku, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2009, Ankara, sh. 251 vd.

<sup>107</sup> Cyril **Rojinsky**/Olivier **Leaurant**, Créer et Exploiter un site Web, Lamy/Echos, 2000, sh. 22.

<sup>108</sup> Gautier **Kaufman** age. sh. 27, Sabih **Arkan**, age. Sh 251 vd.

değildir. Zira site ağ üzerinde varsayımsal bir alandan başka bir şey değildir. Dolayısı ile alan adının ticaret unvanı gibi kabul edilmesi uygun değildir<sup>109</sup>.

Alan adı her zaman ticari amaçlarla da alınmamaktadır. Kişisel ya da kamusal amaçlarla da alan adları tahsisi istenmektedir. Bu yüzden alan adını ticaret unvanına indirgemek onu işlevinden uzaklaştıracaktır<sup>110</sup>.

Tahsis edilmiş ve ticari amaçlarla kullanılmakta olan bir alan adının ticaret unvanı gibi değerlendirilemeyeceği açıktır. Ticaret unvanı tacire dair bir ayırt edici işarettir. Alan adı ise, her ne kadar geri plandaki tacire gönderme yapsa da taciri diğer tacirlerden ayırt etme işlevini görmemektedir<sup>111</sup>.

#### 4. Alan Adının İşletme Adı Olduğu Görüşü

İşletme adı, Ticaret Kanunu'nda İşletme sahibini hedef tutmaksızın doğrudan doğruya işletmeyi tanıtmak ve benzer işletmelerden ayırt etmek için kullanılan adlar olarak tanımlanmaktadır (TTK md. 55). Burada dikkat edilmesi gereken husus; ticaret unvanı taciri tanımlamaya yararken, işletme adı, bir işletmeyi diğerlerinden ayırt etmeye yöneliktir<sup>112</sup>. Bu özelliğinden dolayı alan adının ticari amaçla kullanılan siteler bakımından işletme adı olduğu savunulmuştur.

Paris Asliye Hukuk Mahkemesi de bir kararında; bir site isminin elektronik ortamda işletme adı sayılabileceği görüşünü benimsemiştir. Söz konusu kararda mahkeme ihtilaf konusu olan alan adı [www.soldeurs.com](http://www.soldeurs.com)'un içinde bulunan “soldeurs” kelimesinin Fransız Ticaret Kanunu L.310-3 hükmü uyarınca ticaret unvanı veya işletme adı olarak tescili yasak olan “solde” (indirim, ucuzluk) kelimesinden türetildiğini ve dolayısı ile bu kelimenin ticaret

<sup>109</sup> Gautier **Kaufman** age. sh. 27.

<sup>110</sup> Gautier **Kaufman** age. sh. 28.

<sup>111</sup> Grégoire **Loiseau**, Nature Juridique du Nom de Domaine, sh. 137, Grégoire **Loiseau**, Nom de Domaine et Internet: Turbulences Autour d'un Nouveau Signe Distinctif, sh. 245.

<sup>112</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, age. sh. 341 vd.; Sabih **Arkan**, age. sh. 263.

unvanı ya da işletme adı olamayacağını, site adının elektronik planda işletme adına tekabül ettiğinden, bu kelimenin alan adı olarak tahsis edilemeyeceğine karar vermiştir.<sup>113</sup>

Mahkeme bu kararı ile alan adını işletme adı olarak değerlendirirken internet sitesini de bir bakıma sanal işletme olarak değerlendirmiştir. Görünüşte Mahkeme'nin verdiği bu karar yerinde olsa da, alan adının işletme adı, internet sitesinin de işletme olarak değerlendirilmesi her zaman mümkün görünmemektedir.

Bir alan adının, işletme adı olarak tescil edilmesinde herhangi bir engel bulunmadığı gibi bir işletme adının da bir alan adı olarak tahsis edilmesinde bir engel bulunmamaktadır. Buna karşın bir işletmenin başka bir isim altında internet üzerinde faaliyet göstermesi de mümkündür. Bununla birlikte bir işletmenin faaliyet yeri sadece internet olabileceği gibi internet ortamı faaliyet yerlerinden sadece biri de olabilir. Bu bakımdan müteşebbislerinin sadece internet üzerinde faaliyet gösterdiği [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) gibi siteler işletme olarak değerlendirilebilse de, bu durum internette faaliyet gösteren tüm işletmeler için geçerli olmayacaktır. Buna ilaveten Mahkemenin bu kararına rağmen aslında jenerik isimlerin alan adı olarak alınmasına bir engel bulunmamaktadır<sup>114</sup>.

Hukukumuzda işletme adı kullanma zorunluluğu bulunmamaktadır. Fakat, işletme adı kullanılmak istendiğinde, tescil işletme sahibinin ihtiyarına bırakılmamıştır. TTK md. 55 hükmünde “*İşletme sahibini hedef tutmaksızın doğrudan doğruya işletmeyi tanıtmak ve benzer işletmelerden ayırt etmek için kullanılan adların da sahipleri tarafından tescil ettirilmesi lazımdır*” demek suretiyle işletme adının tescili, işletme sahibi için hem hak hem de yükümlülük olarak düzenlenmiştir. Tescil ile işletme sahibi işletme adı üzerinde bir tekel hakkına kavuşurken, diğer taraftan da bu bir yükümlülük olarak işletme sahibine yüklenmiştir<sup>115</sup>.

---

<sup>113</sup> TGI Paris, 31é ch., 8 avr. 2005, Ministère public/ NicoleT. Et Automatic Answer Communication, Revue Lamy Droit l'Immatériel, RLDI Septembre 2005, no.8 sh. 44.

<sup>114</sup> Gautier **Kaufman** age. sh. 27.

<sup>115</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, age. sh. 341 vd.; Sabih **Arkan**, age. sh. 263 vd.

Buna karşın alan adı yetkili kuruluş nezdinde yapılacak bir sözleşmeye ve bunu takip eden tahsis işlemine binaen elde edilebilir. Alan adının tahsis işleminden önce seçilip kullanılması teknik olarak mümkün değildir. İşletme adı tescili ile alan adı tahsisi yapan kurum ve kuruluşlar arasında herhangi bir bağ bulunmadığı gibi tescil ve tahsis işlemleri de aynı sonucu doğurmamaktadırlar.

Görülüyor ki, alan adı ile işletme adı ve ticaret unvanı arasında gördükleri işlevler bakımından birçok ortak nokta bulunmaktadır. Hatta alan adı bazen işletme adı veya ticaret unvanı gibi işlev üstlenmiş dahi olabilir. Bununla birlikte, tescil şartı yerine getirilmediği için hukuken alan adı ne ticaret unvanı, ne de işletme adı olarak değerlendirilemeyeceği gibi, alan adını bu kavramlardan birine indirgemek de alan adının işlevini daraltmak olacaktır<sup>116</sup>.

## 5. Alan Adının Marka Olduğu Görüşü

Alan adının hukuki niteliği hakkındaki tartışmalarda, alan adının, bir çeşit marka olarak değerlendirilmesi gerektiği de savunulmuştur<sup>117</sup>.

Her şeyden önce, marka, mevzuatımızda, 556 sayılı KHK'nin 5. maddesinde açıkça tanımlanmıştır. Buna göre: “*Marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dâhil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretleri içerir.*” Görüldüğü gibi madde metninde, markanın içerebileceği işaretler sayılmış ama “*...her türlü işaretleri içerir.*” ibaresiyle bu sayımın tahdidi olmadığı ve öngörülen şartları yerine getiren her tür işaretin marka olarak tahsisini mümkün kılınmaktadır.

<sup>116</sup> Grégoire **Loiseau**, Nature Juridique du Nom de Domaine, sh. 137, Grégoire **Loiseau**, Nom de Domaine et Internet: Turbulences Autour d'un Nouveau Signe Distinctif, sh. 245.

<sup>117</sup> Bernard **Schaming**, sh. 14.



Markanın kanuni tanımından, bir markada bulunması gereken üç esaslı unsur olduğu anlaşılmaktadır. Bu unsurlar; bir işaret olması, bu işaretin ayırt edici karakterde olması ve bu işaretin çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayımlanabilmesi ve çoğaltılabilmesidir. İşaretin, çizimle görüntülenebilir veya benzer biçimde ifade edilebilir, baskı yoluyla yayımlanabilir ve çoğaltılabilir olması ile amaçlanan, tescil aşamasında, tescilin gerçekleşebilmesi için işaretin kâğıt üzerinde gösterilmesi gerekliliğinin sağlanmasıdır. Kâğıda dökülebilen, ses, koku gibi işaretler de bu kapsamda değerlendirilebilir<sup>118</sup>.

Unsurları bakımından karşılaştırıldığında, alan adı, çizimle görüntülenebilir, baskı yolu ile yayımlanabilir ve çoğaltılabilir olması sebebi ile marka için gerekli asgari şartları kısmen yerine getirmektedir. Buna karşın markanın asli unsuru ve ön şartı olan ayırt edicilik alan adı için aranan bir kıstas değildir. Bir alan adının tahsis edilebilmesi için ayırt edici olması aranmamaktadır.

Hakkın doğumu bakımından incelendiğinde, alan adı üzerinde hak tesisi her zaman yetkili kurum tarafından gerçekleştirilecek tahsis işlemi ile doğmaktadır buna karşın, marka üzerindeki hakkın doğumu ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Bununla ilgili genel hatları itibariyle tescil sistemi, ilk kullanma sistemi ve karma sistem olmak üzere üç sistem vardır. Bu hakkın doğumu, ülkesellik prensibi uyarınca ülkede cari olan hukuki düzenlemeler hangi sistemi öngörüyorsa ona göre olur.

Türk Hukuku'nda 556 s. KHK md. 6 uyarınca “*Bu Kanun Hükmünde Kararname ile sağlanan marka koruması tescil yoluyla elde edilir*”. Bu maddede ifadesini bulan hak aslında doğrudan doğruya marka hakkı değil, KHK'nin bahsettiği ve koruduğu hak ve yetkililerdir. Bu ifade ile tescile hak doğurucu etki tanındığı ve tescil ilkesinin benimsendiği anlaşılmaktadır<sup>119</sup>. Görüldüğü gibi alan adı, tescil şartını yerine getirmemektedir. Buna karşın,

<sup>118</sup> Remzi Tamer **Pekdiñer**, Marka Hakkı ve Korunması, İstanbul, 2001, sh. 49 (Yayımlanmamış Doktora Tezi, YÖK Dokümantasyon Merkezi, Etiket No:106724 )

<sup>119</sup> Ünal **Tekinalp**, Fikri Mülkiyet Hukuku, §23 No 1 vd, Hakan **Karan**, Mehmet **Kılıç**, Markaların Korunması 556 sayılı KHK Şerhi ve ilgili Mevzuat, Turhan Kitapevi, 2004, sh 62 vd., Ünal **Tekinalp**, Yeni Marka Hukukunda Tescil İlkesi ve Tescilsiz İşaretlerin Hukuki Durumu, Prof. Dr. Kenan Tunçomağ'a Armağan,

556 s. KHK'nin öngördüğü şartları yerine getirmek kaydıyla, bir alan adının marka olarak tesciline engel bir durum bulunmamaktadır.

Tescilli bir marka ancak tescilli olduğu ülke sınırları içinde ve tescilde belirtilen sınıflara giren mal ve hizmetler bakımından korunmaktadır.

Markaya tanınan korumanın tescilli olduğu ülke ile sınırlı olması haline ülkesellik ilkesi denilmektedir<sup>120</sup>. Bunun bir gereği olarak da aynı işaret, marka olarak birçok ülkede, o ülkelerin ulusal hukuklarına göre tescil edilecek olursa, tescil olunduğu ülkelerin ulusal hukuklarına göre ve o ülkelerin hâkimiyet sınırlarıyla sınırlı olmak üzere marka hakkı doğar ve bu etki tescilin yapıldığı ülke sınırlarını prensip olarak aşamaz<sup>121</sup>. Buna bağlı olarak, marka tescil edildiği ülkede, adına tescil edildiği kişiye ait olur, dolayısı ile farklı ülkelerde aynı marka farklı kişilere ait olabilir ve bu durumda bir kimse, bir ülkedeki tescile dayanarak hak iddia edemez<sup>122</sup>.

---

İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Eğitim Öğretim ve Yardımlaşma Vakfı, 1997, sh. 470 vd., Osman Şanal, Markanın Hükümsüzlüğü, Adalet Yayınevi, 2004, sh. 29. Ancak tescil ilkesinin yine 556 s. KHK'de öngörülen birçok istisnası mevcuttur. Bu istisnalar şunlardır;

1. Bir marka tescil tarihinden önce kullanılmış ve tescile konu mallar veya hizmetlerle ilgili olarak bu kullanım sonucu ayırt edici bir nitelik kazanmış ise (a), (c) ve (d) bentlerine göre tescili reddedilemez (Md. 7 son fıkra),
2. Sahibi tarafından izin verilmeyen Paris Sözleşmesinin 1 inci mükerrer 6 ncı maddesine göre tanınmış markalar(Md. 7 /1),
3. Rüçhan hakkından yararlanan markalar (md 25 ve 26),
4. Markanın tescili için yapılan başvuru tarihinden önce veya markanın tescili için yapılan başvuruda belirtilen rüçhan tarihinden önce bu işaret için hak elde edilmiş ise, (md 8)

Tescil için başvurusu yapılmış markanın, başkasına ait kişi ismi, fotoğrafı, telif hakkı veya herhangi bir sınai mülkiyet hakkını kapsamaması halinde, hak sahibinin itirazı üzerine tescil başvurusu reddedilir (md. 8) Bu kadar çok istisnanın öngörülmüş olması karşısında, doktrinde *Yasaman*, KHK'nin tescil sistemini kabul etmesine rağmen getirdiği istisnalar sebebi ile kullanım sistemine daha yakın olduğu görüşündedir. Ayrıntı için bkz. *Yasaman*, Marka Hukuku, C. I sh. 183.

<sup>120</sup> Christiane *Féral-Schuhl*, age. sh. 417, no 84.21.

<sup>121</sup> Ünal *Tekinalp*, Fikri Mülkiyet Hukuku, sh 200, §26,no.8.

<sup>122</sup> Bu prensibin katı uygulamasını hafifletebilmek için Madrid Protokolü uyarınca Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü nezdinde uluslar arası marka tescili imkânı getirilmiş olsa da bu sistem uluslar arası marka için yeknesak bir koruma sağlamamaktadır. Bu sistemde tescil tek elden yapılırsa da uluslar arası markanın korunması iç hukuklara göre olmaktadır. Yine bu bağlamda, Avrupa Birliği içinde malların serbest dolaşımını sağlamak, taklit ürünlerin engellenmesi amacıyla, birlik ülkelerinde cari ulus üstü bir marka tescil sistemi kurulması ve yeknesak bir düzen sağlanması çalışmaları neticesinde 1996 yılında topluluk markası dediğimiz marka ihdas olunmuştur. Bu doğrultuda İspanya'nın Alicante Kenti'nde Avrupa Birliği Marka Ofisi kurulmuştur. Topluluk markası başvuruları doğrudan ya da üye ülkelerden birinin patent ofisi vasıtasıyla Avrupa Birliği Marka Ofisine yapılmaktadır. Böylece yapılacak bir başvuru ile daha önce üye ülkelerin herhangi birinde tescil edilmemiş bir işaret marka olarak tescil edildiğinde, tüm üye ülkelerde aynı şekilde korunabilecektir. Ancak bu koruma ile üye ülkelerin iç hukukları ve dolayısıyla markaya sağladığı ülkesel koruma bertaraf edilmemektedir. Bkz. *Yasaman/Yusufoğlu*, Marka Hukuku, C. I sh. 6, Bernard *Schaming*, Internet ol l'émergence de la marque

Markanın sadece sicilde belirtilen mal ve hizmet sınıfları bakımından korunması haline ise sınıf prensibi denmektedir<sup>123</sup>. Bu ilkenin bir sonucu olarak farklı kişiler aynı işareti farklı sınıflardaki mal ve hizmetler için marka olarak tescil ettirebilirken, marka olarak tescil edilmiş bir işaretin aynı ya da benzer mal ve hizmetler için kullanılamamaktadır<sup>124</sup>.

Buna karşın bir alan adı teknik olarak sadece bir sefer tahsise konu olabilir ve tahsisli bir alan adı dünyanın her yerinde aynı kişiye herhangi bir mal ve hizmete özgülenmeksizin ait olmaktadır. Bu sebeple alan adının ülkesellik ya da sınıf ilkelerine tabi olduğundan bahsetmek mümkün değildir<sup>125</sup>.

## 6. Görüşümüz: Sui Generis Bir İşaret olarak Alan Adı

Alan adının hukuki niteliği hakkındaki değişik görüşlere değindiğimiz yukarıdaki açıklamaların ışığında, alan adının mevcut kavramlarla hem benzer hem de ayrı özellikler taşımakta olduğu görülmektedir.

Ticari olmayan siteler bakımından alan adının isim niteliğinde olması gerektiği kabul edilmelidir<sup>126</sup>. Ancak, bu niteliğin, alan adının nitelenmesi için yeterli olmadığı, aksi halde alan adının işlev ve özelliklerinin yeterince değerlendirilmemiş olacağı kanaatindeyiz. Zira, özellikle ticaret hayatında alan adına yüklenen rol, alan adını isim olmaktan öteye taşımaktadır.

---

mondiale de fait, Petites Affiches, 9 mars 2001, no: 49 sh. 14, **Schmidt-Szalewski**, Le Droit des Marques, sh. 66, Kutlu **Oytaç**, Avrupa Birliği Markası (OTM) Nasıl Elde Edilir?.

<sup>123</sup> Jacques **Larrieu**, Protection d'une marque renommée contre le cyberpiratage, Expertises, août – septembre 1999, sh.261, Joanna **Schmidt-Szalewski**, Jean-Luc **Pierre**, Droit de la propriété industrielle, 3<sup>e</sup> édition, 2003, Litec, sh 497, no:1109., Adrien Bouvel, Principe de Spécialité et Signes Distinctifs, Litec, 2004, sh.177, no: 337.

<sup>124</sup> Céline **Bucki**, age. sh.15.

<sup>125</sup> Frankfurt Temyiz Mahkemesi'nin aynı yönde verdiği karar için bkz. Tekin **MEMİŞ**, İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi Olarak Kullanılması Ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, AÜEHFD, C. IV, S. 2000/1-2, sh. 472 vd.

<sup>126</sup> Tekin **Memiş**, Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, sh. 203 vd.

Bu sebeple, alan adını, doğrudan mevcut herhangi bir ayırt edici işaret kategorisine dâhil etmek suretiyle hukuki niteliğini tespit doğru olmayacaktır. Bu bakımdan alan adının İsviçre ve Fransız Hukuk'larında olduğu gibi tescilsiz, sui generis bir işaret olarak nitelemenin en uygun yol olduğu kanaatindeyiz<sup>127</sup>.

## **B. Gayri Maddi Malvarlığı Değeri olarak Alan Adı**

Ticari işletmelerin malvarlığını oluşturan unsurlar, o işletmeye ait bilançoda yer alan tüm ekonomik değerlerden oluşmaktadır. TTK md. 11/II hükmünde işletmenin malvarlığına dâhil unsurlar sayılırken, bir yandan maddi varlığı bulunan mallar, öte yandan da maddi varlığı bulunmayan haklar birlikte sayılmıştır. Zaman içinde kazandığı ticari değerle, işletmeler için vazgeçilmez hale gelen alan adı da, ticari işletmenin gayri maddi malvarlığı unsurlarından biri haline gelmiştir<sup>128</sup>. Alan adlarının mali değerine örnek olarak 1999 yılında 7,5 milyon dolara satılan [www.bussiness.com](http://www.bussiness.com) alan adına 2007 yılında 300 – 400 milyon \$ arasında değer biçilmesi gösterilebilir<sup>129</sup>.

### **1. Ticari İşletmenin Unsuru Olarak Alan Adının Sahibine Sağladığı Katma Değer**

Bir şirketin ticari kimliği birçok şekilde meydana gelebilir. Bu çeşitlilik şirketin stratejik tercihlerine göre şekillenmektedir ve şirketler bunlardan bir, birkaç ya da hepsini seçme konusunda pazarlama ve büyüme stratejilerine göre davranırlar.

Bir şirket, kendini ticaret unvanı ile tanıtabilir. Bu gerçek kişilerde isime tekabül eder ve Ticaret Sicili'ne kaydedilir. Yine aynı şirket müşteri kitlesi ile iletişime geçmek, onları

<sup>127</sup> Philippe **Gilliéron**, Propriété Intellectuelle et Internet, Ceditac, Lausanne 2003, sh. 76; Nathalie **Dreyfus**, Noms de Domaines et Recherche d'Antériorité: Mème Approche que pour les Marques, Expertises octobre 2004, sh. 339.

<sup>128</sup> Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Fusun **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**, Ticari İşletme Hukuku, Vedat Kitapçılık, Üçüncü Bası, 2009 no:882

<sup>129</sup> Bkz. <http://www.domainesinfo.fr/actualite/1241/400-millions-pour-un-nom.php> çevrimiçi: 05.06.2010.

etkilemek ve kendine çekmek amacıyla kendini farklı ve daha çekici bir işletme adı ile tanımlayabilir, ya da müşterilerini İnternet üzerinde karşılamak için bir alan adı ile hizmet vermeye başlayabilir. Son olarak da ürettiği mal ve hizmetleri rakiplerinkilerden ayırt etmek için bir marka tescil edebilir<sup>130</sup>.

Bir teşebbüsün mal ve hizmetlerini tanıtmak, piyasaya arz etmek ve rakiplerinden ayırt edilmek için bir ibare seçip bunu alan adı olarak tahsis ettirmek ve bu alan adıyla site hazırlamasının altında bazı sebepler yatmaktadır. Müteşbbisin alan adından beklediği faydalar bir anlamda alan adının işlevlerini de oluşturmaktadır.

Müteşbbisler, arz ettikleri mal ve hizmetlerin satılması ile birlikte, müşteri kitlesini genişletmek ve piyasaya sundukları mal ve hizmetlere sadık hale getirmek istemektedirler. Bu sonucu elde edebilmek için yoğun olarak reklâm ve pazarlama yatırımları yapmaktadırlar. Bu sayede, geniş kitlelerce fark edilen bir imaj yaratmak ve bu kitlelerin ilgisini muhafaza etmeyi amaçlamaktadırlar. Bu amaca ulaşabilmek için arz edilen mal veya hizmetin ötesinde bir kimlik, özgün bir kişilik yaratmak gerekmektedir.<sup>131</sup> Marka müteşbbislere bu imkânı sağlamaktadır.

Yukarıdaki açıklamalar ışığında ticari amaçla kullanılan bir alan adından beklenenleri dört ana başlık altında toplayabiliriz. Bunlar: Ayırt etme işlevi, köken gösterme işlevi, garanti işlevi ve reklâm işlevi olarak sıralanabilir.

Ayırt edicilik, esasında marka hukukuna ait bir kavramdır. Marka olarak seçilecek işaretin temel özelliği ve aynı zamanda markanın temel işlevi ayırt ediciliktir. Bu işlev KHK md. 5'te "*Marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla... her türlü işaretleri içerir.*" ibaresiyle somutlaşmıştır. Markanın ayırt edici karakteri, aynı zamanda kendini taşıyan mal veya

---

<sup>130</sup> Thomas **Sertillanges**.

<sup>131</sup> Valérie **Astic/ Jaques Larrieu**, Des Rugissements aux Odeurs: l'Évolution des Marques Commerciales, Recueil Dalloz, 1998, Chroniques sh. 398 vd.

hizmete kişilik katan unsurdur. Böylece markalar, üzerinde buldukları mal veya hizmetleri şahsileştirerek, muadili mal veya hizmetler arasında ayrılımlarını sağlar<sup>132</sup>.

Ayırt etme işlevi bakımından incelendiğinde alan adı sanal ortamda bu işlevi görmekte beraber, alan adının ayırt edici olması gibi bir zorunluluk bulunmamaktadır. Alan adının jenerik bir ifade olması da mümkündür<sup>133</sup>. Buna karşın alan adının ayırt ediciliği mal ve hizmetlerden çok müteşebbisin, ya da teşebbüsün sanal dünyada müşahhaslaşmasını ve rakiplerinden ayrılmasını sağlamaktadır.

Alan adı, sanal dünyada bir müteşebbis ya da teşebbüsü müşahhaslaştırıp rakiplerinden ayrılmasını sağlarken, aynı zamanda İnternet üzerinden sunduğu mal ya da hizmetlerin kökenini de göstermektedir.

Alan adı, köken belirtme işleviyle birlikte, müteşebbisin hizmet kalitesine bağlı olmak şartıyla, tüketici nazarında, İnternet üzerinde sunulan mal veya hizmetle ilgili bir imajı da temsil etmektedir. Bu da hem mal veya hizmetin itibarını hem de kalitesini tüketiciye garanti etme işlevini yerine getirmesini sağlamaktadır. İnternet üzerinde sunulan hizmetlerde hizmet kalitesi ile bazı siteler benzerlerinin arasından sıyrılmakta ve adeta tekel haline gelmektedir. Böyle sitelere örnek olarak; arama motorları için [www.google.com](http://www.google.com), kitap satılan siteler arasında ise [www.amazon.com](http://www.amazon.com) sayılabilir.

Alan adının reklâm işlevi, aslında garanti işleviyle bağlantılıdır. Reklâm, üreticiyle tüketici arasında bir bağ kurmaktadır ve alan adı da üreticiyle tüketici arasında bir bağıdır. Alan adının tüketici nazarında yarattığı güven duygusu yani garanti işlevini yerine getirmiş olması aslında en sağlıklı reklâm yoludur. Alan adının tanınmasının reklâm işlevini artırıcı etkisi olmaktadır.

---

<sup>132</sup> **Pekdiñer**, age. sh. 53 vd., **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, § 22 No. 22 vd.; Markanın ayırt ediciliği ile ilgili bkz. **Schmidt-Szalewski**, age. sh. 110 vd.; **Plasseraud/ Dehaut/ Plasseraud**, age. sh. 27 vd.; **Miller/ Davis** age. sh. 164 vd.

<sup>133</sup> Tekin **Memiş**, İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi olarak kullanılması ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, AÜEHFD, C. IV, S. 1-2, 2000, sh. 466 vd.

## 2. Ticari İşletme ile İlgili İşlemlerde Alan Adının Durumu

Görüldüğü gibi iyi seçilmiş ve doğru şekilde kullanılmış alan adları, işletmeler için oldukça büyük değer arz etmektedir. Bu kadar değerli bir unsurun işletmeyle ilgili işlemler bağlamında nasıl konumlanacağı önem taşımaktadır. Çalışmamızın bu bölümünde, işletmeyle ilgili işlemlerde, işletmeye ait alan adının nasıl değerlendirilmesi gerektiğini irdeleyeceğiz.

### a. Ticari İşletmenin Devri Halinde Alan Adı

Ticari işletmeler de dâhil olmak üzere her tür işletmenin aktif ve pasifiyle birlikte devri, BK 179'da düzenlenmiştir BK 179 anlamında bir devirden söz edilebilmesi için, işletmenin aktif ve pasif mal varlığı unsurlarının devredilmiş olması gerekir. Ancak bu ifadeden, ticari işletmenin malvarlığına dâhil tüm unsurların, devrin kapsamında yer almasının zorunlu olduğu gibi bir sonuç çıkarılmamalıdır<sup>134</sup>.

Ticari işletmenin devri sonucunda, kural olarak, işletmeye daimi şekilde tahsis olunan tüm unsurlar devralana geçer (TK 11/II) Ancak taraflar, devir sözleşmesine hüküm koymak suretiyle, münferit bazı unsurları devrin kapsamı dışında tutabilirler. Alan adını ticari hayatta kullanan bir işletmenin olan adı da TK 11/II anlamında işletmeye daimi şekilde tahsis olunan unsurlardan kabul edilerek, devir sözleşmesinde aksine hüküm bulunmadıkça, ticari işletmeye dâhil sayılarak devralana geçmelidir.<sup>135</sup> Özellikle, “com. tr” belgeli tahsis politikası güdülen alan adları söz konusu olduğunda, tahsise dayanak teşkil eden hakların devri halinde alan adı tahsisi de sebepsiz kalmaktadır. Her ne kadar, .tr Alan Adı Kayıt Politikası ve Kuralları uyarınca alan adlarının satışı ve devri yasak olsa da, bir alan adının devri, alan adı tahsisine esas teşkil eden belgelendirilmiş hakların devri halinde mümkündür<sup>136</sup>.

<sup>134</sup> Sabih Arkan, Ticari İşletme Hukuku, sh. 42; Reha Poroy/Hamdi Yasaman, sh. 41; Hüseyin Ülgen / Ömer Teoman / N.Fusun Nomer / Arslan Kaya / Abuzer Kendigelen, Mehmet Helvacı, no:510.

<sup>135</sup> Sabih Arkan, Ticari İşletme Hukuku, sh. 42; Reha Poroy/Hamdi Yasaman, sh. 41.

<sup>136</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, sh. 5, md. 2.

Borçlar Kanunu açısından, ticari işletmenin devri için, tek bir sözleşme yapılması yeterlidir. Bu sözleşme, kural olarak herhangi bir şekle bağlanmamıştır. (BK 11/I). Ancak ticari işletme içinde, devri kanunen özel bir şekle bağlanmış unsurlar var ise bunların devri için bu özel şekle uyulması gerekir. Bu durumda işletmenin devrettiği unsurlar arasında, “com.tr” gibi belgeli tahsise konu alan adı da var ise, işletmenin, alan adlarını tahsis ettirdiği kuruluş ile ilgili gerekli bilgi ve şifreleri devralana vermesi gerektiği gibi durumdan tahsis kuruluşunu da haberdar etmeli ve alan adının devrini talep etmelidir. Bu halde; devralana kayıt bilgilerini kendi adına düzeltirme olanağını vermesi gerekir<sup>137</sup>.

### **b. Ticari işletmenin Rehni Halinde Alan Adı**

Ticari hayatta kredinin önemine binaen ticari işletmelerin rehninin özel düzenlemelerle yapılması gereği duyularak 1971 yılında 1477 sayılı Ticari İşletme Rehni Kanunu (TİRK) kabul edilmiştir. Bu kanunla, çeşitli unsurlardan oluşan ticari işletmelerin bir bütün olarak, dolayısıyla işletmeye dâhil menkul unsurların ayrıca teslimine gerek kalmasızın rehnedilebilmesine olanak sağlanmıştır<sup>138</sup>.

Ticari işletme rehninin kapsamı, TİRK 3. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre;  
"Ticari işletme rehni aşağıdaki unsurları kapsar,

1. *Ticaret unvanı ve işletme adı*
2. *Rehnin tescili anında mevcut ve işletmenin faaliyetine tahsis edilmiş olan makine, araç, alet ve motorlu nakil araçları,*
3. *İhtira beratları, markalar, modeller, resimler ve lisanslar gibi sınai haklar.*

<sup>137</sup> Tamer Soysal, İnternet Alan Adlarının Korunması, sh. 83; Sabih Arkan, Ticari İşletme Hukuku, sh. 42; Reha Poroy/Hamdi Yasaman, sh. 41.

<sup>138</sup> Hüseyin Ülgen / Ömer Teoman / N.Fusun Nomer / Arslan Kaya / Abuzer Kendigelen, Mehmet Helvacı, no:547; Tamer Soysal, İnternet Alan Adlarının Korunması, sh. 84 vd.



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

Böylece ticari işletmenin malvarlığı unsurları, rehne dâhil olanlar ve olmayanlar şeklinde ikiye ayrılmış bulunmaktadır. İlk gruba dâhil olan unsurlardan ticaret unvanı, işletme adı ve işletmenin faaliyetine tahsis olunan menkul işletme tesisatının, rehlin kapsamını dışında bırakılması mümkün değildir. Bunlar rehlin kapsamına alınmazlarsa, ticari işletme üzerinde rehin hakkı doğmuş olmaz (TİRK 3/II). Buna karşılık patent, marka gibi sınaî hakların rehlin kapsamı dışında bırakılması mümkündür. TİRK 3/1-c bendinde kullanılan ifade sınırlayıcı olmadığından işletmenin mal varlığı unsurları arasında yer alan alan adları da bu kapsamda değerlendirilerek ticari işletme rehlinin kapsamına giren unsurlar arasında kabul edilmelidir. TİRK md. 3/II. Hükümü uyarınca sınaî haklardan bir veya birkaçının rehlin kapsamı dışında bırakılmasına imkân tanınmıştır. Bu durum karşısında, rehlin kapsamına girmesi istenen sınaî hakların açıkça rehin sözleşmesinin ekinde belirtilmesi gerekir. Alan adları da istenirse, rehlin kapsamı dışında bırakılabilir<sup>139</sup>.

Bu durumda önemli olan husus alan adının nasıl değerlendirileceğidir. Zira, alan adının sui generis niteliği, ticari işletme rehni söz konusu olduğunda alan adının niteliğinin somut olaya göre değişiklik arz etmesini sağladığı kanaatindeyiz. İlk bakışta alan adını sınaî haklardan olması sebebi ile rehne dâhil olmayacağı savunulsa da, sanal mağazacılık alanında faaliyet gösteren bir işletmenin rehni halinde, alan adının, işletmenin faaliyetine tahsis olunan menkul işletme tesisatından sayılması gerektiği kanaatindeyiz.

Rehin hakkının doğumu için, rehin sözleşmesinin düzenlenmesi, işletmenin kayıtlı bulunduğu esnaf veya ticaret siciline tescili gerekmektedir (TİRK 5/1). Bu anlamda tescil kurucu etkiye sahiptir. Eğer rehin kapsamında işletmeye ait alan adları da bulunuyorsa, TİRK

---

<sup>139</sup> Hüseyin Ülgen / Ömer Teoman / N.Füsun Nomer / Arslan Kaya / Abuzer Kendigelen, Mehmet Helvacı,no:571 vd.; Tamer Soysal, İnternet Alan Adlarının Korunması, sh. 84 vd.

md. 7 uyarınca söz konusu rehin hakkı, sicil memuru tarafından ODTÜ nezdinde tutulan sicile bildirilmesi gerekmektedir<sup>140</sup>.

### c. Ticari işletmenin İflası ya da Haciz halinde Alan Adı

İşletmeden bağımsız olarak ekonomik değeri haiz ve işletmeye ait olan ayırt edici işaretlerin hacze konu olması mümkündür. Bu bağlamda, markaların haczini düzenleyen 556 s. MarKHK md. 19 hükmü ile haczi kabil olmayan mallar ve hakları düzenleyen İİK md. 82 hükümleri birlikte değerlendirildiğinde, mali değere sahip alan adlarının da haczinin mümkün olduğu kabul edilmelidir.

Bu bağlamda Alman Federal Mahkemesi'nin 05.07.2005 tarihli kararına değinmek gerekmektedir. Söz konusu kararda, mahkeme alan adının haczinin mümkün olmadığını ancak alan adı sahibinin servis sağlayıcı DENIC ile arasında Borçlar Hukuku'ndan kaynaklanan taleplerin haczinin mümkün olduğuna hükmetmiştir.<sup>141</sup>

Kanaatimizce, mahkemenin yaklaşımı doğrudur. Zira, hacze konu olması gereken husus, teknik olarak bir sayı dizisinden ibaret olan elektronik adres değil, servis sağlayıcının, alan adı sahibi karşısında üstlendiği, sözleşme boyunca alan adının kullanımının sağlanması yükümlülüğüdür. Sözleşmenin uzatılması ya da alan adı tahsisi kapsamındaki kayıtların değiştirilmesi de bu yükümlülük kapsamında değerlendirilmelidir<sup>142</sup>.

---

<sup>140</sup> Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Fusun **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**,no:587 vd.

<sup>141</sup> Serdar **Kale**, İnternet Alan Adlarının (Domain Name) Hacizine Dair Alman Federal Mahkemesi Kararı, MÜHF-HAD, C. 13 S. 1-2, sh. 225 vd.

<sup>142</sup> Serdar **Kale**, sh. 225 vd.

## İKİNCİ BÖLÜM

### ALAN ADI VE MARKA UYUŞMAZLIKLARI İLE BU UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜM YOLLARI

#### I. ALAN ADI YOLUYLA MARKA HAKKINA TECAVÜZ

##### A. Marka Hakkına Tecavüzün Bir Aracı Olarak Alan Adı

Markanın, sahibine tanıdığı tekel hakkı oldukça geniş bir koruma alanı sağlamaktadır. Markayı cazip kılan da bu korumanın genişliğidir. Bu hakkın ihlali halleri ve ihlal halinde hak sahibinin korunma yolları 556 s. MarkHK'da düzenlenmiştir. Bir hakkın etkisi onu ihlal edenlere karşı sağladığı korumanın etkinliği ile orantılıdır. Markanın ticaret hayatındaki önemine binaen hukukumuzda, marka hakkı, hukuk ve ceza davaları ile korunmaktadır. Bu koruma markanın tescili ve üçüncü kişiler için tescilin ilanı ile başlar ve markanın korunma süresince devam eder. Eğer işaret tescilsiz ise, ancak genel hükümler uyarınca korunabilir<sup>143</sup>. Markaya tecavüz birçok şekilde meydana gelebilir. Alan adları da marka hakkının ihlaline sebep olabilir niteliktedir. Bu sebeple marka hakkına alan adı yoluyla tecavüz ve bunun sebeplerini ayrı ayrı değerlendirmek yerinde olacaktır.

#### 1. Marka Hakkına Tecavüz Kavramına Genel Bakış

Marka hakkının ihlali bir haksız fiildir. İhlalin varlığı için KHK'de belirtilen eylemin gerçekleşmiş olması ve somut olayda, hukuka uygunluk sebeplerinden birinin bulunmaması gerekmektedir. Bu sorumluluk haksız fiile dayandığı için, KHK md. 61 uyarınca açılacak

---

<sup>143</sup> Joanna Schmidt-Szalewski, Jean-Luc Pierre, age. sh. 448, Ünal Tekinalp, age. § 30, no: 1, 2, 3, 10.

davalarda ispat külfeti davacının üzerindedir. Dolayısıyla marka sahibi karşı tarafın kusurunu ispatla yükümlüdür<sup>144</sup>.

Marka hakkının ihlali, MarKHK md. 61’de marka hakkına tecavüz durumları başlığı altında düzenlenmiştir<sup>145</sup>. Madde metninde tecavüz halleri tahdidi olarak şöyle düzenlenmiştir<sup>146</sup>; MarKHK md. 61 - (Değişik madde: 21/01/2009-5833 S.K./2.mad) “Aşağıda sayılan fiiller marka hakkına tecavüz sayılır:

a) Marka sahibinin izni olmaksızın, markayı 9’uncu maddede belirtilen biçimlerde kullanmak.

b) Marka sahibinin izni olmaksızın, markayı veya ayırt edilmeyecek derecede benzerini kullanmak suretiyle markayı taklit etmek.

c) Markayı veya ayırt edilmeyecek derecede benzerini kullanmak suretiyle markanın taklit edildiğini bildiği veya bilmesi gerektiği halde tecavüz yoluyla kullanılan markayı taşıyan ürünleri satmak, dağıtmak veya bir başka şekilde ticaret alanına çıkarmak veya bu amaçlar için gümrük bölgesine yerleştirmek, gümrükçe onaylanmış bir işlem veya kullanıma tabi tutmak veya ticari amaçla elde bulundurmak.

d) Marka sahibi tarafından lisans yoluyla verilmiş hakları izinsiz genişletmek veya bu hakları üçüncü kişilere devretmek.”

Bu madde hükmüne göre, marka hakkına tecavüz sayılan hallerden ilki, 556 s. MarKHK md. 9’un ihlali, yani bir markanın sahibinin izni olmaksızın 9’uncu maddede belirtildiği şekilde haksız kullanılmasıdır<sup>147</sup>. Bu anlamda bir tecavüzün gerçekleşebilmesi için markanın, sahibinin izni olmadan, KHK’de belirtilen modellerden birine göre ve yine KHK’nin öngördüğü şekilde kullanılması gerekmektedir<sup>148</sup>.

<sup>144</sup> Ünal Tekinalp, Fikri Mülkiyet Hukuku, § 30, no: 5, Yasaman/ Altay/ Ayoğlu/ Yusufoglu/ Yüksel, C. II sh. 1010.

<sup>145</sup> Marka hakkına tecavüz oluşturan fiillerin 61’inci maddede düzenlenmesi doktrinde Arkan tarafından eleştirilmiştir. Haklı olarak, marka hakkının kapsamı 9’uncu maddede düzenlenirken hakkın ihlalinin de bu çerçevede düzenlenmesi gerektiği görüşündedir. Sabih Arkan, Marka Hukuku, Ankara 1997-1998, C.II, sh. 209.

<sup>146</sup> Ünal Tekinalp, Fikri Mülkiyet Hukuku, § 30, no: 8.

<sup>147</sup> Hakan Karan, Mehmet Kılıç, age. no. 61.2. sh. 455.

<sup>148</sup> Ünal Tekinalp, Fikri Mülkiyet Hukuku, § 30, no: 11.

Görüldüğü gibi hukukumuzda, markayı oluşturan işaret ve bu işaretin kullanımı konusunda marka sahibine tanınmış geniş bir tekel hakkı bulunmaktadır. Marka hakkı sahibi, MarKHK md. 9/II (Değişik madde: 21/01/2009-5833 S.K./1.mad) hükmü uyarınca şu sayılan durumların yasaklanmasını talep edebilir;

- a) *İşaretin mal veya ambalajı üzerine konulması.*
- b) *İşareti taşıyan malın piyasaya sürülmesi veya bu amaçla stoklanması, teslim edilebileceğinin teklif edilmesi veya o işaret altında hizmetlerin sunulması veya sağlanması.*
- c) *İşareti taşıyan malın gümrük bölgesine girmesi, gümrükçe onaylanmış bir işlem veya kullanıma tabi tutulması.*
- d) *İşaretin, teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarında kullanılması.*
- e) *İşareti kullanan kişinin, işaretin kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bir bağlantısı olmaması koşuluyla, işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde, alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük veya benzeri biçimlerde kullanılması.*

Burada uyuşmazlık, başkasına ait markanın alan adı olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Marka hakkına tecavüzün vaki olabilmesi için KHK md. 9 ve 61'de öngörülen fiillerin ticari amaçlarla gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Daha önce Marka Hukukumuzda alan adları ile ilgili özel bir düzenleme olmadığı halde Anayasa Mahkemesi 03.01.2008 gün ve 2005/15 E, 2008/2 K sayılı iptal kararı **üzerine** MarKHK'nin bazı hükümleri 21.01.2009 Tarih ve 5833 s. Kanun ile değiştirilmiştir. Bu değişiklikle beraber MarKHK md. 9/II hükmünde açıkça zikredilmek suretiyle alan adı, marka hakkına tecavüz halleri arasında sayılmıştır<sup>149</sup>.

KHK md. 9/II- e hükmü, "*İşareti kullanan kişinin, işaretin kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bir bağlantısı olmaması koşuluyla, işaretin aynı veya benzerinin internet*

---

<sup>149</sup> Hayrettin **Çağlar**, 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'de 28.01.2009 Tarihinde Yapılan Değişiklikler Üzerine Bir Değerlendirme, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. XI S. 2007/1-2, sh. 97 vd.

*ortamında ticari etki yaratacak biçimde, alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük veya benzeri biçimlerde kullanılması”* halini marka sahibinin yasaklayabileceği bir hal olarak düzenlemiştir. Marka hakkına tecavüz hallerinin belirlendiği 61’inci maddenin (a) bendi 9’uncu maddeye atıf yaparak söz konusu maddenin ihlalini marka hakkına tecavüz addetmiştir.

Görüldüğü üzere KHK md. 9/II-e hükmünde marka hakkı sahibinin, markasının aynı veya benzerinin alan adı olarak kullanımını engelleyebilmesi için alan adı sahibinin söz konusu işaretle meşru bir bağlantısının olmaması ve alan adının ticari amaçla kullanılması gerekmektedir. Bu bakımdan incelendiğinde, tescilli ya da tescil başvurusu yapılmış bir marka ile aynı ya da benzer bir işaretin bir üçüncü kişi tarafından alan adı olarak, ticari amaçla her türlü kullanımının marka hakkına tecavüz teşkil edeceği düşünülse de, somut olayda MarKHK md. 12 hükmünde düzenlenen istisnanın nazara alınması gerekmektedir.

Zira, marka olarak tescil edilmiş bir işaretin üçüncü kişiler tarafından marka sahibinin izni gerekmeksizin ticaret hayatında kullanılabilmesi ancak KHK md. 12 hükmü uyarınca mümkün olur<sup>150</sup>. Buna göre; “Dürüstçe ve ticari veya sanayi konularıyla ilgili olarak kullanılmaları koşuluyla üçüncü kişilerin, ad ve adresini, mal veya hizmetlerle ilgili cins, kalite, miktar, kullanım amacı, değer, coğrafi kaynak, üretim veya sunuluş zamanı veya diğer niteliklere ilişkin açıklamaları kullanmaları marka sahibi tarafından engellenemez”. Bu hüküm marka olarak tescil edilmiş isim, rakam, slogan ve sıfatların marka sahibi tarafından üçüncü kişilerin kullanımına kapatılmasını engellemektedir<sup>151</sup>.

Buna karşın, Marka Hukuku’nun, sadece markanın kendisini değil, aynı zamanda işlevine uygun olarak, işaretin kapsadığı mal ve hizmetler ile olan ilişkisini de koruması sebebiyle meşru bir bağlantısı olmaksızın bir markanın aynı veya benzerinin, bir başka işletme tarafından, aynı ya da benzer mal ve hizmetler için alan adı olarak kullanılması

<sup>150</sup> Ünal **Tekinalp**, Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Kullanılması, Prof. Dr. Oğuz İmregün’e Armağan, Beta, 1998, sh. 633.

<sup>151</sup> **Yasaman/ Altay/ Ayoğlu/ Yusufoglu/ Yüksel**, C. I sh. 522.

halinde, KHK md.12’de öngörülen dürüstlük kurallarına uygun biçimde kullanmadan bahsedilemeyecektir<sup>152</sup>. Bu halde marka hakkına tecavüzün varlığı kabul edilmelidir<sup>153</sup>.

Bir markanın elektronik ortamda alan adı olarak alınıp bu adla yayın yapılması markanın aynen kullanılması sayılmalıdır<sup>154</sup>. Bu tarz kullanımın ayniyet değil ama benzerlik teşkil ettiği görüşü de savunulmaktadır<sup>155</sup>. Bu tartışma hükmün uygulanmasına tesir etmeyeceğinden üzerinde durmuyoruz. Ancak, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü bünyesinde, alan adı uyuşmazlıklarının çözümü için faaliyet gösteren Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi’nin kararlarında da haklı olarak markanın aynen kullanımından bahsedilmektedir<sup>156</sup>.

## 2. Marka ve Alan Adı Uyuşmazlıklarını Doğuran Sebepler

Alan adı uzayı sınırlı bir kaynak olup bir internet adresinin birden çok tahsise konu olması mümkün değildir. Telefon numarası gibi alan adı da sadece tek tahsise konu olabilir ve bir kere tahsis edildikten sonra, yenilediği ve iptal edilmediği süre boyunca üçüncü şahıslar bakımından ulaşılamaz hale gelir. Bu tek tahsis ilkesi ihtilafların çıkış noktasını teşkil etmektedir<sup>157</sup>.

Marka hukuku açısından alan adlarına baktığımız zaman, marka ve alan adı tamamen iki ayrı öze sahip iki değişik işaret türüdür. Bu durum aslında hem sorunun kaynağını oluşturmakta, hem de çözümü zorlaştırmaktadır. Bunun sebepleri şu şekilde özetlenebilir;

---

<sup>152</sup> Gautier **Kaufman**, sh. 120.

<sup>153</sup> Sabih **Arkan**, Marka Hakkına Tecavüz – İşaretin Markasal Olarak Kullanılması Zorunluluğu?, Batider, Haziran 2000, C. XX, sayı 3, sh. 13.

<sup>154</sup> Gautier **Kaufman**, sh. 121.

<sup>155</sup> Bu konudaki görüşler için bkz. İsmail **Kırca**, Tescilli Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Alan Adı Olarak Kullanılması, Prof. Dr. Ömer, Teoman’a 55’inci Yaş Günü Armağanı, Beta, İstanbul, 2001, C.I sh. 528.

<sup>156</sup> Bu konuda örnek kararlardan birisi [www.ikea.ro](http://www.ikea.ro) alan adı sebebi ile çıkan ihtilaf üzerine verilen karardır. Bu kararda hakem heyeti “Ikea” markasının alan adında aynen kullanıldığına hükmetmiştir. Bkz. Inter-IKEA Systems B.V. v. SC Agis International Sport S.R.L., Case No. DRO2006-0001, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2006/dro2006-0001.html>, çevrimiçi: 16.09.2007.

<sup>157</sup> Gautier **Kaufman**, sh. 119.

1) Günümüzde alan adı tahsisi ile marka tescili sistemleri arasında bağlantı yoktur. Alan adları IANA tarafından alan adı tahsisine yetkili kılınmış kuruluşlarca tahsis edilirken, marka tescili, devlet kurumları tarafından yapılmaktadır.

2) Markanın sadece tanımlanan mal ve hizmetler ile sınırlı olması ilkesi, alan adları söz konusu olduğunda kendine uygulama alanı bulamamaktadır. Alan adı tahsis sisteminin temelini oluşturan önce gelenin hizmetten yararlanacağı ilkesidir.

3) Alan adı tahsisi ile görevli kuruluşların yeknesak bir uygulamasından bahsetmek olanaksızdır. Her kuruluşun kendi tahsis politikalarını hazırlamak konusunda serbest olması bu sonucu doğurmaktadır.

4) Elektronik ortamda, üst düzey alan adının (TLD) farklı olması iki alan adı arasındaki karışıklığı tamamen giderici bir rol oynarken, ticaret hayatı açısından ya da marka hukuku alanında bunu söylemek mümkün değildir.

5) Marka hukuku ticari sebeplerle, ülkesellik prensibine tabi iken, alan adları sahiplerine internet yolu ile dünyanın her yerinde varlık kazandırmaktadırlar.

6) Marka hukuku ve klasik adalet mekanizmaları ülkesellik ilkesine göre işlemektedir. Bununla birlikte devlet yargılamasının hem yavaşlığı, hem de masraflı oluşu sürekli değişim halindeki Küresel Ağ'a ayak uyduramamakta, ortaya çıkan sorunları gidermekte yetersiz kalmaktadır.

7) Belgesiz tescil politikalarına göre yapılan alan adı tahsisinde mutlak ret sebepleri bulunmamakta ve ayırt edicilik için bir ön denetim yapılmamaktadır<sup>158</sup>.

---

<sup>158</sup> Nathalie Tissot, le Droit des Marques et Internet, Aspects juridiques du commerce électronique, Séminaire de l'Association genevoise de droit des affaires, sous la direction de Vincent Jeanneret, Schulthess, Zurich, 2001, sh. 66 vd.



Belgeli tescil politikasını benimseyen kuruluşlar ise kendileri denetim yapmamakta, tahsis talep eden tarafın sunduğu belgelere dayalı olarak işlem yapılmaktadır.

Alan adı kaynaklı marka hukuku uyuşmazlıkları incelendiğinde, uyuşmazlık çıkmasına neden olan hareket tarzlarının dörde ayrıldığı gözlenmektedir.

1) Bu hareketlerden ilki, belirli bir marka adını daha sonra o marka üzerinde hak sahibi olan kişiye satmak üzere alan adı olarak tahsis ettirmektir. Bu eyleme “**cybersquatting**”, bu eylemi gerçekleştiren kişilere “cybersquatter” denmektedir.

2) İkinci olarak, ileride yüksek bir fiyata satabileceğini umduğu alan adlarını kendi adına tahsis ettirip beklemek de marka hukukunda ihtilafların çıkmasına sebep olmaktadır. Bu şekilde hareket edenlere “cyber-wildcatter” denmektedir.

3) Uyuşmazlık çıkmasına sebep olabilen üçüncü tür hareket tarzı ise, alan adının hiçbir satma gayesi olmaksızın tamamen kişisel ilgi ya da sebeplerle tahsis ettirildiği, ancak bir şekilde marka hakkını ihlal etmesi halidir.

4) Son olarak, bazı durumlarda marka bir alan adının içinde bir unsur ya da alan adının bir parçası olarak da kullanılabilir. Bu durumda da yine söz konusu alan adını satma amacı güdülmemektedir.<sup>159</sup>

Önceleri, en yoğun ihlal tarzı, bir markanın alan adı olarak tahsisi ve bu alan adıyla bir site açıp ya markanın teşhirini sağlamak (pasif site) ya da o isim altında elektronik ticaret yapmak (aktif site) şeklinde görülmekteyken, zaman içinde, alan adı yoluyla marka hakkı

---

<sup>159</sup> Jeremy **Drew**, Domain Name Litigation – An English Perspective, Trademark World Domaine Name and E-commerce, IBA Special Issue 2002, sh 4; Bkz. Mert **Yaşar**, Alan Adları ve ICANN Tahkimi, GÜHFD 2004/1, sh.627.

ihlalleri şekil değiştirmeye başlamıştır. Günümüzde marka ihlalleri, daha çok değişik uzantılarla markanın adını taşıyan alan adlarını tahsis ettirip faaliyet halinde bir site izlenimi verecek şekilde bunları kullanarak gizlenmek şeklinde tezahür etmektedir.<sup>160</sup>

Aslında alan adları uyuşmazlık çıkması için uygun yapıdadırlar. Zira, alan adı markaya nazaran çok daha ucuz ve kolay tahsis edilebilmekte ve uluslararası marka stratejisine uygun karakterdedirler. Ulusal, uluslararası ve topluluk markaları için öngörülen harçlar nazara alındığında, alan adlarının çok düşük bir külfet karşılığında büyük getirisi olabilmektedir<sup>161</sup>.

## B. Tescilli Markanın İnternette Alan Adı Olarak Kullanılması

Marka hukukunun aksine, bir alan adının bir kez tahsis olunduktan sonra, ikinci bir tahsise konu olamaması, tabiatıyla alan adlarını kötü niyetli kişilerin suiistimaline açık bırakmıştır<sup>162</sup>. Bu suistimali azaltmak amacıyla, bazı alan adı tahsis kuruluşları belgeli tahsis politikaları benimsese de aynı işaretin birden fazla kişi adına marka olarak tescilli olması halinde, belgesiz tahsis politikalarının temelini oluşturan önce gelenin hizmetten yararlanacağı ilkesi (*First come first served / premier arrivé premier servi*) etkin olmaktadır. Ancak bu, marka hukukunda, alan adından kaynaklanan tüm ihtilafların kötü niyetli tahsislerden kaynaklandığı anlamına gelmemektedir. Bazı hallerde, iyi niyetle yapılmış tahsisler de ihtilaf konusu olabilmektedir<sup>163</sup>.

Marka ve alan adı ihtilaflarını, başkasına ait markanın alan adı olarak aynen kullanılmasından kaynaklanan ihtilaflar ve daha sonra da başkasına ait markanın benzerinin alan adı olarak kullanımından kaynaklanan ihtilaflar şeklinde iki başlık altında toplamının yerinde olacağı kanaatindeyiz.

---

<sup>160</sup> Gautier **Kaufman**, age. sh. 118.

<sup>161</sup> Jeremy **Drew**, age. sh. 4.

<sup>162</sup> William **Lobelson**, Protection des Marques sur Internet, CNCPI, no: 17 mai 1999, sh 5.

<sup>163</sup> Bkz. Cédric **Manara**, L'Utilisation du signe distinctif d'autrui en tant que nom de domaine est-elle licite?, Recueil Dalloz, 2000, Actualité Jurisprudentielle, sh. 54.

## 1. Markanın Alan Adı Olarak Aynen Kullanımı

Bir markanın ikinci derece üst düzey alan adı olarak aynen kullanılması çeşitli şekillerde ihtilafların doğumuna sebep olur. İkinci derece üst düzey alan adından kasıt, alan adı kompozisyonunun baş ve sonunda teknik sebeplerle mecburen bulunan uzantıların haricinde, seçimi tahsisi talep eden şahsa bırakılan kısımdır. Birden fazla kelimedenden oluşan bir marka alan adı olarak alındığında teknik sebeplerden ötürü kelimeler arasında boşluk bırakılmaz. Bu durum markanın alan adı olarak aynen kullanımı niteliğini etkilememelidir<sup>164</sup>. Belçika’da, “[www.lifestyle.be](http://www.lifestyle.be)” alan adı dolayısı ile Gand İstinaf mahkemesi, “life style” ticaret unvanının internet alan adı olarak “[www.lifestyle.be](http://www.lifestyle.be)” şeklinde tahsis edilmiş olmasını işaretin aynen kullanılması olarak değerlendirmiştir<sup>165</sup>.

Özellikle belgesiz tescil politikası benimsemiş servis sağlayıcılar hiçbir denetime tabi tutmaksızın, istenen alan adının daha önce tahsis edilmemiş olması kaydı ile tahsis işlemini gerçekleştirmektedirler. Marka sahipleri ticari faaliyetlerini ağ üzerine de yaymak için markalarını alan adı olarak tahsis ettirmek istediklerinde, bunun başkalarınca daha önce yapılmış olması hali ihtilafların kaynağını teşkil etmektedir. Bu tarz ihtilaflar genelde ticari faaliyeti ifade eden “.com” uzantılı alan adları çevresinde gerçekleşmektedir. Bu tarz ihtilafları azaltmak amacıyla son yıllarda lanse edilen yeni üst düzey alan adları da şimdilik bu soruna çözüm olmamıştır<sup>166</sup>.

Belgeli tescil politikası güden servis sağlayıcılar ise ticari amaçlı alan adlarının tahsisinde marka tescil belgesi ya da ticaret sicili gibi belgeler talep ederek muhtemel ihtilafları apriori engellemeye çalışmaktadır<sup>167</sup>. “.tr” Alan Adı Yönetimi’nin uygulaması buna iyi bir örnektir. Yalnızca ticari bir faaliyet gösteren veya kendilerini internette ticari alanda

<sup>164</sup> Tom **Heremans** / Cédrine **Morlière**, La Protection des Marques Sur Internet, Bruylant, Bruxelles, 2007, sh.8.

<sup>165</sup> CA. Gand, 9 février 2004, “lifestyle.be”, Intellectuele Rechten – Droits Intellectuels (IRDI), 2004, sh.235.

<sup>166</sup> Yeni üst düzey alan Adları (new gTLD) hakkında bkz. <http://www.icam.org/en/topics/new-gtld-program.htm>

<sup>167</sup> Belgeye dayalı tahsis için istenen belgeler ve tahsis usulü ile ilgili düzenlemeler, “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş Md. 18 vd. hükümlerinde düzenlenmiştir.

ifade etmek isteyen gerçek ve tüzel kişilerin kullanımına özgülenmiş olan “.com.tr” üst düzey alan adı belgeli tahsis edilen alan alt adlarındandır<sup>168</sup>.

Alan adlarının tek tescil ilkesine tabi olmasına karşın, markalar sınıf sistemine tabii oldukları için sadece sicilde belirtilen mal ve hizmet sınıfları bakımından geçerli olmaktadır. Dolayısı ile diğer mal ve hizmet sınıfları için aynı işaretin bir başkasınca marka olarak tescili mümkün olduğu gibi, yine aynı işaret üzerinde başka bir hakkın sahibi de olabilmektedir. Aynı işaret üzerinde hak sahibi olan birden fazla kişinin, aynı alan adını almak istemeleri uygulamada karşılaşılan bir durumdur. Tahsisin önce talep eden adına yapılacağı ilke olduğuna göre aynı işaret üzerinde hak sahibi olan üçüncü şahısların haklarının akibeti tartışma konusu olmuştur. Bu konuda Paris İstinaf mahkemesinin emsal değerindeki “Alice” kararı önemli bir soruna çözüm getirmiştir<sup>169</sup>.

Söz konusu karara konu olan ihtilaf, “alice.fr” alan adı tahsisi üzerine çıkmıştır. SNC Alice bir reklam ajansı olup, aynı zamanda da “Alice” markasının 1957’den beri 35’inci sınıfta sayılmış hizmetler bakımından sahibidir. 1996’dan beri “Alice” ticaret unvanı ile bilgisayar programcılığı alanında çalışan SA Alice firmasının varlığından ve “alice.fr” alan adının bu firma adına tescilli olduğundan haberdar olduktan sonra bu firma aleyhine marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet davası açar.

Bu davada, reklâm ajansı SNC Alice, SA Alice aleyhine “alice” kelimesin ticaret unvanı olarak seçmek ve bunu alan adı olarak da almak suretiyle kendi markasını taklit ettiğini ve haksız rekabette bulunduğunu iddia etmiştir.

Mahkeme karşısına gelen bu talep üzerine, Alice markasının SNC Alice şirketine sadece tescilde tanımlı hizmetler kapsamında bir koruma sağladığı için SA Alice aleyhine markanın taklidi iddiasını reddetmiştir. Zira iki firmanın faaliyet alanları arasında benzerlik bulunmamaktadır. Bununla birlikte alan adı konusunda SNC Alice’in “alice.fr” alan adı ile

---

<sup>168</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, “.com.tr” Politika, Yöntem ve Kurallar.

<sup>169</sup> William Lobelson, age. sh. 5.

bağlantılı iddialarını ayrıca ele almıştır. Burada davacı tarafın iddiası, alan adlarının sınıf ilkesine tabii olmaması sebebi ile bir kere tahsis edilen alan adı artık başkası tarafından kullanılamaz hale geldiği ve bu şekilde alice isminin alan adı olarak davalı adına tahsisinin Davacı SNC Alice'in markasına taklit yoluyla tecavüz teşkil ettiği yönündedir.

Buna karşılık, davalı şirket istinaf mahkemesindeki savunmasında iki şirketin faaliyet alanlarının tamamen farklı olması sebebi ile internet üzerinde faaliyetlerin “alice.fr” alan adı altında göstermelerinin kati surette karıştırılma riski yaratmadığı yönündedir. Bu iddia ve savunma karşısında mahkeme yine savunma tarafının tezini kabul etmiş ve dava konusu alan adının, marka hakkına tecavüz teşkil etmediği kanaatine varmıştır. Görüldüğü gibi mahkeme bu kararında marka hukukunun dar uygulamasını benimsemiştir<sup>170</sup>.

Kanaatimizce, Paris İstinaf Mahkemesinin kararı Alan Adı Sistemi'nin özüne uygundur. Türkiye'deki durum bakımından sorun incelendiğinde, belgesiz tahsisi mümkün olan alan adları bakımından “ilk gelen alır ve alan adı – kuruluş ilişkisi aranmaz” ilkeleri benimsendiğinden dolayı, tahsisli alan adı korunacaktır<sup>171</sup>. Buna karşın, belgeye dayalı tahsis edilen alan adları bakımından da aslında sonuç değişmemektedir. Zira, ODTÜ tarafından kabul edilen alan adı tahsis politikaları uyarınca, belgeye dayalı olarak tahsisi öngörülen alan adları için istenen belgelerin birbirleri üzerine üstünlüğü bulunmamaktadır. Dolayısıyla söz konusu belgelerden en az birini bulandıran herkes aslında, aynı muhtemel alan adının tahsisi bakımından eşit hakka sahiptir<sup>172</sup>. Bu durumda zımnen “önce gelen (belge sahibi) alır” ilkesinin kabul edildiği anlaşılmaktadır. Kanaatimizce, bu karar hakkaniyete uygun olup, ilkesel olarak, benzer olaylarda, Türk hukukunda da benimsenmesi gerekmektedir. Zira, aynı işaret üzerinde tarafların dayandığı farklı haklar olduğu ve kullanımının iltibas yaratmadığı sürece marka hakkına tecavüz söz konusu olmayacaktır.

<sup>170</sup> TGI Paris, 3e ch. 23 mars 1999, SNC Alice c/ SA Alice, Revue Lamy Droit des Affaires, no 17, 1999, ilk derece mahkemesinin kararı için bkz. CA Paris, 11998, SNC Alice c/ SA Alice JCP E, I, no: 23 sh 955, 1999, kararın incelemesi için bkz, Monique **Viala**, Le contentieux des noms de domaines: confirmation et limites de l'application des règles “classiques” du droit français, Recueil Dalloz, Jurisprudence commantaires, sh. 131,no:6, 2000.

<sup>171</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, “.info.tr”, “.biz.tr” Politika, Yöntem ve Kurallar md..

<sup>172</sup> “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, “.com.tr” Politika, Yöntem ve Kurallar.

## **2. Başkasına Ait Markaya İltibas Yaratacak Kadar Benzer Bir İşaretin Alan Adı Olarak Kullanımı**

Başkasına ait bir markanın aynen ve doğrudan, alan adı olarak kullanılmasının yanında dolaylı olarak, alan adının içinde başka unsurlarla birlikte de kullanılması mümkündür. Uygulamada bu tür alan adlarından kaynaklanan marka hukuku uyuşmazlıkları azımsanmayacak kadar çoktur. Başkasına ait markanın bir alan adı içerisinde dolaylı kullanımı ticari olmayan amaçlarla olabileceği gibi ticari amaçlarla da olabilir. Ancak markanın, sahibine markanın isminin hiçbir surette üçüncü şahıslarca kullanılmasını, bir kelime dizisinin dahi içinde geçmesini engelleme yetkisi verip vermeyeceği incelenmelidir.

### **a. Başkasına ait markaya iltibas yaratacak kadar benzer bir işaretin alan adı olarak, ticari olmayan amaçlarla kullanımı**

Başkasına ait markanın, bir alan adı içerisinde ticari kazanç amacı güdülmeksizin kullanılması muhtelif şekillerde olabilir. Böyle bir durumda marka sahibinin, alan adı sahibine karşı benimseyebileceği hareket tarzı somut olayın özelliklerine göre şekillenecektir.

Örneğin Fransa’da görülmüş “[www.jeboycottedanone.com](http://www.jeboycottedanone.com)” ve “[stopesso](http://stopesso)” davalarında ifade özgürlüğü ve marka hakkı karşı karşıya gelmiş ve değişik derece mahkemelerinin değişik yönlerdeki kararları tartışma konusu olmuştur.

Réseau Voltaire adlı küreselleşme karşıtı, bağımsız internet medyası oluşumu adına, Oliver M. “[www.jeboycottedanone.com](http://www.jeboycottedanone.com)” ve “[www.jeboycottedanone.net](http://www.jeboycottedanone.net)” alan adlarını alıp hazırladığı sitede dünyanın birçok ülkesinde faaliyet gösteren Danone firmasının sosyal politikalarını protesto etmek amacıyla bir takım bildirimler yayınlamak ve söz konusu markanın satirik şekilde değiştirilmiş logolarını kullanarak kamuoyu yaratmaya çalışmaktadır.

Bu kullanım aleyhine Danone firması markalarını alan adı ve sitede kullanılan logolar vasıtası ile taklit edildiği iddiası ile Paris Asliye Hukuk Mahkemesi nezdinde dava açmıştır<sup>173</sup>.

Danone davasını incelediğimizde, ilk derece mahkemesi 2001'deki kararında (TGI Paris 14 mai 2001), Danone firmasının, söz konusu alan adı ile markasının taklit edildiği iddiasını kısmen kabul etmiştir. Buna göre alan adında “Danone” markasının cümle içinde kullanılmasını anayasal bir hak olan ifade özgürlüğüne girdiği gerekçesi ile markanın bu şekilde taklit edilmediğine hükmederken, söz konusu markanın site içinde kullanılan ve logolarını hicveden kullanımını markanın taklidi olarak değerlendirmiştir. Bu değerlendirmeyi yaparken de alan adında protesto edilen markanın kullanılması muhalefetin gösterilmesi için gerekli iken, site içerisinde, artık firmaya ait logoların benzerlerinin kullanılması bu gerekliliği aşmaktadır görüşünü benimsemiştir<sup>174</sup>

Bu karar üzerine Réseau Voltaire ve Olivier M.'nin kanun yoluna başvurmaları üzerine uyuşmazlık bir üst mahkeme olan İstinaf Mahkemesinde tekrar ele alınmıştır<sup>175</sup>. Paris İstinaf Mahkemesi Danone firmasının, markanın taklit edildiği iddiasını şu şekilde değerlendirmiştir:

Danone markasına ilave edilen “jeboycotte” ifadesi ve site içinde bulunan metinler Olivier M. ve Réseau Voltaire'in niyetlerini açıkça göstermektedir. Bu da toplumun hataya düşmeksizin site sahibini anlamasını sağlamaktadır.

Her ne kadar alan adı içinde markaya gönderme yapılıyor olması ve site içinde markanın (logo) reproduksiyonunun aslına yakın bir şekilde kullanılmış olsa da, içine yazılan “[www.jeboycottedanone.com](http://www.jeboycottedanone.com)” ve “[www.jeboycottedanone.net](http://www.jeboycottedanone.net)” ibareleri, markanın bu suretle kullanımının davacı şirketlerle rekabet edecek mal ve hizmetlerin pazarlanması amacını gütmeye başladığını göstermektedir.

---

<sup>173</sup> Jérôme **Huet**, Affaire Danone, [http://www.cejem.com/article.php?id\\_article=7&var\\_recherche=affaire+danone](http://www.cejem.com/article.php?id_article=7&var_recherche=affaire+danone), Çevrimiçi: 21.09.2007.

<sup>174</sup> Bernard **Edelman**, jeboycottedanone.com, Recueil Dalloz 2001, chroniques sh. 1602; Jérôme **Huet**, age.

<sup>175</sup> CA Paris, 4e ch., section A, 30 avril 2003, Olivier M., Réseau Voltaire c/ Compagnie Gervais Danone, Groupe Danone, Expertises, juillet 2003, no: 272 sh. 266.

Bununla birlikte, uyuşmazlığa konu siteler incelendiğinde, söz konusu siteler vasıtası ile kalkışılan işin, sitede davacıların ürünleri kötülenmediğinden, dar anlamda ifade özgürlüğü çerçevesi içinde kaldığı ve davacı şirketlerin haklarına da riayet edilerek ifa edildiği anlaşılmıştır. Dolayısıyla, söz konusu site ve alan adları kullanıcılar nezdinde hiçbir karıştırılma ihtimali doğurmamaktadır<sup>176</sup>.

İstinaf mahkemesi, bu görüşü benimsemek suretiyle ifade özgürlüğünün marka hakkının üzerinde bir norm olduğunun altını çizmiştir. Bu kararlar, hem alan adının, hem de sitede kullanılan ve davacı firmanın logosunun taklidi olan işaretlerin kullanımını ilk derece mahkemesinin aksine ifade özgürlüğü çerçevesi içinde değerlendirmiştir<sup>177</sup>.

İfade özgürlüğü ve marka hakkının sınırlarının çakıştığı bir dava da yine Fransa’da Esso ile Greenpeace arasında olmuştur. Bu davada Paris Asliye Hukuk Mahkemesi görüş değiştirmiş ve daha önce verdiği Danone kararının aksine, İstinaf mahkemesinin kararına benzer bir karar vererek o görüşü benimsediğini göstermiştir<sup>178</sup>.

Söz konusu uyuşmazlık “[www.greenpeace.fr/stopesso](http://www.greenpeace.fr/stopesso)” alan adı ve Esso markasının sahibi olan Exxon Mobil firmasının Kyoto Protokolü’nün<sup>179</sup> uygulanmasına engel olmasını protesto etmek amacıyla bu sitede Esso markasının “E\$\$O” ve “Stop E\$\$O” şeklinde kullanılmasından kaynaklanmıştır.

Esso firmasının Fransız mahkemeleri nezdinde, çevreci bir örgütlenme olan Greenpeace’in kurduğu bu site ile marka hakkının ihlal edildiği iddiası ile açtığı davada

<sup>176</sup> Paris, 4e ch.,section A, 30 avril 2003, Expertises, juillet 2003, no: 272 sh. 268.

<sup>177</sup> Gérard **Haas**, Olivier de **Tissot**, “jeboycottedanone.com” Les limites du droit des marques, Expertises, juillet 2003, no: 272, sh. 260; Estelle **Dumout**, Détournement de logo: le Réseau Voltaire gagne en apel contre Danone, <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,2134212,00htm>, Çevrimiçi: 06.06.2004.

<sup>178</sup> Chiristophe **Guillemin**, Droit des Marques: Greenpeace remporte une ultime victoire face à Esso, <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39140384,00htm>, Çevrimiçi: 06.06.2004

<sup>179</sup> Kyoto Protokolü, Birleşmiş Milletler Çerçeve Anlaşması uyarınca iklim değişiklikleri ile ilgili 10 Aralık 1997’de Kyoto’da imzalanan uluslar arası anlaşmadır.



talepleri, Paris Asliye Hukuk Mahkemesince reddedilmiştir<sup>180</sup>. Mahkeme davacının taleplerini reddederken, alan adı yolu ile Esso markasının taklit edildiği iddiasını şöyle değerlendirmiştir; Sitenin referansında Esso markasının tek başına değil de “Greenpeace-stop Esso” olarak verilmiş olması, uyuşmazlık konusu sitenin tanıtımı için gerekli olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca orta düzeyde dikkate sahip hiçbir internet kullanıcısının, Esso firmasının resmi sitesini ararken yanlışlıkla bu siteye girmeyeceği mahkemece belirtilmiştir.

Bununla birlikte, davacının iddia ettiği gibi bir taklidin söz konusu olabilmesi için, taklit markanın, markanın kapsadığı mal ve hizmetler için kullanılıyor olması gerekmektedir. Hâlbuki çevrenin korunması ve gezegenin temel dengelerinin muhafaza edilmesi amacını güden, bununla birlikte her türlü kirlenme ve insan sağlığını tehdit eden etkilerle mücadele eden Greenpeace örgütü, uluslararası bir petrol şirketi olan davacı ile tamamen ayrı faaliyet alanlarına sahiptir. Bu sebeplerle Esso markasının taklidi gerçekleşmemiştir<sup>181</sup>.

**b. Başkasına ait markaya iltibas yaratacak kadar benzer bir işaretin alan adı olarak, ticari amaçla kullanımı**

Tescilli bir markaya iltibas yaratacak kadar benzer bir işaretin, ya da tescilli bir markanın başka ibarelerle birlikte, ticari amaçlarla kullanılması da sık sık uyuşmazlıklara konu olmaktadır. Bu tarz kullanımlar çok çeşitlilik arz etmektedir. Bazı hallerde başkasına ait marka ikinci düzey bir alan adı içerisinde bir unsur olarak kullanılabilirdiği gibi, bazı hallerde ise marka ile karıştırılma ihtimali olan adlar alan adı olarak seçilip markanın kapsadığı mal ve hizmetlerle bağlantılı şekilde kullanılmaktadır. Bazı kullanıcılar ise birden çok markayı bir alan adında bir araya getirerek kullanmak yoluna da gidebilmektedirler.

---

<sup>180</sup> TGI Paris, 3e ch. 2e section, 30 janvier 2004, Esso c/ Greenpeace, Internet.fr, Expertises, no: 281 mai 2004, sh. 197.

<sup>181</sup> TGI Paris, 3e ch. 2e section, 30 janvier 2004, sh. 199; bu doğrultuda diğer bir önemli kararda AREVA kararıdır. Bunun için bkz. TGI Paris 3e ch. 3e section, 9 juillet 2004, Sté AREVA c/ Association Greenpeace France, Association Greenpeace New Zeland et Internet.fr, [www.juriscom.net/jpt/visu.php?ID=552](http://www.juriscom.net/jpt/visu.php?ID=552).

Fransa’da “espace-sony” davası birçok hakkın kesiştiği bir uyuşmazlık olması sebebiyle, markanın ikinci düzey alan adı içinde kullanıldığı durumlara iyi bir örnek teşkil eder. “Sony” ve “Espace Sony” Japon Sony firması adına Fransa’da tescilli markalardır. Elektronik eşya satımı ile uğraşan Alifax firması, Sony ürünlerinin Fransa’daki yetkili dağıtıcısıdır ve Sony firması ile akdettiği yetkili dağıtıcılık sözleşmesi uyarınca “Espace Sony” ibaresini kullanmaya yetkili kılınmıştır. Faaliyetlerini internet üzerinde de sürdürmek isteyen Alifax firması 1997 ve 1999 senelerinde “[www.espace-sony.com](http://www.espace-sony.com)” ve “[www.alifax-espace-sony.com](http://www.alifax-espace-sony.com)” alan adlarını almış ve açtığı sitede Sony markalı ürünlerin tanıtım ve satışını yapmaya başlamıştır. Ana firma olan Sony, bu duruma karşı çıkmış ve Nanterre Asliye hukuk Mahkemesi nezdinde markasını taklit edildiği iddiası ile Alifax aleyhine dava açmıştır.

Mahkeme, sözleşmede geçen kullanma hakkının sadece ticaret evrakı ve tanıtımları kapsadığını, buna karşın, Alifax firmasına Espace-Sony markası için bir kullanma lisansı olmadığına hükmetmiştir. Ayrıca bu adla açılan bir site aynı zamanda ana firmanın aynı adı kullanmasına engel olmaktadır. Son olarak da, Espace-Sony aslında altı parçalı bir dağıtım ağıdır ve Alifax bunlardan biri olmasına rağmen, internet arama motorları internet kullanıcılarını doğrudan Alifax’a yönlendirmektedir. Tüm bu sebeplerle mahkeme söz konusu alan adları vasıtası ile Alifax firmasının, “Sony” ve “Espace Sony” markalarına taklit yoluyla tecavüz ettiğine karar vermiştir. Bu kararlar birlikte “[www.espace-sony.com](http://www.espace-sony.com)” alan adının, Alifax firmasının bu alan adı için yaptığı masraflar karşılığında Sony firmasına transferine ve “[www.alifax-espace-sony.com](http://www.alifax-espace-sony.com)” alan adının ise iptaline hükmetmiştir<sup>182</sup>.

Bu karara karşı, Alifax firmasının istinaf yoluna başvurması üzerine, İstinaf Mahkemesi, ilk derece mahkemesinin kararını bozmuştur. Ancak uyuşmazlığa konu alan adları hakkında verdiği hükmü aynı gerekçelerle kabul etmiştir<sup>183</sup>.

<sup>182</sup> TGI Nanterre 2e ch., 20 mars 2000, Sony Corporation c/ Sté Alifax, Recueil Dalloz, 2000, Actualité jurisprudentielle, sh. 287; kararın incelemesi için bkz. Cédric **Manara**, Comment un distributeur peut-il exercer son activité sur le web? (éléments de réponse), Recueil Dalloz, 2000, Actualité jurisprudentielle, sh. 287.

<sup>183</sup> CA Versailles 12e ch.14 septembre 2000, Alifax c/ Sony Corporation et Sony France, Expertises, avril 2001, sh 148; kararın incelemesi için bkz. Alexandre **Nappey**, Commerce électronique et distribution: le conflit de réseaux, Expertises, avril 2001, sh 143.

## C. Marka Hakkı Sahibinin Hak ve Talepleri

### 1. Markanın Sahibine Sağladığı Haklar

Marka tescilinden doğan hakkın kapsamı MarKHK'nin 9'uncu maddesinde düzenlenmiştir. Maddede, ikili bir ayrıma gidilmiştir. Birinci fıkrada marka sahibine izni olmadan markasının kullanılmasının önlenmesini talep yetkisi tanıyan haller belirtilirken, ikinci fıkrada marka sahibinin önleyebileceği kullanım türleri sayılmıştır.

Marka sahibinin, izni alınmadan markasının kullanılmasının önlenmesini talep edebileceği haller KHK md. 9/I metninde üç bent halinde sayılmıştır. Bu sayede marka sahibine, markasının kullanımına müdahale imkânı tanınmış ve onun markasının kullanımı üzerindeki tekel hakkı korunmuştur<sup>184</sup>.

Buna göre; Marka tescilinden doğan haklar münhasıran marka sahibine aittir. Marka sahibi,

a) Markanın tescil kapsamına giren aynı mal ve/veya hizmetlerle ilgili olarak, tescilli marka ile aynı olan herhangi bir işaretin kullanılmasının,

b) Tescilli marka ile aynı veya benzer olan ve tescilli markanın kapsadığı mal ve/veya hizmetlerin aynı veya benzeri mal ve/veya hizmetleri kapsayan ve bu nedenle halk tarafından, işaret ile tescilli marka arasında ilişkilendirilme ihtimali de dahil, karıştırılma ihtimali bulunan herhangi bir işaretin kullanılmasının,

c) Tescilli marka ile aynı veya benzer olan ve tescilli markanın kapsamına giren mal ve/veya hizmetlerle benzer olmayan, ancak Türkiye'de ulaştığı tanınmışlık düzeyi nedeniyle tescilli markanın itibarından dolayı haksız bir yarar elde edecek veya tescilli markanın itibarına zarar verecek veya tescilli markanın ayırt edici karakterini zedeleyecek nitelikteki herhangi bir işaretin kullanılmasının önlenmesini talep edebilir

---

<sup>184</sup> Yasaman/Ayoğlu, Marka Hukuku, C. I sh. 491.

Marka sahibinin, markasının başkası tarafından haksız olarak kullanılması halinde sahip olduğu yetkiler aynı maddenin ikinci bendinde düzenlenmiştir. Buna göre haksız kullanım tarzları beş bent halinde sayılmıştır. Ancak bu sayım tahdidi olmayıp açıklayıcıdır<sup>185</sup>.

Aşağıda sayılan haller, MarKHK md 9/II uyarınca Marka sahibi tarafından yasaklanabilir;

- a) İşaretin mal veya ambalajı üzerine konulması.
- b) İşareti taşıyan malın piyasaya sürülmesi veya bu amaçla stoklanması, teslim edilebileceğinin teklif edilmesi veya o işaret altında hizmetlerin sunulması veya sağlanması.
- c) İşareti taşıyan malın gümrük bölgesine girmesi, gümrükçe onaylanmış bir işlem veya kullanıma tabi tutulması.
- d) İşaretin, teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarında kullanılması.
- e) İşareti kullanan kişinin, işaretin kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bir bağlantısı olmaması koşuluyla, işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde, alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük veya benzeri biçimlerde kullanılması.

## 2. Marka Hakkı İhlal Edilen Kişinin Özel Hukuka İlişkin Talepleri

Marka hakkı tecavüze uğradığında, hak sahibinin hakkını aramak için başvuracağı ilk ve asli yol mahkemelerdir. Hak sahibinin mahkemeden talep edebileceği hususlar MarKHK'nun sekizinci kısmında tecavüz halleri ile birlikte düzenlenmiştir. Buna göre marka hakkına tecavüz edilen kişinin özel hukuka dair sahip olduğu dava ve talep hakları KHK md. 62, 75 ve 76'da şu şekilde düzenlenmiştir;

Md. 62. Marka hakkı tecavüze uğrayan marka sahibi, mahkemeden, aşağıdaki taleplerde bulunabilir:

---

<sup>185</sup> Hakan **Karan**/Mehmet **Kılıç**, age. no. 9.4.1. sh. 261.

- a) Marka hakkına tecavüz fiillerinin durdurulması,
- b) Tecavüzün giderilmesi ve maddi ve manevi zararın tazmini,
- c) (Değişik bent: 03/11/1995 - 4128/5 md.) Marka hakkına tecavüz dolayısı ile üretilmesi veya kullanılması cezayı gerektiren eşya ile bu eşyaları üretmeye yarayan araç, cihaz, makine gibi vasıtalara el koyulması talebi.
- d) (c) bendi uyarınca el konulan ürünler üzerinde kendisine mülkiyet hakkının tanınması, (Bu durumda, söz konusu ürünlerin değeri, tazminat miktarından düşülür. Bu değer, kabul edilen tazminatı aştığı zaman, marka sahibinin fazlayı karşı tarafa ödemesi gerekir).
- e) (Değişik bent: 03/11/1995 - 4128/5 md.) Marka hakkına tecavüzün devamını önlemek üzere tedbirlerin alınması, özellikle bu maddenin (c) bendine göre el koyulan ürünlerin ve araçların üzerlerindeki markaların silinmesi veya marka hakkına tecavüzün önlenmesi için kaçınılmaz ise imhası talebi.
- f) Marka hakkına tecavüz eden kişi aleyhine verilen mahkeme kararının, masrafları tecavüz eden tarafından karşılanarak, ilgililere tebliğ edilmesi ve kamuya yayın yoluyla duyurulması.

Md. 75. Marka hakkına tecavüzü ileri sürmeye yetkili olan kişi, bu haklara tecavüz sayılabilecek olayların tespitini mahkemeden isteyebilir.

Md. 76/I. Bu Kanun Hükmünde Kararnamede öngörülen türde dava açan veya açacak olan kişiler, dava konusu markanın kendi marka haklarına tecavüz teşkil edecek şekilde Türkiye'de kullanılmakta olduğunu veya kullanılması için ciddi ve etkin çalışmalar yapıldığını ispat etmek şartıyla, davanın etkinliğini temin etmek üzere, ihtiyati tedbire karar verilmesini talep edebilir.

### a. Delillerin Tespiti

Delillerin tespiti, MarKHK'nin 75'inci maddesinde öngörülmüştür. Buna göre, marka hakkına tecavüzü ileri sürmeye yetkili olan kişi bu hakkına tecavüz sayılabilecek olayların tespitini mahkemeden isteyebilecektir.

Aslında burada öngörülen talep, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu'nun 368'inci ve devamı maddelerinde düzenlenen delillerin tespiti davasından başka bir şey değildir. Bu düzenleme delillerin kaybolması tehlikesine karşı güvence altına alınmasını sağlamaya yöneliktir<sup>186</sup>.

Alan adı yoluyla marka hakkı ihlal edildiğinde, eğer alan adı tek başına tecavüz fiilini gerçekleştiriyorsa tecavüzün ve failinin tespiti için alan adı tahsis kayıtlarının tutulduğu "WHOIS" veri tabanından yararlanılmalıdır. WHOIS veri tabanı alenidir ve her istendiğinde çevrim içi olarak incelenebilmekte ve alan adı ve sahibi ile ilgili gerekli bilgilere bu yolla ulaşılabilmektedir. Whois veri tabanında, bir alan adı ile ilgili olarak, alan adı sahibi (registrant), idari yetkili (administrative contact), teknik yetkili (technical contact), fatura yetkilisinin (billing contact) isim ve iletişim bilgileri, barındırma, tahsis ve IP hizmet sağlayıcılar, sitenin bağlı olduğu sunucular (server), alan adı tahsis sözleşmesinin başlangıç ve bitiş tarihleri hakkında bilgi bulunmaktadır.

Ancak, eğer uyumsuzluk konusu alan adının tecavüz teşkil edip etmediğine, ancak site içeriği ile birlikte değerlendirildiğinde karar verilebilecekse, tecavüzün durdurulması ve giderilmesi davaları açılmadan evvel site içeriğinin mahkeme yoluyla tespiti faydalı olur. Aksi halde uzun sürecek olan yargılama süresince site içeriği tecavüz teşkil etmeyecek şekilde kolayca değiştirilir.

---

<sup>186</sup> Hani fe **Dirikkan**, age. sh 302.

Her ne kadar tespit davaları hızlı sonuçlandırılrsa da, internet ortamında kayıtlı verilerin değiştirilmesi ve hatta yok edilmesinin saniyelerle ölçülüyor olması karşısında etkisiz kalma ihtimali ile karşı karşıyadır. Hakkında açılan davadan haberdar olan mütecevizin, tecavüz delillerini ve kendi izini yok etmesi halinde, tespit davası olmayan durumun tespiti çabasına dönüşecektir. Bu tehlikeyi engellemek için noterlerin de tespit faaliyetine dâhil olmasının yerinde olacağı kanaatindeyiz. Noterlik Kanunu md. 61 “*Noterler bir şeyin veya bir yerin hal ve şeklini tespit ederler*” hükmü ile İnternet yoluyla marka hakkına tecavüzün tespiti davasına yardımcı olma yolunu noterlere açtığı kanaatindeyiz. Bu durumda noterler delil tespiti yapmayacaktır. Noterin yapması gereken, marka hakkının tecavüze uğradığını iddia eden tarafın, delil tespiti amacıyla mahkemeye gitmeden evvel müteceviz site veya müteceviz alan adına ait WHOIS kaydının tespitinden ibarettir. Söz konusu belgelerin delil niteliğinde olup olmadığının tespitini yine mahkeme yapacaktır (HUMK md.370).

Ancak, Noterler Birliği ve Adalet Bakanlığı Hukuk İşleri Genel Müdürlüğü’nün bu konu hakkındaki görüşü aksi yöndedir. Zira, Noterler Birliği’nin 09.07.2004 tarih ve 27 sayılı Genelgesi<sup>187</sup> “*Konu, özü itibariyle yargısal yorumu gerektirmekte olup, ihtilaf halinde mahkemelerce verilecek nihai kararın esas alınması gerekmekte birlikte, İNTERNET yayınlarının tespiti taleplerinin noterliklerce yerine getirilmesinin, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu’nun 370. maddesi ile Noterlik Kanunu’nun 60. maddesinin 1 ve 2. fıkralarının hükmü karşısında mümkün olmadığı*” şeklindeki düzenlemesiyle noterleri tespit sürecinin dışında tutmaktadır.

Kanaatimizce, Noterler Birliği’nin bu genelgesi yerinde değildir. Zira noterlerin yapacağı delil tespiti değil mevcut durumun tespitinden ibaret olduğundan Noterlik Kanunu md. 61 kapsamında değerlendirilmelidir.

---

<sup>187</sup> Genelge’nin tüm metni için Bkz.<http://www.tnb.org.tr/GenelgeDetay.aspx?TURU=GENELGE&ULAS=56212&K=internet> çevrimiçi 05.05.2010.

### b. Tecavüzün Durdurulması

Devam etmekte olan bir tecavüzün durdurulması marka hakkı sahibi tarafından mahkemeden talep edilebilir. Bu talep hukuki dayanağını KHK md. 62/a bendinde bulmaktadır. Bu talebin kabulü halinde hâkim davalının tecavüz teşkil eden fiillerine son vermesine hükmedeceği için bu bir tür eda davasıdır<sup>188</sup>. Tecavüzün durdurulması davasının açılması için failin kusurlu olmasına gerek yoktur. Tecavüz fiilinin gerçekleştiğinin tespiti yeterlidir.<sup>189</sup>.

Alan adından kaynaklanan uyuşmazlıklara baktığımızda, eğer alan adı marka hakkını ihlal ediyorsa marka hakkı sahibi tecavüzün durdurulması davasını açabilir. Bu durumda marka hakkı tecavüze uğrayan kişi mütecaviz alan adı altında faaliyet gösteren sitenin faaliyetinin durdurulmasını talep edebilir. Bununla birlikte, uygulamada sık görülen bir durum olan bir marka ile aynı veya benzer bir alan adını ileride satmak amacıyla tahsis ettirip bir site hazırlamaksızın sadece yedinde bulunduranlara karşı bu dava yolundan faydalanılamayacaktır. Zira bu durumda MarKHK md. 9/II anlamında bir ihlalden bahsedilemeyecektir.

### c. Tecavüzün Giderilmesi

Tecavüz ile ortaya çıkan hukuka aykırı sonuçların ortadan kaldırılması amacı ile KHK md.62/b de düzenlenmiş olan tecavüzün giderilmesi davası açılır. Bu davanın ikamesi için tecavüzün sonuç doğurmuş olması gerekmektedir. Bu dava, aynı maddenin (a) bendinde düzenlenmiş olan tecavüzün durdurulması davası ile karıştırılabilir. Tecavüzün giderilmesi davasının, durdurulması davasından farkı, birincisinin doğmuş bulunan sonuçları ortadan

---

<sup>188</sup> Bu dava sadece devam eden tecavüzlerin durdurulması için değil aynı zamanda gerçekleşme ihtimali olan tecavüzlerin önlenmesi amacıyla da ikame olunabilir. Her ne kadar önleme talebinden açıkça bahsedilmese de kararnamenin 9'uncu maddesinde karıştırılma ihtimali belirtilmiş ve 61'inci maddede de 9'uncu maddenin ihlali bir tecavüz hali olarak sayılmıştır. Karıştırılma ihtimali bir ihlal tehlikesi olduğu için Tekinalp'e göre tehlikenin önlenmesi amacıyla tecavüzün durdurulması davası açılabilir. Önleme talebinde bulunulabilmesi için tehlike veya ihtimal somutlaşmış olmalıdır. Bkz. Ünal **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 22.

<sup>189</sup> **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1121,



kaldırmaya yönelikken, diğeri tecavüzün durdurulmasın ve tehlike aşamasında da menedilmesine yöneliktir<sup>190</sup>.

Tecavüzün giderilmesi davası ile istenebilecek sonuçlar somut olaya göre değişir. Zira marka hakkına tecavüz çok farklı şekillerde gerçekleşebilir. Söz konusu olan tecavüzün giderilmesi olduğundan da talepte doğal olarak tecavüze yardımcı araçların kullanılamaz hale getirilmesi veya düzeltilmesi olmaktadır<sup>191</sup>. Bu davanın açılabilmesinde önemli olan tecavüzün gerçekleşmesi ve sonuçlarının doğmasıdır. Dolayısı ile tecavüzün giderilmesinin talep edilebilmesi için mütecavizin kusurlu olması şart değildir<sup>192</sup>.

Marka hakkı alan adı yoluyla ihlal edildiğinde, ihlalin sonuçlarının giderilmesini hak sahibi bu düzenlemeye dayanarak isteyebilir.

#### **d. Maddi ve Manevi Zararların Tazmini**

Marka hakkı tecavüze uğrayan kişi, bu tecavüz dolayısı ile zarara uğramışsa, mahkemedен, bu zararının, tecavüzün failinden tazminine hükmetmesini kararnamenin 62'nci maddesi (b) bendi uyarınca talep edebilir<sup>193</sup>.

Tecavüz halinde tazminat sadece 62'nci maddede değil aynı zamanda 64'üncü maddede düzenlenmiştir. Bu maddenin ilk fıkrası maddi tazminat talebinin ilkelerini belirtmektedir.

Buna göre; Md. 64I. Marka sahibinin izni olmaksızın, marka taklit edilerek üretilen ürünü üreten, satan, dağıtan veya başka bir şekilde ticaret alanına çıkaran veya bu amaçlar için ithal eden veya ticari amaçla elde bulunduran kişi, hukuka aykırılığı gidermek ve sebep olduğu zararı tazmin etmekle yükümlüdür.

---

<sup>190</sup> Ünal Tekinalp, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 30.

<sup>191</sup> Yasaman/Yüksel, Marka Hukuku, C. II sh. 1125 vd.

<sup>192</sup> Ünal Tekinalp, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 31.

<sup>193</sup> Hani fe Dirikkan, age. sh 307.

Bu düzenlemeye göre, maddi zararın tazmininin ilk şartı hukuka aykırılık yaratan bir tecavüzün olması ve ikinci şartı da mütecavizin kusurlu olmasıdır<sup>194</sup>.

Söz konusu maddenin ikinci fıkrası ise şöyledir;

Md. 64/II. Taklit markayı herhangi bir şekilde kullanmakta olan kişi, marka sahibinin markanın varlığından ve tecavüzden kendisini haberdar etmesi ve tecavüzü durdurmasını talep etmesi halinde veya kullanmanın kusurlu bir davranış teşkil etmesi halinde, sebep olduğu zararı tazmin etmekle yükümlüdür.

Metinden de anlaşıldığı gibi, maddenin birinci fıkrası maddi tazminatın şartlarını belirtirken, ikinci fıkra fiili zarar ve yoksun kalınan kar anlamında maddi zararların tazmini yanında manevi zararın tazminine de imkân tanımaktadır<sup>195</sup>.

Mütecavizin kusurlu olması şartıyla, tecavüz dolayısı ile marka ve işletmesinin ticari imajı ve markasına duyulan güven sarsılan marka sahibi, ticari ve şahsi varlığında meydana gelen olumsuz etkileri ortadan kaldırmak için manevi tazminat talep edebilir<sup>196</sup>.

Alan adı yolu ile bir başkasının marka hakkına tecavüz eden kişi anılan maddedeki şartların varlığı halinde maddi ve manevi tazminata da mahkûm edilebilecektir.

#### **D. Marka Hakkına Tecavüz Dolayısıyla Açılacak Davanın Yargılama Hukukuna İlişkin Özellikleri**

Marka hakkının ihlal edildiğini iddia eden kişi bu ihlali adli yollarla gidermek istediğinde bunu, mahkeme nezdinde dava açarak talep etmesi gerekmektedir.

---

<sup>194</sup> **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1127 vd

<sup>195</sup> Hani fe **Dirikkan**, age. sh. 307.

<sup>196</sup> **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1133.

## 1. Davanın Tarafları

Marka hakkına tecavüz söz konusu olduğunda, ancak marka üzerinde hak sahibi olan kişi bu tecavüzün giderilmesini mahkemeden talep edebilir.

Konunun Türk mahkemelerinin yetki alanına girmesi için, ülkesellik ilkesi gereğince söz konusu markanın Türkiye’de korunuyor olması gerekmektedir. Türkiye’de kimlerin marka korumasından yararlanabileceği KHK md. 3’te düzenlenmiştir. Buna göre, “*Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde ikametgahı olan veya sınai veya ticari faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişilerce veya Paris Sözleşmesi yahut Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması hükümleri dâhilinde başvuru hakkına sahip kişilerce elde edilir*”. Ayrıca, “*Türkiye Cumhuriyeti uyruğundaki kişilere kanunen veya fiilen marka koruması tanımış yabancı devletlerin gerçek veya tüzel kişileri de karşılıklılık ilkesi uyarınca Türkiye’de marka korunmasından aynı şekilde yararlanır*”.

Bu şartlar altında Türkiye’de korunan bir markanın sahibi 62’nci maddede öngörülen davaları açmaya öncelikli ve yetkili kişidir. Eğer marka paylı mülkiyete tabi ise paydaşlardan her biri marka hakkının korunmasına ilişkin davaları açabilir. Elbirliği ile mülkiyet halinde de her bir ortak dava açma hakkını haizdir. Eğer tecavüze uğrayan bir ortak marka ise markayı kullanmaya yetkili kişilerin her biri tek başına dava açmaya da yetkilidir. Ancak, eğer bir garanti markası söz konusu ise dava açma hakkı marka sahibindedir<sup>197</sup>.

Marka başvurusu yayımlanan kişi de yayından sonra 61’inci maddede öngörülen tecavüz fiillerine karşı KHK md.9/3 uyarınca tazminat talebinde bulunabilir<sup>198</sup>.

---

<sup>197</sup> Yasaman/Yüksel, Marka Hukuku, C. II sh. 1139.

<sup>198</sup> Yasaman/Yüksel, Marka Hukuku, C. II sh. 1139.

Lisans sahibinin dava ehliyeti ise 21 ve 73'üncü maddelerde<sup>199</sup>, inhisari lisans sahibi ve basit lisans sahibi için ayrı ayrı düzenlenmiştir. Buna göre,

İnhisari lisans sahibi, lisans sözleşmesinde aksi kararlaştırılmadıkça, 62'nci maddedeki davaları kendi adına açmaya yetkilidir<sup>200</sup>. Ancak bu yetki, marka üzerinde mutlak hak sahibi olan marka sahibinin dava haklarını bertaraf etmez<sup>201</sup>.

Kural olarak basit lisans sahibinin marka hakkına tecavüz halinde dava açmaya hakkı yoktur. Bu kuralın istisnası ise, marka sahibinin markaya yönelik tecavüzlere karşı dava açmaktan kaçınması halidir. KHK md. 73/3 ve 21/6 - 7'nci maddelerinde düzenlenen bu istisnai durumdan, basit lisans alan ve hatta sözleşme ile dava hakkından mahrum kalmış olan inhisari lisans sahibi de yararlanır. Dava açma hakkı bulunmayan lisans alan, marka hakkına yönelik tecavüze karşı hukuki yollara başvurmasını, noter kanalıyla yapacağı bildirimle marka sahibinden isteyebilir. Bu bildirim üzerine marka sahibi dava açmayacağını bildirirse ya da bildirim tarihinden itibaren üç ay içinde dava açmaması halinde lisans alan kendi adına dava açma hakkını kazanır<sup>202</sup>.

Marka üzerinde rehin hakkı tesis edilmişse bu hakkın lehtarını, marka sahibinin iflası durumunda da iflas masası, marka hakkına tecavüzden dolayı 62'nci maddede öngörülen davaları açmaya yetkilidir<sup>203</sup>.

Davanın muhatabı marka hakkına tecavüz fiilini işleyen kişidir. Dolayısı ile dava mütecevize karşı açılır. Müteceviz, 61'inci maddedeki tecavüz fiillerini işleyen kimse olduğundan davalı bu maddeye göre belirlenmektedir<sup>204</sup>.

---

<sup>199</sup> KHK'nin, lisans alanın dava açması ve şartları başlığını taşıyan 73'üncü maddesi, lisansın şartlarını düzenleyen 21'inci maddesinin 6 ve 7'nci fıkraları ile aynıdır. Ayrıntı için bkz. **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1202.

<sup>200</sup> Necati **Meran**, sh. 403.

<sup>201</sup> **Yasaman/Altay**, Marka Hukuku, C. II sh. 748; Ünal **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 83.

<sup>202</sup> Necati **Meran**, sh. 403 vd.; **Yasaman/Altay**, Marka Hukuku, C. II sh. 749; Ünal **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 83

<sup>203</sup> **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1140.

<sup>204</sup> Ünal **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 85.

## 2. Zamanaşımı

Marka hakkına tecavüz vuku bulduğunda, marka üzerindeki hakları ihlal edilen kişi davasını zaman aşımı süresi dolmadan ikame etmelidir. KHK'nin 70'inci maddesi, “*Marka hakkına tecavüzden doğan özel hukuka ilişkin taleplerde, zamanaşımı süresi için, Borçlar Kanununun zamanaşımına ilişkin hükümleri uygulanır.*” demek sureti ile zaman aşımı konusunu Borçlar Kanunu'na gönderme yaparak çözümlenmiştir<sup>205</sup>.

Maddede kullanılan “*özel hukuka ilişkin talepler*” ifadesi ile kastedilen hukuk davalarıdır. Kararnamenin 62'nci maddesinde düzenlenmiş olan hukuk davalarının hepsi marka hakkına tecavüze dayandıkları için bunlara BK md.60'ta düzenlenmiş olan haksız fiil zamanaşımı uygulanır<sup>206</sup>. Bu hüküm uyarınca marka hakkı tecavüze uğrayan kişi, MarkKHK'den doğan özel hukuka ilişkin taleplerini, tecavüzü öğrendikten 1 yıl ve her halde zararı doğuran tecavüzün gerçekleşmesinden itibaren on yıl içinde söz konusu taleplerini ileri sürmelidir (BK md. 60/I). Eğer tecavüz fiili, Türk Ceza Kanununda daha uzun bir zamanaşımı süresine tabi ise hukuk davalarında da bu zaman aşımı uygulanır (BK md. 60/II).

Marka hakkına tecavüzün durdurulması talebi, tecavüz devam ettikçe zaman aşımı işlemeyeceğinden zamanaşımına uğramaz. Ancak marka hakkı sahibi, bu hakkına tecavüz edildiğini bildiği halde buna uzun süre ses çıkarmazsa bu hakkından vazgeçmiş sayılır<sup>207</sup>.

## 3. Görevli ve Yetkili Mahkeme

Türkiye'de korunan bir markaya tecavüze ilişkin davalarda görevli mahkeme 71'inci maddede öngörülmüştür<sup>208</sup>. Buna göre Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde

<sup>205</sup> **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1186.

<sup>206</sup> Ünal **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 114; **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1186.

<sup>207</sup> Ünal **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 115; Yargıtay 11. HD 2000/8169 E., 2000/1761 K., 02.03.2000 T. Kara için bkz. **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1152.

Kararnamede öngörülen davalarda, görevli mahkemeler genel mahkemeler olmayıp Adalet Bakanlığınca kurulan ihtisas mahkemesi olan Fikri ve Sinaî Haklar Hukuk (ve Ceza) Mahkemeleridir<sup>209</sup>.

Hukuk davalarında yetkili mahkeme ise 63'üncü maddede öngörülmüştür. Buna göre; Marka sahibi tarafından, müteceviz aleyhine açılacak hukuk davalarında yetkili mahkeme, davacının ikametgâhının olduğu veya suçun işlendiği veya tecavüz fiilinin etkilerinin görüldüğü yerdeki mahkemedir.

Bu hükümde davacının ikametgâhının olduğu yer mahkemesi de yetkili mahkeme olarak gösterilerek HUMK md. 9'da davalının ikametgâhının olduğu yer mahkemesini yetkili kılan genel yetki kuralının davacı lehine genişletildiği kabul edilmelidir<sup>210</sup>.

Öte yandan, marka hakkına alan adı yolu ile tecavüz vuku bulduğunda suçun işlendiği veya etkilerinin görüldüğü yer<sup>211</sup> mahkemesi Türkiye'nin herhangi bir yerindeki mahkeme olabilir; zira tecavüz internet bağlantısı olan her yerde gerçekleşmekte ve etkilerini göstermektedir.

---

<sup>208</sup> Her ne kadar maddenin başlığı "görevli ve yetkili mahkeme" olsa da maddede sadece görevli mahkeme ile ilgili düzenlemeye gidilmiştir. Bununla birlikte yetkili mahkeme ile ilgili düzenleme 63'üncü maddede yapılmıştır. Ayrıntı için bkz. **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1195.

<sup>209</sup> *Davacı vekili, Amerika Birleşik Devletleri'nde Networksolution nezdinde tescil ettirdikleri [www.galatasaray.com](http://www.galatasaray.com) adını, davalı şirketlerin kendilerine ait olduğunu iddia ettiklerini ve bu haklarına saldırıda bulunulduklarını ileri sürerek, "[www.galatasaray.com](http://www.galatasaray.com)" isminin kendilerine aidiyetine ve 5 milyar TL maddi, 1 milyar TL manevi tazminatın davalılardan tahsiline karar verilmesini talep ve dava etmiştir.*

*Davalı vekili, davaya İstanbul Fikri Ve Sinaî Haklar Hukuk Mahkemesi'nde bakulması gerektiğini savunarak davanın reddini istemiştir.*

*Mahkemece, davanın markalar ile fikri ve sinaî hakları ilgilendirdiği gerekçeleriyle görevsizlik kararı verilmiştir.*

*Kararı, davacı vekili temyiz etmiştir.*

*Dosyadaki yazılara kararın dayandığı delillere gerektirici sebeplere göre, davacı vekilinin bütün temyiz itirazları yerinde değildir.*

*SONUÇ: Yukarıda açıklanan nedenlerden dolayı, davacı vekilinin bütün temyiz itirazlarının reddiyle usul ve kanuna uygun bulunan hükmün ONANMASINA, aşağıda yazılı bakiye 3.32 YTL temyiz ilam harcının temyiz edenden alınmasına, 05.04.2005 tarihinde oybirliğiyle karar verildi. Yargıtay 11. HD, 2004/6208 E, 2005/3277K. (Yayınlanmamış karar)*

<sup>210</sup> **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1154 vd.; karşıt görüş için bkz. Ünal **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, §30, 117

<sup>211</sup> Maddede geçen "suçun işlendiği veya etkilerinin görüldüğü yer" ifadesi ile kast edilen tecavüz fillerdir. Bkz. **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1155.

Eğer davalının Türkiye’de ikametgâhı bulunmuyorsa, yetkili mahkeme, sicilde kayıtlı vekilin iş yerinin bulunduğu yerdeki ve eğer vekillik kaydı silinmiş ise, Enstitünün merkezinin bulunduğu yerdeki mahkemedir.

Eğer birden fazla yetkili mahkeme varsa, yetkili mahkeme ilk davanın açıldığı mahkemedir (KHK md.63/son). Bu sayede marka hakkına birden fazla tecavüz olduğu durumlarda davalar tek bir mahkemede toplanabilecektir<sup>212</sup>.

## **E. Başkasına Ait Tescilsiz Bir Markanın Alan Adı Olarak Kullanılması**

### **1. Tescilsiz Markaların Tâbi Olduğu Hukuki Rejim**

Marka hakkının doğumu ile ilgili genel olarak üç değişik sistemden bahsedilebilir. Bunlarda ilki olan tescil sisteminde marka hakkının doğumu, marka hukukuna uygun bir işaretin, yetkili kuruluş nezdinde marka siciline tescili ile olur. Marka koruması da bu andan itibaren başlar. Bu sistemde tescil kurucu niteliktedir. Bir işaret başkası tarafından daha önce mal ve hizmetlerini ayırt etmek amacıyla kullanılmış dahi olsa sicile itibar olunur ve işareti marka olarak ilk tescil ettiren kişi hak sahibi olur. Bu tabii ki tescil edilmeksizin kullanılan işaretlerin tamamen koruma dışı bırakıldığı anlamına gelmez. Tescil sistemini katı uygulamanın doğuracağı sakıncaları ortadan kaldırmak için, tescilsiz işaretler, haksız rekabet ve borçlar hukukundaki sorumluluk hükümleri ve Paris Anlaşması ile öngörülen, tanınmış markalar ile ilgili düzenlemeler kabul edilmiştir<sup>213</sup>.

Marka hakkının doğumu ile ilgili diğer bir sistem de “ilk kullanma” sistemidir. Bu sistemin cari olduğu hukuk sistemlerinde marka hakkı, marka hukukuna uygun bir işaretin seçilip kullanılması ile doğar. Bu sistemde tescil kurucu değil fakat açıklayıcı bir rol oynar.

<sup>212</sup> **Yasaman/Yüksel**, Marka Hukuku, C. II sh. 1156.

<sup>213</sup> **Dilek Cengiz**, sh 38, **Yasaman/ Altay/ Ayoğlu/ Yusufoglu/ Yüksel**, C. I sh. 179 vd.

Tescilli bir markayı tescilden önce tescilsiz olarak marka hukukuna uygun olarak kullandığını kanıtlayan kimse tescilin terkinini talep edebilir<sup>214</sup>.

İlk kullanma ve tescil sistemlerinin katı uygulanmaları halinde doğacak olumsuzlukları bertaraf etmek için söz konusu iki sistemi telif eden karma nitelikli sistemler de mevcuttur<sup>215</sup>.

Hukukumuzda ise 556 s. MarKHK ile yürürlükten kaldırılan 551 sayılı Markalar Kanunu, ilk kullanma sistemini benimsemişti<sup>216</sup>. Buna göre bir işareti marka olarak seçip, onu marka hukukuna uygun şekilde kullanarak tanıtan kişinin hakkı, söz konusu markayı önce tescil ettiren kişinin hakkından üstün tutulmuştu<sup>217</sup>.

Gerçekten, markayı fiilen bulan ve kullanıp, piyasada tanıtan kişi, markayı önce tescil ettiren kişiye karşı marka üzerinde hak sahibinin kendisi olduğunu iddia ve dava edebiliyordu. Ancak burada iptali istenen, marka değil, markaya ilişkin tescildir. Zira marka onu ilk kullanan için yaşamaktadır. Böylece tescille doğan gerçek hak sahipliği çürütülebiliyordu<sup>218</sup>.

MarKHK ile kanun koyucunun tavrı değiştirdiği görülmektedir. Buna göre KHK ile markaya sağlanan korumaya md. 6 uyarınca tescille hak kazanılır. Bu maddede ifadesini bulan hak aslında doğrudan doğruya marka hakkı değil, KHK'nin bahsettiği ve koruduğu hak ve yetkiler olmasına rağmen, maddenin başlığı marka hakkının elde edilmesi olduğu için Markalar Kanunu'nun anlayışının değiştiği anlaşılmaktadır. Zira kanunun 15'inci maddesinin başlığı karine iken MarKHK'nin 6'ncı maddesinin başlığı marka hakkının elde edilmesidir.

<sup>214</sup> Dilek Cengiz, sh 39.

<sup>215</sup> Dilek Cengiz, sh 40, Yasaman/ Altay/ Ayoğlu/ Yusufoglu/ Yüksel, C. I sh. 179 vd

<sup>216</sup> Ünal Tekinalp, age., § 23 No 3.

<sup>217</sup> Her ne kadar Mark K md 3'te kanundaki haklardan faydalanabilmek için markanın tescili öngörölmüş ise de söz konusu madde, yine aynı kanunun 15'inci maddesi ile birlikte ele alındığında tescilin açıklayıcı bir işlev üstlendiği ve sadece bir karine teşkil ettiği anlaşılmaktadır. Zira md 3 marka hakkının doğumunu değil kanundan faydalanmayı düzenlemektedir. Reha Poroy, Ünal Tekinalp, Marka Hakkına İlişkin Bazı Sorunlar, Prof. Dr. Halil Tandoğan'ın Hatırasına Armağan, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara 1990, sh 334.

<sup>218</sup> Bu karinenin çürütülebilmesi için markayı ilk kullananın davasında, söz konusu işareti marka olarak seçtiğini, kullandığını ve piyasada maruf hale getirdiğini ispat etmesi gerek. Maruf hale getirmekten maksat; markanın herkesçe veya ülkenin bütününde tanınması değil, kendi çevresinde bilinmesidir. Reha Poroy, Ünal Tekinalp, sh. 334.



Bu ifade ile tescile hak doğurucu etki tanındığı ve artık kullanım ilkesi yerine tescil ilkesinin benimsendiği anlaşılmaktadır<sup>219</sup>.

Ancak MarKHK’de benimsenen tescil ilkesinin yine KHK’de öngörülen birçok istisnası mevcuttur<sup>220</sup>. Bu kadar çok istisnanın öngörülmesi karşısında, doktrinde *Yasaman*, KHK’nin tescil sistemini kabul etmesine rağmen getirdiği istisnalar sebebi ile kullanım sistemine daha yakın olduğu görüşündedir. Dolayısıyla Türk hukukunda marka hakkı seçip kullanma ile de doğmaktadır. Ancak tescilsiz markalar 556 s. MarKHK’de öngörülen korumadan yararlanamamaktadır. Tescilsiz markaların korunması genel hükümler uyarınca sağlanmaktadır<sup>221</sup>.

## 2. Tanınmış Markaların Tâbi Olduğu Hukuki Rejim

Bir işaret, marka olarak tescil edildiğinde, marka sahibine kural olarak, tescil edildiği sınıflardaki mal ve hizmetlerle sınırlı bir koruma sağlar. Bu durumda bir başkası, aynı işareti, tescil koruması dışında kalan mal ve hizmetler için kullanabileceği gibi marka olarak tescil de ettirebilir(KHK md. 8, 9)<sup>222</sup>.

---

<sup>219</sup> Ünal **Tekinalp**, Fikri Mülkiyet Hukuku, §23 No 1 vd, Hakan **Karan**, Mehmet **Kılıç**, Markaların Korunması 556 sayılı KHK Şerhi ve ilgili Mevzuat, Turhan Kitapevi, 2004, sh 62 vd., Ünal **Tekinalp**, Yeni Marka Hukukunda Tescil İlkesi ve Tescilsiz İşaretlerin Hukuki Durumu, Prof. Dr. Kenan Tunçomağ’a Armağan, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Eğitim Öğretim ve Yardımlaşma Vakfı, 1997, sh. 470 vd., Osman **Şanal**, Markanın Hükümsüzlüğü, Adalet Yayınevi, 2004, sh. 29.

<sup>220</sup> Bu istisnalar şunlardır;

- 1) Bir marka tescil tarihinden önce kullanılmış ve tescile konu mallar veya hizmetlerle ilgili olarak bu kullanım sonucu ayırt edici bir nitelik kazanmış ise (a), (c) ve (d) bentlerine göre tescili reddedilemez (Md. 7 son fıkra),
- 2) Sahibi tarafından izin verilmeyen Paris Sözleşmesinin 1 inci mükerrer 6 ncı maddesine göre tanınmış markalar(Md. 7 /1),
- 3) Rüçhan hakkından yararlanan markalar (md 25 ve 26),
- 4) Markanın tescili için yapılan başvuru tarihinden önce veya markanın tescili için yapılan başvuruda belirtilen rüçhan tarihinden önce bu işaret için hak elde edilmiş ise, (md 8)
- 5) Tescil için başvurusu yapılmış markanın, başkasına ait kişi ismi, fotoğrafı, telif hakkı veya herhangi bir sınai mülkiyet hakkını kapsamaması halinde, hak sahibinin itirazı üzerine tescil başvurusu reddedilir (md. 8)

<sup>221</sup> Ayrıntı için bkz. **Yasaman/ Altay/ Ayoğlu/ Yusufoglu/ Yüksel**, C. I sh. 183.

<sup>222</sup> N. Füsün **Nomer**, Tanınmış Marka: Nike, Prof. Dr. Erdoğan Moroğlun’na 65. Yaş Günü Armağanı, 2.baskı, Beta, 2001, İstanbul, sh. 485; **Dirikkan**, sh. 85.

Bu kuralın bir istisnasını teşkil eden ve hukuki temellerini, Türkiye'nin de tarafı olduğu Paris Anlaşması'nda bulan tanınmış marka, ne bu sözleşmede ne de ulusal mevzuatımızda tanımlanmıştır. Paris Anlaşması'nın 1. mükerrer 6. maddesinde tanınmış marka ile ilgili şu hüküm bulunmaktadır: “Birlik ülkeleri tescilin talep edildiği ülkenin yetkili makamları tarafından söz konusu ülkede bu antlaşmadan yararlanacağı kabul olunan bir şahsa ait olduğu, aynı veya benzeri ürünlerde kullanıldığı herkesçe bilindiği mütalaa edilen bir markanın karışıklığa meydan verebilecek surette örneğini, taklidini veya tercümesini yapan bir fabrika ve ticaret markasının tescilini gerek ülke mevzuatı müsait olduğu takdirde doğrudan doğruya, gerekse ilgilinin isteği üzerine ret veya hükümsüz kılmayı taahhüt eder”<sup>223</sup>.

Tanınmış markanın özelliği, sahibine bir markanın sağladığından daha fazla imkân tanınmasıdır. Tanınmış bir markanın sahibi, markasıyla aynı ya da onunla iltibas yaratacak kadar benzeri bir işaretin farklı mal ya da hizmetleri için kullanılmasını ve marka olarak tescilini engelleyebilir (KHK md. 8/IV) ve hatta Paris Anlaşması anlamında bir tanınmış markanın mutlak ya da nispi ret sebebi yönünden korunabilmesi için Türkiye’de tescilli dahi olmasına gerek olmadığı gibi TPE söz konusu markanın tescili talebini reddedemez<sup>224</sup>.

Hem ulusal hem de uluslar arası alanda böyle korunan bir kavramın, içinin doldurulmamış olması, hâkimlere karar aşamasında esneklik sağlarken, doktrinde birçok tanımın yapılmasına sebep olmuştur.

---

<sup>223</sup> Maddeyle ilgili bkz.Hamdi **Yasaman**, Paris Anlaşması Anlamında Tanınmış Markalar, Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 1/2002,sh3001 vd.; Samiye **Eyüboğlu**, Tanınmış Marka, Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi (FMR), 2001/2, sh.110; Anlaşmanın İngilizce tam metni için bkz. <http://www.bitlaw.com/source/treaties/paris.html>, çevrimiçi: 09.08.2005.

<sup>224</sup> Ünal **Tekinalp**, Fikri Mülkiyet Hukuku, § 25 No 32 vd.; **Yargıtay** 11. Hukuk Dairesi'nin 13.3.1998 tarih ve E. 1997/8665, K. 1998/1705 sayılı kararında aynı konuya şu şekilde değinmiştir: “Türkiye cumhuriyeti'nce de kabul edilen Paris anlaşması'na göre, anlaşma gereği oluşturulan birliğe dahil devlet vatandaşları, diğer bir devlette ikametgahı veya müessesesi bulunmasa dahi, sınai mülkiyet konusunda o devletin kendi vatandaşlarına tanıdığı haklardan yararlanırlar. Yargıtay'ın kararlılık gösteren uygulamasında benimsendiği gibi tanınmış marka Türkiye'de tescilli olmasa da korunur.”, [www.kazanci.com.tr](http://www.kazanci.com.tr).

**Oytaç**'a göre; “tanınmış marka, toplumun önemli bir kesiminde, belirli mal veya hizmetlere ilişkin çağrıştırmaya yapacak anlamda bilinen markadır”<sup>225</sup>.

**Tekinalp**'e göre; “tanınmış marka, Paris Anlaşması'na üye devletlerden birinin vatandaşına veya o ülkelerden birinde mukim ya da ticari veya sınaî işletmeye sahip kişilere ait bulunan ve dünya çapında olmasa bile yurtiçi ve yurtdışında tanınan markadır”. Tanınmış marka ile ne bir ülkenin bazı yörelerinde tanınan markalar ne de dünyaca ünlü markalar kastedilmemektedir<sup>226</sup>.

**Yasaman**'a göre; “tanınmış marka, belli bir ülkede tescil edilip, koruma istenen ülkede yetkili makamlar ve malla ilgili çevreler tarafından tanınan markadır. Paris Anlaşmasının uygulamasında, tanınış markayı, markanın korunmak istenilen ülkede, o malla ilgili çevrenin o markayı tanıması yeterlidir”<sup>227</sup>. Bu konudaki daha eski tarihli bir başka yazısında da Yasaman, bir markanın bilinirliği, piyasaya sürüldüğü çevre ve alıcı kitlesini aşp, söz konusu mal ile ilgisi olmayanlarda markayı biliyorlar ise tanınmış bir markadan bahsedilebileceğini belirtmiştir<sup>228</sup>.

Tanınmış marka için yapılmış olan bu tanımlardan da anlaşıldığı gibi, tanınmış markayı markadan ayıran özellik olan tanınmışlık açıklanırken görüşler çeşitlenmektedir. Yargıtay içtihatlarına baktığımızda da Yargıtay'ın doktrinle paralel görüşleri benimsediği görülmektedir. Bununla birlikte markanın tanınmışlığına hükmederken birçok ülkede tescilli olma ve birlik üyesi ülkelerin yetkili makamlarınca tanınmış olarak kabul ediliyor olma ölçütleriyle hareket etmektedir<sup>229</sup>.

<sup>225</sup> Kutlu **Oytaç**, Tanınmış Markalarda Uluslararası ve Ulusal Kavram Kargaşasına Son, FMR, 2001/3, sh.92.

<sup>226</sup> Ünal **Tekinalp**, Yeni Markalar Hukukunda Tescil İlkesi ve Tescilsiz İşaretlerin Hukuki Durumu, Prof. Dr. Kenan Tunçomağ'a Armağan, İstanbul, 1997, sh. 472; **Tekinalp**, Fikrî Mülkiyet Hukuku, § 25 No 30.

<sup>227</sup> Hamdi **Yasaman**, Paris Anlaşması Anlamında Tanınmış Markalar, sh 308 vd.

<sup>228</sup> Hamdi **Yasaman**, Tanınmış Markalar, Arslanlı Armağanı, İstanbul, 1978, sh. 707; Yasaman'ın tanınmış markalarla ilgili görüşleri için bkz. Hamdi **Yasaman**, Marka Hukuku İle İlgili Makaleler Hukuki Mütalaalar Bilirkişi Raporları, Beta, İstanbul, 2003, sh.55 vd.; **Yasaman/ Altay/ Ayoğlu/ Yusufoglu/ Yüksel**, C. I sh. 24, 245 vd.

<sup>229</sup> Yargıtay 11. Hukuk Dairesi 13.4.2000 tarihli E. 1999/9678 K. 2000/3001 sayılı kararında; ”Türkiye'nin de taraf olduğu Paris Anlaşması'nın tarafı olan bir ülkede tescilli tanınmış marka ve bu markalı ürünler Türkiye'ye hiç getirilmemiş olsa dahi, sözü edilen Anlaşmanın mükerrer 6. maddesi gereğince ülkemizde himaye görecektir. O halde, uyuşmazlığın çözümü, markanın Türkiye'de maruf ve meşhur hale getirilmesinin belirlenmesinde değil,

Yargıtay'ın bir markanın tanınmış olup olmadığına karar verirken aradığı özelliklerden biri olan, markanın üye ülkelerden birinin yetkili makamlarınca tanınmış sayılması hali ile ilgili Türk Patent Enstitüsü'nün çalışmalarına da değinmekte yarar var. Tanınmış markaların kamuoyunca bilinmesi için Enstitü tarafından 22.07.1997 tarihinde Resmi Marka Gazetesi Özel Sayı'sı yayınlanmıştır. Bu özel bültenin üçüncü bölümü Paris Sözleşmesi ve 556 Sayılı KHK md.7/1 anlamında tanınmış markalara ayrılmış ve Enstitü'ce tanınmış marka olarak kabul edilen markalar tek tek sayılmış ve çizimle gösterilmiştir. Ancak tanınmış markaların bu bültende yayınlananlarla sınırlı olmadığı ve bültenin zamanla güncelleneceği belirtilmiştir<sup>230</sup>.

TPE bir markanın tanınmışlığını değerlendirirken,

1. Markanın tescilinin ve kullanımının süresi,
2. Markanın tescilinin ve kullanımının yayıldığı coğrafi alan ve kapsamı,
3. Markanın üzerinde kullanıldığı mal ve/veya hizmetin piyasadaki yaygınlığı, pazar payı, yıllık satış miktarı,
4. Markaya ilişkin promosyon çalışmalarının özellikleri,
5. Reklam niteliğinde olmayan ancak markanın tanıtımına faydalı olabilecek nitelikte faaliyetleri,
6. Markanın tanınmışlığını gösteren bir mahkeme kararı var mıdır veya marka sahibinin markasını koruma yolundaki etkin çabaları,
7. Marka ne derece orijinaldir, markanın ayırt edicilik niteliği,
8. Markanın tanınmışlığına ilişkin yapılmış kamuoyu araştırmaları varsa bunların sonuçları,
9. Markanın sahibi firmaya ilişkin özellikler,

---

bu markanın davacı tarafından birlik ülkelerinde tanınmış marka statüsüne getirilip getirilmediğinin belirlenmesine bağlıdır. Bu durumda, mahkemece, davacı-karşılık davalının ilk defa ihdas ettiği markanın birçok ülkede tescilinin yapılması da dikkate alınarak "tanınmış marka" haline getirilip getirilmediğinin tespiti ile, elde edilecek sonuca uygun bir karar verilmesi gerekir." demek suretiyle tanınmışlık kriterlerine de değinmiştir.

<sup>230</sup> Resmi Marka Gazetesi, Özel Sayı, 1883 Tarihli Paris Sözleşmesi'ne Göre; Koruma Altına Alınan Emareler, Tanınmış Markalar, Kamu Kurumlarına Ait Damga, Mühür, Alamet Ve İşaretler, TPE, 22.07.1997, Ankara

10. Marka üzerinde kullanıldığı mal veya hizmetle özdeşleşip özdeşleşmediği,
11. Markayı taşıyan ürüne veya marka sahibi firmaya ilişkin olarak alınmış belgeler, ödüller,
12. Markayı taşıyan ürünlerin dağıtım kanalları ve söz konusu ürünlerin ithalat ve ihracat olanakları,
13. Eğer marka bir satışa konu olmuşsa, marka üzerinde kıymet takdiri yapılmışsa markanın parasal değeri,
14. Marka tescillerinin kapsadığı mal ve/veya hizmet portföyünün genişliği,
15. Marka halk nezdinde tanınan bir marka ise bu tanınmışlık düzeyini ne kadar süredir koruduğu,
16. Markanın tanınmışlığından ötürü, bu niteliğine yönelik tecavüz fiilleri,
17. Marka, üzerinde kullanıldığı mal veya hizmetin niteliği itibariyle veya potansiyel ve fiili kullanıcı kitlesinin niteliği itibariyle tecavüze açık olup olmadığı,
18. Yukarıda sayılanların ispatına yönelik olan veya bir markanın tanınmış olduğunun ispatına yönelik her türlü belgeyi dikkate almaktadır<sup>231</sup>.

Tanınmış markanın tespiti amacıyla uluslararası hukukta da bir takım düzenlemelere gidildiği görülmektedir. Bunlardan, Dünya Ticaret Örgütü Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) md. 16'da bir markanın tanınmış olup olmadığını belirlemek üzere bir kritere yer verilmiştir. Buna göre, bir markanın tanınmışlığı tespit edilirken, marka için yapılan promosyon ve bu promosyon neticesinde ulaşılan bilinirlik, tanınmış markanın tespitinde bir kriter olarak öngörülmüştür(md.16/2).

Snaî Mülkiyetin Korunmasına Dair Paris Birliği Meclisi ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) Genel Kurulu'nun hazırladığı, Tanınmış Markaların Korunmasının Sağlanması Hakkında Ortak Tavsiye metninde, üye ülkelerin yetkili makamlarına, bir

---

<sup>231</sup> Markaların tanınmışlık Düzeyleri ile İlgili Esaslar ve Uygulaması, [http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/marka\\_tanin\\_esas.pdf](http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/marka_tanin_esas.pdf) çevrimiçi: 03.05.2010

markanın tanınmış olup olmadığını belirlemek konusunda yol gösterecek bazı kriterler belirlenmiştir. Buna göre; yetkili makamların, hangi markanın tanınmış olduğunu belirlemesine yardımcı olacak özellikler şunlardır:

1. İlgili sektörde bilinirlik ya da tanınırlık derecesi,
2. Markanın, herhangi bir surette kullanım süresi, kullanımının boyutu ve kullanıldığı coğrafi alan,
3. Söz konusu markayı taşıyan mal veya hizmetlerin, fuar ya da sergilerde yapılan tanıtım ve reklâmları da dâhil olmak üzere, marka için yapılan promosyonun süresi, boyutu ve coğrafi alanı,
4. Markanın tanınmışlığının ya da kullanımının boyutunu yansıtacak, tescil ya da tescil başvurularının süresi ve coğrafi alanı,
5. Marka üzerindeki hakların, yetkili makamlarca markanın, özellikle tanınmış marka olarak kabulünü sağlayacak düzeyde, başarılı kullanımı,
6. Markanın değeri<sup>232</sup>.

Yine Ortak Tavsiye metninde yukarıda sayılan özelliklerin tanınmış markanın tanımına ulaşmak için ön şart olmadığı belirtilmiştir. Buna göre; somut olayın durumuna göre tanınmış markanın tanımı da değişecektir. Bazı durumlarda yukarıda sayılan tüm özellikler bulunurken, bazısında yalnızca bir kısmı bulunacak, hatta hiçbirisi bulunmayıp, yetkili makam tarafından bir markanın tanınmış olup olmadığına dair karar, ilave unsurlara binaen verilebilecektir. Öyle ki bu ilave unsurlar dahi tek başlarına olabileceği gibi, yukarıdaki unsurlardan bir ya da birkaçı ile birlikte de görülebilir<sup>233</sup>.

Görüldüğü gibi, Paris Birliği ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü de tanınmış marka için bir tanım vermekten kaçınmıştır. Bu kaçınmanın amacı, kanaatimizce, statik bir tanım vererek, tanınmış marka kavramıyla, marka hakkının ötesinde korunan menfaatleri sahibine sağlayan ama tanıma uymayan markaların bu korumadan mahrum kalmaları ihtimalinin

<sup>232</sup> Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Know Marks, Art. 2(1), [http://www.wipo.int/about-ip/en/development\\_iplaw/pub833-02.htm](http://www.wipo.int/about-ip/en/development_iplaw/pub833-02.htm), Çevrimiçi: 22.08.2005.

<sup>233</sup> Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Know Marks, Art. 2(1)/6(c).

önüne geçmektir. Bu yolla, markasını tanınmış hale getiren marka sahibinin çabasından, tanınmış bir markanın toplumda ulaştığı tanınmışlık ve güvenilirlik duygusundan, markanın şöhretinden ve promosyonlarından haksız olarak yararlanmak isteyenlerin önüne mutlak bir set çekilmek istenmiştir. Kötü niyetli kişilerin, ardına dolanabilecekleri sabit tanımlar yerine, bu şekilde genel, yardımcı unsurlar verilerek ve bu unsurlar sınırlı tutulmayarak, kalıplara uyan markaların tanınmış sayılıp korunması değil, tanınmış markanın sahibine sağlayacağı menfaatleri taşıyan markaların tanınmış sayılması amaçlanmıştır ki bu yaklaşımı uygun bulmaktayız.

Görüldüğü üzere yukarıda sayılan kıstasları yerine getiren markalar Türkiye’de tescilsiz dahi olsalar MarKHK’ nunda öngörülen korunma imkânlarından yararlanmaktadır.

### **3. Tescilsiz Markası Tecavüze Uğrayan Kişinin Özel Hukuka İlişkin Talepleri**

Marka olarak kullanılan ancak tescil edilmemiş işaretler MarKHK’da düzenlenen koruma imkânlarından yararlanamamaktadır. Buna karşın tescilsiz markalar TTK’ nunda haksız rekabet hükümleri uyarınca korunabilmektedir<sup>234</sup>. Bu konuda Yargıtay kararları da aynı doğrultudadır.

*“Marka, en geniş anlamda, gerçek veya tüzel kişinin mal veya hizmetlerini ayırmaya yarayan ayırt edici işaret olduğundan, markayı tescil ettirenin veya markayı tescilsiz kullananın tacir olması da zorunlu değildir.*

*Marka, tescilli ise tescil kapsamındaki ürün veya hizmetlerden; tescilsiz ise de tescilsiz kullanılan ürün ve hizmetten bağımsızdır. Dolayısıyla, geçerliliği de yine ürün ve hizmetten bağımsızdır.*

---

<sup>234</sup> Doğan Coşgun, İnternette Alan Adları ve Haksız Alan Adı Tescillerine Karşı Hukuksal Başvuru Yolları, yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003, sh. 113.

*Korunması da, şartları varsa, hem telif haklarıyla hem de tescilli olup olmamasına göre 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname veya 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 57/1-5. maddesine göre gerçekleşir.*<sup>235</sup>

Ticari hayatta haksız rekabetin en sık görülen biçimi iltibas yaratıcı eylemlerdir. Yargıtay HGK'na göre iltibas olgusunun varlık kazanması için aranan en önemli unsur başkalarının emek ve masraf yapmak suretiyle elde ettiği haklı şöhrete ortak olmak ve bu benzerlikten yararlanmak yollarını denemektir<sup>236</sup>. Alan adı yoluyla haksız rekabet fiili de, bu kapsamda değerlendirilmelidir.

TTK md 57/5 uyarınca;

- 1- Başkasının malları, iş ürünleri, faaliyeti veya ticaret işletmesiyle iltibaslar meydana getirmeye çalışmak veya buna müsait bulunan tedbirlere başvurmak.
- 2- Başkasının haklı olarak kullandığı ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtma vasıtalarıyla iltibasa (ayrıt edilemeyecek benzerliğe) meydan verebilecek surette ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtma vasıtaları kullanmak.
- 3- İltibasa meydan veren malları, bu durumu bilerek veya bilmeyerek satışa arz etmek veya şahsî ihtiyaçtan başka hangi sebeple olursa olsun elinde bulundurmak. Haksız rekabet teşkil etmektedir<sup>237</sup>.

Yukarıda genel unsurlarıyla açıklamaya çalıştığımız haksız rekabet eylemi nedeniyle, TTK md.58'de tanınan dava yollarına başvurulabilir<sup>238</sup>. TTK m.58/I hükmüne göre; "Haksız rekabet yüzünden müşterileri, kredisi, meslek itibarı, ticari işletmesi veya diğer iktisadi menfaatleri bakımından zarar gören veya böyle bir tehlikeye maruz bulunan kimse;

<sup>235</sup> Yargıtay HGK 2007/11-965 E, 2007/961K., [www.kazanci.com.tr](http://www.kazanci.com.tr)

<sup>236</sup> Yargıtay H. G. K. 20.4.1988-1988/879 E.-1998/358K sayılı kararı, İlhami Güneş, sh. 150

<sup>237</sup> İlhami Güneş, Uygulamada Fikri Mülkiyet Hukuku ve Haksız Rekabet Davaları, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2009, sh. 144.

<sup>238</sup> Tekin Memiş / Mustafa Can, Elektronik Ortamda Haksız Rekabet Halleri, Mevzuat Dergisi, Yıl: 2 Sayı: 81 Eylül 2004, <http://www.mevzuatdergisi.com/2004/09a/04.htm>, Çevrimiçi: 07.04.2010.



- a) Fiilin haksız olup olmadığının tespitini;
- b) Haksız rekabetin menini;
- c) Haksız rekabetin neticesi olan maddi durumun ortadan kaldırılmasını, haksız rekabet yanlış veya yanıltıcı beyanla yapılmışsa bu beyanların düzeltilmesini;
- d) Kusur varsa zarar ziyan tazmini;
- e) Borçlar Kanununun 49'uncu maddesinde gösterilen şartlar mevcutsa manevi tazminat verilmesini; isteyebilir."

Görüldüğü gibi, haksız rekabet sebebiyle hukuki sorumluluğu bulunan kişiye karşı açılacak davalar, haksız rekabet eylemini gerçekleştiren kişinin kusurlu olup olmamasına göre değişecektir. Haksız rekabet eylemini işleyen kişinin kusurunun bulunmasına gerek olmaksızın açılacak davalar tespit, men ve eski hale getirme davalarıdır. Maddi ve manevi tazminat davaları ise, haksız rekabet eylemini işleyen kişinin kusurunun bulunması halinde açılacaktır. Dava açma hakkına sahip olan kişi aynı zamanda ihtiyati tedbir talebinde de bulunabilir (TK m.63)<sup>239</sup>.

#### a. Haksız Rekabetin Tespiti

Tespit davaları bir hukuki ilişkinin var olup olmadığının saptanmasına ilişkin davlardır. Haksız rekabet nedeniyle açılacak olan tespit davası, haksız olduğu ve karşı tarafı zarara uğrattığı iddia edilen fiilin gerçekten de haksız olup olmadığının tespitini sağlamayı amaçlamaktadır (TK m.58/I-a)<sup>240</sup>.

Haksız rekabet nedeniyle açılacak olan tespit davası, HUMK m.368 ve devamında düzenlenmiş olan delil tespiti davasından tamamen farklıdır. Delil tespiti davası, delillerin kaybolmasını önlemek amacıyla açılan, tedbir niteliğinde ve kesin hüküm niteliğinde olmayan

<sup>239</sup> Murat **Oruç**, Haksız Rekabette Maddi Tazminat Davası, XII Levha, İstanbul, 2009, Sh. 60 vd.

<sup>240</sup> Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Fusun **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Ke ndigelen**, Mehmet **Helvacı**, N. 1314; İlhami **Güneş**, 168.

bir davadır. Haksız rekabet nedeni ile açılan tespit davası, temyiz süresi geçtikten veya Yargıtay'ca onanmasından sonra kesin hüküm teşkil eder. Ayrıca bu dava, hukuk usulündeki "eda davası açılabilirken tespit davası açılmayacağı" kuralının da bir istisnasını oluşturur. Gerçekten de, eski hale getirme ve tazminat davaları bir edâ davası niteliğinde olduklarından, söz konusu usul hukuku kuralı uygulanırsa artık bir tespit davası açılmaz. Ancak, kanun koyucu haksız rekabet ile ilgili olaylarda, bazen sadece rekabetin haksız olduğunun tespit ettirilmesinin yeterli olabileceğini ve ilgili rakibin bu tespitten sonra haksız rekabetten vazgeçebileceğini düşünmüştür<sup>241</sup>.

Tespit davasının konusu, hukuki ilişkinin var olup olmadığının belirlenmesi olacağından, tespit davasını açacak olan kimse haksız rekabeti meydana getirdiğini düşündüğü eylemi değil, bu eylem neticesinde haksız rekabetin gerçekleşmiş olduğunun tespitini talep etmelidir. Şunu da ifade edelim ki, TTK md. 58/I-a hükmüne göre, davacı sadece davalının hareketlerinin haksız rekabet olup olmadığının tespitini talep edilebilir. Haksız rekabet neticesinde oluşan zarar miktarının tespitini bu davada talep edemez. Haksız rekabet neticesinde oluşan zararın tespiti, ancak Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu'na göre açılacak bir tespit davasında talep edilebilir<sup>242</sup>.

Tescilsiz olarak kullandığı markası üçüncü kişilerce alan adı olarak alınıp, ticari amaçlarla kullanıldığı takdirde, marka sahibi, TTK md. 58/I-a hükmü uyarınca söz konusu alan adı tahsisinin haksız rekabet teşkil ettiğinin tespitini talep edebilecektir.

---

<sup>241</sup> Murat **Oruç**, sh. 61.

<sup>242</sup> Murat **Oruç**, sh. 61.

## b. Haksız Rekabetin Önlenmesi (Men'i)

Haksız rekabet tehlikesinin varlığı ya da haksız rekabetin devam ettiği veya tekrarlama tehlikesinin varlığında, söz konusu haksız rekabet eylemlerine son verilmesi, başka bir deyişle bunun sürdürülmesinin önlenmesi men davası ile sağlanır (TK m.58/I-b)<sup>243</sup>.

Haksız rekabetin önlenmesi davasının dinlenebilmesi için dava açıldığı sırada bir haksız rekabet eylemi işlenmek üzere veya işlenmekte olmalı ya da devam etmesi veya bir tecavüz ihtimalinin kuvvetle muhtemel olması gereklidir. Tecavüz ve tekrarlanma tehlikesinin varlığını kabul edebilmek için, yakın, ciddi ve somut bir tehlikenin bulunması gereklidir<sup>244</sup>.

Haksız rekabet eylemi devam ettiği sürece bu tehlike de devam edeceğinden, bu süre içinde zamanaşımı da işlemeyeceğinden açma hakkının zamanaşımına uğraması da söz konusu olmayacaktır.

Haksız rekabetin men davası, önleyici bir nitelik gösterir ve bu davanın açılabilmesi için haksız rekabet eylemini gerçekleştiren kişinin kusurlu olmasına gerek yoktur. Men davası, önleme karakterli bir dava olduğundan, uyuşmazlığı ileriye yönelik olarak çözer. Men davası bir eda davası olmakla beraber kendi içinde haksız rekabetin var olup olmadığının tespitini de içermektedir. Bununla birlikte, men davası sonunda verilen karar, içerisinde tespit davasından farklı olarak bir yapmama emri de barındırır ve icrai bir nitelik göstermektedir<sup>245</sup>.

---

<sup>243</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 294; Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Füsün **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**, N. 1315.

<sup>244</sup> Murat **Oruç**, sh. 63.

<sup>245</sup> Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Füsün **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**, N. 1316; Murat **Oruç**, sh. 64.

### c. Eski Hale İade

TK m.58/I-c'de düzenlenmiş olan bu dava, izale davası, düzeltme davası, ref ve tashih davası, eski hale getirme davası, haksız rekabet sonucu oluşan durumun ortadan kaldırılması davası gibi farklı isimlerle adlandırılmaktadır. Söz konusu hükme göre, açılacak olan dava ile haksız rekabeti ortaya çıkaran eylemden önceki durumun temin edilmesi talep edilir<sup>246</sup>.

Eski hale iade davasının açılabilmesi için, haksız rekabet failinin kusurlu olması gerekmediği gibi, haksız rekabet mağdurunun da zarar görmüş olması aranmaz. Haksız rekabet mağdurunun bu eylemler neticesinde zarar görme tehlikesinin bulunması davanın dinlenebilmesi için yeterlidir<sup>247</sup>.

Eski hale iade davasının asıl amacı, tekrar eden haksız rekabet eylemlerini engellemektir ve bu amacı gerçekleştirmek için de tecavüze sebep olan zararın kaynağına yönelir. Buna karşın, tazminat talebinde ise, denkleştirme düşüncesi ön plandadır. İki talep arasındaki en büyük fark ise, eski hale iade talebinde haksız rekabet failinin kusurlu olması gerekli değilken, tazminat talebinde bulunabilmek için failin kusurlu olması zorunludur (TK m.58/I-d).

### d. Maddi ve Manevi Tazminat

Haksız rekabet neticesinde, mağdur olan tarafın maddî veya manevî zararının ortaya çıkması halinde bunun tazmini, kusurlu failden istenebilir. Tazminat talebi için zarar ve kusurun varlığı gereklidir. Kusursuz sorumluluğun kabul edilmediği bu durumda, hafif kusur

---

<sup>246</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 294; İlhami **Güneş**, 169.

<sup>247</sup> Murat **Oruç**, sh. 65.

dahi davanın açılabilmesi için yeterli olup, kusurun ağırlığı hükmedilecek tazminatın miktarının belirlenmesinde önem taşımaktadır<sup>248</sup>.

Türk Ticaret Kanunu m. 58/I-d hükmüne göre, haksız rekabet eyleminde bulunan failin kusuru varsa, meydana gelen zarar ve ziyanın tazmini için aleyhine bir tazminat davası açılabilir. Haksız rekabet özünde bir haksız fiil olduğundan bu davanın açılabilmesi için haksız fiil halinde açılacak tazminat davası için aranan şartlar mevcut olmalıdır. Buna göre maddî tazminat davasının şartları; haksız rekabet, kusur, zarar ve illiyet bağıdır. Bu davayı haksız rekabet halinde açılabilen diğer davalardan ayıran en önemli unsur, kusur şartının varlığıdır<sup>249</sup>.

Türk Ticaret Kanunu m. 58/I-d hükmünde haksız rekabet neticesinde ortaya çıkan zarar ve ziyanın tazmin edileceğinden bahsetmekle beraber, bunun nasıl belirleneceğine ilişkin herhangi bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu nedenle Borçlar Kanunu md. 43'te belirtilen ilkeler, haksız rekabet halindeki tazminata uygulanır<sup>250</sup>. Ancak burada hâkim, Borçlar Kanunu m. 43'ten farklı olarak, failin haksız rekabet neticesinde elde etmesi muhtemel kârın karşılığına da hükmedebilecektir<sup>251</sup>.

Türk Ticaret Kanunu md. 58/I-e hükmüne göre, haksız rekabetin varlığı halinde şartları varsa Borçlar Kanunu md. 49' a göre manevi tazminat davası da açılabilir. Söz konusu hükme göre kişilik hakları hukuka aykırı şekilde tecavüze uğrayan kişi, uğradığı zarara karşılık manevi tazminat adı altında bir miktar paranın kendisine ödenmesini isteyebilir ve bu miktarı

<sup>248</sup> Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Fusun **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**, N. 1318; Mehmet **Özdamar** / İbrahim **Ermenek**, Haksız Rekabet Davaları ve Korunan Menfaat, FMR, C. 7 S. 2007/3 sh. 52.

<sup>249</sup> Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Fusun **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**, N. 1319; Mehmet **Özdamar** / İbrahim **Ermenek**, sh. 52.

<sup>250</sup> Yargıtay 11. HD. 25.05.1998 tarih, E. 1998/2026, K. 1998/3741 sayılı kararı: "Mahkemece, davacıya davalının haksız rekabeti nedeniyle uğradığı zararın nelerden ibaret olduğu açıklattırılmak, davalının bu haksız rekabeti gerçekleştirdiği yerin niteliği göz önünde bulundurulmak, TTK.nun 56. ve devamı maddeleri değerlendirilerek bilirkişi incelemesi yaptırılmak ve zararın tam olarak ispatının mümkün olmaması halinde de, BK.nun 42,43 maddeleri uyarınca makul bir tazminata hükmedilmek gerekirken; bir yıllık abonman bedelinin bir güne isabet eden bedelin tazminat olarak hükmedilmesi yerinde görülmemiş ve hükmün bozulması gerekmiştir." Konuyla ilgili Karar için bkz.; Mehmet **Özdamar** / İbrahim **Ermenek**, sh. 53.

<sup>251</sup> Mehmet **Özdamar** / İbrahim **Ermenek**, sh. 54.

hâkim tarafından belirlenir. Bunun için manevi tazminat için haksız rekabet fiili, bu rekabet neticesinde ortaya çıkan manevi zarar, failin kusuru ve illiyet bağı şartları aranacaktır<sup>252</sup>.

#### **4. Tescilsiz Marka Sahibinin Haksız Rekabet Halinde Açacağı Davanın Yargılama Hukukuna İlişkin Özellikleri**

##### **a. Davanın Tarafları**

Ticaret Kanunu'nda, haksız rekabet davasında taraf olabilecekler aşağıdaki gibidir;

1. Ekonomik çıkarları zarar görenler,
2. Zarar tehlikesiyle karşılaşabilecek müşteriler,
3. Ticaret ve sanayi odaları, esnaf odaları, borsalar,
4. Tüzüklerine göre üyelerinin ekonomik menfaatlerini korumaya yetkili bulunan diğer meslekî ve ekonomik birlikler,
5. Tüzüklerine göre tüketicilerin ekonomik menfaatlerini koruyan sivil toplum kuruluşlarıyla kamusal nitelikteki kurumlar da haksız rekabetin tespiti, önlenmesi ve ortadan kaldırılması konusundaki davaları açabilirler.

Aleyhine haksız rekabetten doğan davaların açılacağı kişiler ise; Ticaret Kanunu'nda sayılmıştır. Buna göre;

1. Haksız rekabette bulunan kişiler,
2. Haksız rekabet fiili müstahdemler tarafından gerçekleştirilmiş ise, onları istihdam edenler,
3. Eğer haksız rekabet fiili basın yolu ile gerçekleştirilmiş ise, basında görev yapanlar aleyhine haksız rekabetten doğan davalar açılacaktır<sup>253</sup>.

---

<sup>252</sup> Mehmet **Özdamar** / İbrahim **Ermeneek**, sh. 54; Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Fusun **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**, N. 1322.

## b. Zamanaşımı

Türk Ticaret Kanunu md. 62'ye göre haksız rekabet hukuk davaları, davayı açmaya hakkı olan tarafın bu hakkının varlığını öğrendiği andan itibaren bir yıl ve hakkın doğduğu andan itibaren üç yıl geçmekle zamanaşımına uğrar. Ancak Ceza Kanunları, haksız rekabetin suç teşkil ettiği hallerde daha uzun bir zamanaşımı süresi öngörmüşse o süre hukuk davaları bakımından da uygulanır<sup>254</sup>.

Haksız rekabet fiilinin devam etmesi halinde zamanaşımı süresi işlemeyecektir. Zira haksız rekabeti oluşturan fiil her gün tekrarlanıyorsa, meselâ iltibas yaratan bir alan adının kullanılmaya devam edilmesi halinde her gün yeni bir fiilin meydana geldiği ve bu nedenle zamanaşımı süresinin yeni baştan işlemeye başlayacağı kabul edilmelidir<sup>255</sup>.

Bununla birlikte haksız rekabete uğrayan tarafın uzun süre sessiz kalması halinde, bu durumun, zımnî olarak icazet verildiği ve haksız rekabetten doğan davaların düştüğü, aksine düşüncenin kötü niyetli olduğu şeklinde yorumlanması da mümkündür. Özellikle ticaret unvanı ve marka uygulamasında söz konusu durum ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla tescilli ve kullanılan unvan veya markanın aynının veya benzerinin kullanımına belirli bir süre ses çıkarılmaması ve sonradan dava açılmasının hakkın kötüye kullanımı teşkil edeceği kabul edilmektedir<sup>256</sup>.

---

<sup>253</sup> Hüseyin Ülgen / Ömer Teoman / N.Fusun Nomer / Arslan Kaya / Abuzer Kendigelen, Mehmet Helvacı, N. 1329.

<sup>254</sup> Reha Poroy/Hamdi Yasaman, sh. 293.

<sup>255</sup> Mehmet Özdamar / İbrahim Ermenek, sh. 61.

<sup>256</sup> Hüseyin Ülgen / Ömer Teoman / N.Fusun Nomer / Arslan Kaya / Abuzer Kendigelen, Mehmet Helvacı, N. 1343; Mehmet Özdamar / İbrahim Ermenek, sh. 61.

### c. Görevli ve Yetkili Mahkeme

Kural olarak, haksız rekabetten kaynaklanan davalar, genel hükümlere göre görevli Asliye Ticaret ve değerine göre Sulh mahkemelerde görülürler (HUMK 9. vd. maddeler). Dava, davalının ikametgâhında veya haksız rekabet, özünde bir haksız fiil olduğundan haksız rekabetin gerçekleştiği yer mahkemesinde açılabilir. Bu konudaki yetki kuralı kamu düzenini ilgilendirmez ve ilk itiraza tabidir<sup>257</sup>.

## II. BAŞKASINA AİT ALAN ADININ MARKA OLARAK TESCİLİ

İnternetin ortaya çıkıp yayılmasıyla birlikte, günlük yaşamımızda köklü değişiklikler olmuştur. Bu değişikliklerin başında, “sayısallaşma” (dijitalleşme) kavramının girmiş olması gelmektedir. Sayısallaşma, ticaret hayatına Küresel Ağ’ın sunduğu imkanları katmayı sağlamış ve dikey ilişkilerde yeni bir rekabet türü yaratmıştır. Bu rekabet, fiyat bakımından değil, fakat tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerin tasnifi ve tarifelenmesi üzerine dayalı bir rekabettir. Sayısallaşma, ortaya çıkardığı yenilikler ve yeni hak ihlali türleri ile fikri mülkiyet hukukunun uygulama tarzını da etkilemiştir<sup>258</sup>.

İnternet’in gelişip yaygınlaşması ile birlikte gün geçtikçe daha çok kullanıcıya hitap eden alan adları da ihlallere konu olmaya başlamıştır. Alan adı tahsis işlemi, prensip olarak alan adına marka statüsü sağlamamaktadır<sup>259</sup>. Eğer alan adı aynı zamanda marka olarak da tescil edilmişse korunmasının marka hukukuna göre sağlanacağına şüphe yoktur. Fakat piyasada kendine yer edinmiş bir alan adının, sahibi dışında bir üçüncü kişi tarafından marka tesciline konu olması halinde söz konusu işareti alan adı olarak alıp kullanan kişinin imkânları

<sup>257</sup> Hüseyin Ülgen / Ömer Teoman / N.Fusun Nomer / Arslan Kaya / Abuzer Kendigelen, Mehmet Helvacı, N. 1344 vd.; İlhami Güneş, 173.

<sup>258</sup> Olivier Bomsel, Gratuit! Du déploiement de l'économie numérique, Gallimard, 2007, sh. 155.

<sup>259</sup> Jon Postel, Domain Name System Structure and Delegation, RFC 1591, march 1994, <ftp://ftp.rfc-editor.org/in-notes/rfc1591.txt>, sh.6 çevrimiçi: 20.02.2008.



herhangi bir hukuki düzenlemeyle belirlenmemiştir<sup>260</sup>. Böyle bir durumda hukukun iyi niyetli alan adı sahibini korumasız bırakması düşünülemez. Bunun için öncelikle, aynı ve benzer işaretin hem alan adı, hem marka olması halini, daha sonra da alan adı sahibinin hak ve taleplerini incelemek yerinde olacaktır.

### A. Aynı veya Benzer İşaretlerin Hem Alan Adı Hem de Marka Olması

İnternetin yaygınlaşmasıyla beraber, alan adlarının ulaştığı yüksek ekonomik değer, onların da haksız kullanıma konu olmalarına sebep olmaya başlamıştır. Yetkili kuruluş tarafından tahsis edilmiş ve kullanılmakta olan bir alan adının aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzeri bir işaretin, üçüncü şahıslarca marka olarak tescili, alan adı sahibinin söz konusu alan adı altında gösterdiği faaliyetin neticesinde elde ettiği tanınmışlığın gaspı anlamına gelecektir. Bu durumda, aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzer işaret üzerinde iki ayrı kişinin hak sahibi olması söz konusu olacaktır.

Bir kişinin kendi adına tahsisli bir alan adını, ayırt edici olmak ve ret sebeplerinden birinin kapsamına girmemek kaydı ile marka olarak tescil ettirmesi mümkündür. Bir üçüncü şahıs da, yine aynı şartları yerine getirmek kaydıyla, başkasına ait bir alan adını kendi adına marka olarak tescil ettirebilir. Zira, söz konusu alan adı, MarKHK md. 7 hükmünde düzenlenen mutlak ret sebeplerinden birini taşııyorsa üçüncü kişilerce marka olarak tescili mümkündür<sup>261</sup>.

<sup>260</sup> Yvan Monelli, Droit de l'Internet (Chr.), JCP E 2000 no: 16, sh. 192

<sup>261</sup> “Davacı vekili, müvekkili şirketin İnternet üzerinden ticari yayın amacı ile 1997 yılında kurulduğu ve halen de “[www.ticaret.com.tr](http://www.ticaret.com.tr)” adresinde faaliyet gösterdiğini, davalının markalar dairesince ve itiraz üzerine de Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurulu’na, “ticaret net” markasının tescili taleplerinin 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname’nin 7/1-a, c, d bentleri hükümleri dayanak gösterilerek reddedildiğini, oysa tescili istenen markanın ayırt edici nitelik taşıdığını, piyasada tanınıp yerleştiğini ileri sürerek, marka tescil başvurusunun kabulü ile tesciline karar verilmesini talep ve dava etmiştir.

Davalı vekili, mahkemece marka tescil başvurusunun kabulü ile tescili yönünde karar verilemeyeceğini, başvurunun kabulü ve tescilin müvekkiline ait bir hak olduğunu, esasen müvekkilinin red kararının da yerinde olduğunu savunarak, davanın reddini istemiştir.

Mahkemece, iddia, savunma, toplanan kanıtlar ve benimsenen bilirkişi raporu doğrultusunda, “Ticaret” ve “net” kelimelerinin herkesçe kullanılan ibareler olduğu, birleşik yazılımının da ayırt edici nitelik kazandırmayacağı, 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname’nin 7/son maddesi hükmü koşullarının oluşmadığı, davalının red kararının doğru olduğu gerekçeleriyle, davanın reddine karar verilmiştir” **Yargıtay 11. HD, 2002/4924 E, 2002/9251 K.** (Yayınlanmamış karar)

## B. Alan Adı Sahibinin Hak ve Talepleri

Bir alan adı üçüncü kişilerce marka olarak tescil edildiği ya da tescil başvurusunda bulunulduğu takdirde, aynı işaret üzerinde iki ayrı kişi hak sahibi olacaktır ki, böyle bir tescilin alan adı sahibini zarara uğratacağı açıktır. Bu durumda alan adı sahibinin başvurabileceği hukuk yolları önem kazanmaktadır. Alan adının ve alan adı sahibinin korunmasına yönelik hukukumuzda özel bir düzenleme olmadığından alan adı sahibini hak ve yetkilerini değişik ihtimalleri nazara almak suretiyle inceleme zorunluluğu doğmaktadır<sup>262</sup>. Bu değerlendirmeyi alan adı sahibinin hukukun genel ilkelerinden doğan hak ve yetkileri ve marka hukukundan doğan hak ve yetkileri şeklinde iki grupta incelemek yerinde olacaktır.

### 1. Hukukun Genel İlkelerinden Doğan Hak ve Talepler

Bir alan adının tahsis edilmiş olması, teknik sebeplerden ötürü, aynı alan adının başka bir tahsise daha konu olmasına engel teşkil eder.<sup>263</sup> Alan adı, üçüncü kişilerce marka olarak tescil edilen kişinin hakları, hukukun genel ilkelerine göre korunabilir. Bu durumda korumanın kapsamı alan adının hukuki niteliğine göre değişiklik göstermektedir. Söz konusu alan adı ile ticari faaliyet gösterilip gösterilmemesine göre, alan adı sahibinin başvurabileceği hukuki yollar da değişiklik göstermektedir.

Üçüncü kişi tarafından marka olarak tescil edilen alan adı, ticari amaç gütsün veya gütmesin bir site için fiilen kullanılıyor ise, alan adı sahibi, ilk olarak isim hakkından doğan ve Medeni Kanun'un 26'ncı maddesinde düzenlenen korumadan yararlanabilir<sup>264</sup>. Bu korumadan sadece gerçek kişilerin adları değil tüzel kişilerin adları da yararlanır. Bu maddede ada yönelen hukuka aykırı saldırılara karşı başvurulmak üzere üç dava türü düzenlenmiştir. Bunlardan birincisi; adın ihtilafa sebebiyet vermesi halinde tespit davası, diğerleri ise adın

<sup>262</sup> Yvan Monelli, sh. 192

<sup>263</sup> Philippe de Gilliéron, sh. 64.

<sup>264</sup> Tekin Memiş, Alan İsimleri Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, sh 204.

gaspı halinde men davası ve önleme davasıdır. Böylece alan adı sahibi haksız kullanıma son verilmesini ve kusur halinde maddi ve manevi tazminat talep edebilir<sup>265</sup>.

Ticari amaçlarla kullanılmakta olan bir alan adı söz konusu ise, alan adı sahibi, sonraki markaya karşı, Ticaret Kanunu'nda düzenlenen haksız rekabetin önlenmesi ile ilgili düzenlemelerden de yararlanabilir<sup>266</sup>. Haksız rekabet, rakiplere karşı işlenen bir haksız fiil olarak tanımlanabilir<sup>267</sup>. Haksız rekabet hükümleri, Medeni Kanun'un 2'nci maddesinde düzenlenen hakkın kötüye kullanılmasının özel bir görünümüdür. Zira söz konusu haksız rekabetle ilgili düzenlemeler, var olan rekabet etme hakkının sınırlarını çizmektedir. Böylece dürüstlüğü ve ticari ahlakı hâkim kılmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte, haksız rekabet teşkil eden eylemin faili ile bundan zarar gören kişinin mutlaka rakip olmaları zorunlu değildir. Zira bir kişi doğrudan rakibi olmayan diğer bir kişiye karşı da haksız rekabet hükümlerine aykırı davranabilir<sup>268</sup>. Bu bağlamda TTK md. 56'daki düzenleme, herkese karşı ileri sürülebilen mutlak bir hak olarak kabul edilmiş ve mutlak ticari işletme ile ilgili olması aranmamıştır<sup>269</sup>.

Başlıca haksız rekabet halleri TTK md 57'de on bent halinde sayılmıştır. Bu sayım sınırlı değildir. Bununla birlikte madde metninde hemen hemen bütün haksız rekabet halleri öngörülmüştür<sup>270</sup>.

<sup>265</sup> Jale G. **Akipek**, Turgut **Akıntürk**, sh. 450 vd.

<sup>266</sup> Ünal **Tekinalp**, Fikri Mülkiyet Hukuku, § 1. No 86; Hukukumuzda haksız rekabetle ilgili düzenlemeler, kaynağını Borçlar Kanunu'nun 48'nci maddesindeki; "Yanlış ilanlar yahut hüsnüniyet kaidelerine mugayir sair hareketler ile müşterileri tenakus eden yahut bunları gaip etmek korkusuna maruz olan kimse bu fiillere hitam verilmesi için faili aleyhinde dava ikame ve failin hatası vukuunda sebebiyet verdiği zararın tazminini talep edebilir." hükmünden almaktadır. 1956'da kabul edilen yürürlükteki Ticaret Kanunu'ndan sonra dahi bu maddenin kaldırılmamasındaki amaç BK md. 48'in ticari olmayan haksız rekabet hallerine uygulanacağıının öngörülmesiydi. Fakat, aslında TTK md. 56 her türlü rekabeti kapsamaktadır. Ayrıntı için bkz. Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 281.

<sup>267</sup> Sabih **Arkan**, Haksız Rekabet – Gelişmeler – Sorunlar, Batider, Aralık 2004, C. XXII sayı 4, sh. 5; haksız rekabetin tanımı TTK md. 56'da şöyle düzenlenmiştir; "Haksız rekabet, aldatıcı hareket veya hüsnüniyet kaidelerine aykırı sair suretlerle iktisadi rekabetin her türlü suiistimalidir."

<sup>268</sup>ERCÜMENT **ERDEM**, Rekabet Hukuku ve Haksız Rekabet İlişkisi, Prof. Dr. Ömer Teoman'a 55. Yaş Günü Armağanı, Beta, İstanbul, 2002, C.I, sh. 383.

<sup>269</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 281

<sup>270</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 282.

Üçüncü bir şahıs tarafından marka olarak tescil ettirilen alan adının sahibi, Ticaret Kanununun 57'nci maddesinin beşinci bendinde düzenlenen iltibas halinden yararlanabilecektir. Bu hüküm haksız rekabetin en önemli hükümlerinden birisidir. İş mahsulleri ve ticari işletme ile olduğu gibi, unvan, marka ve diğer adlar bakımından da koruma sağlamaktadır<sup>271</sup>.

İltibas, bir kişinin, başkasının emtiası, iş mahsulleri, faaliyeti veya ticari işletmesi ile benzerlik yaratarak karışıklığa ve yanılmaya sebep olmaktır<sup>272</sup>. Piyasada yer edinmiş ve belli bir tanınmışlığa erişmiş bir web sitesinin adını kullanarak söz konusu sitenin tanınmışlığından ve site üzerinde faaliyet gösteren kişinin emeğinden haksız olarak yararlanmak isteyen sonraki marka sahibi bu madde gereğince engellenebilecektir. Bilinen bir alan adının aynısını veya fark edilmeyecek kadar benzer şeklini marka olarak kullanarak tüketicileri yanıltmak mümkündür. Bu durumda, iltibas halinin varlığını belirlemek için orta düzeydeki tüketiciler nazara alınmalıdır<sup>273</sup>.

Aynı işaret, aynı zamanda hem marka hem de alan adı olarak farklı kişilerce kullanılabilir. Birbirleri ile iltibas yaratmadıkları müddetçe bu tarz bir kullanım haklı sayılabilir. Buna karşın, alan adı ve markanın kullanılmasında hakkın suiistimali varsa ve iltibas meydana geliyorsa önce tescil yaptırana öncelik tanımak gerekmektedir<sup>274</sup>. Böyle bir durumda haksız rekabete ilişkin açılacak davalar TTK md. 58'de düzenlenmiştir. Bunlar, haksız rekabetin tespiti davası, haksız önlenmesi veya durdurulması davası, haksız rekabetten önceki halin iadesi için düzeltme veya giderme davasıdır<sup>275</sup>. Bununla birlikte, haksız rekabet hükümlerinin yanında, gerektiğinde, MK. Md. 24 ve md. 25 hükümlerine de dayanmak ve bunlardan faydalanmak mümkündür<sup>276</sup>.

Haksız rekabete ilişkin hükümler bundan önceki bölümde, ayrıntılı bir şekilde incelendiğinden bu bölümde bunlardan sadece bahsetmekle yetinmekteyiz.

<sup>271</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 286.

<sup>272</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 286.

<sup>273</sup> Bkz. Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 287;

<sup>274</sup> Bkz. Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 289.

<sup>275</sup> Sami **Karahan**, Haksız Rekabet Davalarında Dava Zamanaşımaları ve Sessiz Kalma Nedeniyle Hakkın Kaybedilmesi İlkesi, Prof. Dr. Hayri Domaniç'e 80'inci Yaş Günü Armağanı, Beta, İstanbul, 2001, sh. 293 vd.

<sup>276</sup> Tekin **Memiş**, Alan İsimleri Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, sh 210.

## 2. Marka Hukukundan Doğan Hak ve Talepler

Alan adı bir üçüncü şahıs tarafından marka olarak tescil ettirilen alan adı sahibinin haklarının korunması için Marka Hukuku'nda iki temel imkân bulunmaktadır. Bunlardan ilki, söz konusu markadan tescil aşamasında haberdar olunması halinde marka tesciline itiraz yolu diğeri de tescil edilmiş markalara karşı başvurulabilecek hükümsüzlük davasıdır.

### a. Marka Tesciline İtiraz

Marka başvuruları, TPE tarafından markalar bülteninde yayımlanmasını müteakiben üç ay boyunca itiraz askısında bulunmaktadır. Bu süre boyunca ilgili kişiler yapılmış marka tescil başvurularına karşı, mutlak ya da nisbi ret sebeplerinden bir ya da birkaçının olduğu ya da marka tescilinin kötü niyetle yapıldığı yönünde itirazda bulunabilirler<sup>277</sup>.

Eğer bir alan adı sahibi, ayırt edici niteliği haiz olmak kaydı ile, alan adını kendi adına marka olarak da tescil ettirmiş ya da tescil başvurusunda bulunmuş ise, üçüncü kişilerin aynı veya benzer bir işareti aynı veya benzer mal ve hizmet sınıfları için marka olarak tescil ettirmesine karşı marka hukukundan doğan koruma imkanlarını kullanarak engel olabilecektir (Mar.KHK md. 7/1). Bununla birlikte, eğer söz konusu marka ile iltibas ihtimali olduğu hallerde önceki markanın sahibi sonraki markanın farklı mal ve hizmet sınıfları için dahi tesciline engel olabilir (Mar. KHK md. 8 f.2/b)<sup>278</sup>.

Söz konusu alan adı Türkiye'de marka olarak tescil edilmemiş olmakla beraber, başka bir ülkede kullanma yolu ile ya da tescille marka niteliğini kazanmış ve Paris Sözleşmesinin 2'nci mükerrer 6'ncı maddesinde düzenlenen tanınmış marka haline gelmiş ise tanınmış

---

<sup>277</sup> Ünal **Tekinalp**, Fikri Mülkiyet Hukuku, § 24. No 26.

<sup>278</sup> Bkz. Philippe **Gilliéron**, sh.66 vd.; Ünal **Tekinalp**, Fikri Mülkiyet Hukuku, § 1 No. 87.

markalara tanınan istisnai korumadan da yararlanarak sonraki markanın tesciline itiraz imkanı bulunmaktadır (MarKHK md. 7/g)<sup>279</sup>.

Bir işaret üzerinde marka olarak tescil başvurusundan veya rüçhan hakkından önce başkası lehine doğmuş bir hak var ise bu kişi söz konusu işaretin marka olarak tesciline MarKHK md. 8/3 uyarınca itiraz edebilir. Burada söz konusu olan tescilsiz kullanılan bir marka veya ticaret hayatında kullanılan bir başka işarettir. Alan adı da bu kapsamda değerlendirilir. Böylece alan adının markasal kullanımı alan adı sahibine, aynı işaretin başkası tarafından marka olarak tesciline itiraz imkânı sağlamaktadır<sup>280</sup>.

### **b. Hükümsüzlük Davası**

Marka üzerinde hak iddia eden kişinin, başvurunun yayını sürecinden haberinin olmaması ya da yayına itirazının reddedilerek markanın tescil edilmesi halinde yetkili mahkeme kanalıyla markanın hükümsüzlüğüne karar verilmesini isteyebilir<sup>281</sup>.

Hükümsüzlük davası, geçmişe etkili olarak marka hakkının ortadan kalkması sonucunu doğuran bozucu yenilik doğuran bir davadır<sup>282</sup>.

Markanın hükümsüzlüğünün istenebileceği haller MarKHK md. 42'de sayılmıştır. Buna göre; mutlak veya nisbi ret sebeplerinden birinin mevcut olması, markanın kullanılmaması, markanın mal ve hizmetler için yaygın bir ad haline gelmesi, markanın teknik yönetmeliğe aykırı kullanılması hallerinden birinin var olması halinde söz konusu marka tescilinden dolayı zarar görenler, MarKHK md 43 uyarınca markanın hükümsüzlüğünü talep edebilirler<sup>283</sup>.

---

<sup>279</sup> Bkz. Hamdi **Yasaman**, Paris Anlaşması Anlamında Tanınmış Markalar, sh3001 vd

<sup>280</sup> **Yasaman**, Marka Hukuku, C. I sh. 405 vd.

<sup>281</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 444.

<sup>282</sup> **Yasaman**/Yusufoğlu, C. II, sh 849.

<sup>283</sup> Reha **Poroy**/Hamdi **Yasaman**, sh. 444; Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Füsun **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**,no: 1250..

Alan adı sahibi, alan adının aynı ya da iltibas yaratacak düzeyde benzerinin bir başkası tarafından marka olarak tescil edildiğini öğrendiği takdirde KHK md. 42/2, uyarınca, nisbi ret sebeplerin varlığı gerekçesiyle hükümsüzlük davası açabilecektir<sup>284</sup>.

Bir alan adının, üçüncü şahıslarca marka olarak tescili halinde böyle bir ihtilaf karşısında Fransız Hukuku'nda benimsenen çözüm ise Mans Asliye Hukuk Mahkemesi'nin 1999 yılında verdiği bir kararla yeknesaklaşmıştır<sup>285</sup>. Bu kararla Fransız Hukuku'nda ilk defa önceki alan adı sonraki markaya karşı ileri sürülebilecek bir hak olarak değerlendirilmiştir. Bu aynı zamanda alan adının hukuki niteliğinin Fransız Hukuku'nda ayırt edici işaret olarak benimsenmesi konusunda belirleyici olmuştur<sup>286</sup>.

Söz konusu olayda, SFDI şirketi 3 Temmuz 1996'da [www.oceanet.fr](http://www.oceanet.fr) alan adının tahsisini talep eder ve Temmuz ayı ortasında da bilişim teknolojileri alanında faaliyet gösteren web sitesini bu ad altında faaliyete geçirir<sup>287</sup>. Microcaz şirketi ise 31 Temmuz 1996'da Océanet işaretini işletme adı olarak tescil ettirir. 2 Eylül 1996'da ise, 9,35 ve 38'inci sınıflar için Océanet sözcüğünü yarı şekilsel bir işaret olarak bilgisayar terminalleri yolu ile iletişim hizmetleri vermek üzere kendi adına marka olarak tescil ettirir. Bu sayede [www.oceanet.tm.fr](http://www.oceanet.tm.fr) alan adının kendi adına tahsisini sağlar<sup>288</sup>. SFDI şirketi, 11 Eylül 1996'da [www.oceanet.fr](http://www.oceanet.fr) alan adı altında faaliyet göstermek üzere Océanet firmasını kurar ve 17 Eylül 1996'da da océanet sözcüğünü 35, 38, 41, 42'nci sınıflarda marka olarak tescil eder. Bunun üzerine Microcaz, Océanet markası ve [www.oceanet.fr](http://www.oceanet.fr) alan adının kendi adına tescilli océanet yarı şekilsel markası ve yine kendi adına tahsisli [www.oceanet.tm.fr](http://www.oceanet.tm.fr) alan adının taklidi olduğu iddiası ile Mans Asliye Hukuk Mahkemesi'ne SFDI aleyhine dava açar<sup>289</sup>. Mahkeme, öncelikle, Microcaz'a ait océanet markası ve alan adının taklit edildiğini kabul etmiştir. Ancak, Mahkeme, océanet kelimesi SFDI tarafından Microcaz'ın işletme adı olarak tecilinden

---

<sup>284</sup> Hüseyin **Ülgen** / Ömer **Teoman** / N.Fusun **Nomer** / Arslan **Kaya** / Abuzer **Kendigelen**, Mehmet **Helvacı**,no:1255.

<sup>285</sup> Microcaz / Oceanet ve SFDI, TGI Mans, 29 juin 1999, Expertises, Avril, 2000, sh. 117 vd.

<sup>286</sup> Stéphan **Vital-Durant**, Conflit Entre Le Nom de Domaine et Marque : Premier exploité, premier protégé, Expertises, Avril 2000, sh. 107; Cédric **Manara**, A Propos du Caractère des Noms de Domaine, Recueil Dalloz, Chaiier Droit des Affaires, 6 janvier 2000, No: 1/6966, sh. V.

<sup>287</sup> Microcaz / Oceanet ve SFDI, TGI Mans, 29 juin 1999.

<sup>288</sup> Microcaz / Oceanet ve SFDI, TGI Mans, 29 juin 1999.

<sup>289</sup> Microcaz / Oceanet ve SFDI, TGI Mans, 29 juin 1999.

daha önceden beri alan adı olarak kullanıldığı için, bu durumun Microcaz'ın aynı isimle site açmasına engel olacağına hükmetmiştir. Bununla birlikte, Mahkeme, her ne kadar hileli bir durum olmasa da Microcaz'ın océanet kelimesini marka olarak tescilini de Fransız Fikri Mülkiyet Kanunu'nun, tescil engellerini düzenleyen L.711-4'ncü maddesine aykırı bulmuştur. Zira söz konusu madde, önceden doğmuş bir hakkı ihlal eden işaretler marka olarak tescil edilemez hükmünü içermektedir. Önceden doğmuş haklardan kasıt; diğer bir marka, eserden doğan haklar, ticaret unvanı, işletme adı, coğrafi işaretler gibi haklardır. Bu sayım tahdidi değildir. Mans Asliye Hukuk Mahkemesi, alan adından doğan hakkı, bu hükümde belirtilen önceden doğmuş haklar kapsamında değerlendirerek davacı Microcaz'ın markasının hükümsüzlüğüne ve maddi tazminat ödemesine hükmetmiştir<sup>290</sup>. Bu ve bundan sonra benzeri ihtilafların çözümünde verilen kararlarda Fransız yargıçlarının, alan adını, şirketler için marka portföyü kadar önemli, maddi değeri haiz bir gayri maddi mal varlığı olarak değerlendirdikleri ve alan adı korumasını bu temel üzerine yapılandırdıkları anlaşılmaktadır<sup>291</sup>.

Hükümsüzlük davası, davalının ikametgâhındaki ihtisas mahkemesinde açılmalıdır. Söz konusu dava için zamanaşımı süresi öngörülmemiştir. Dolayısıyla marka tescilli olduğu sürece her zaman açılabilir. Ancak bu dava, markanın tescilinden itibaren 5 yıllık hak düşürücü süreye tabidir. Markanın tescilinde kötü niyet varsa hükümsüzlük davası süreye tabii değildir<sup>292</sup>.

### III. ALAN ADI VE MARKA UYUŞMAZLIKLARININ ÇÖZÜMÜNDE ALTERNATİF YOLLAR

Hakkı ihlal olunan kişilerin haklarını adli yollarla aramaları esastır. Ancak marka ve alan adı uyumsuzluklarında hakkı ihlal edilen kişiler, haklarını adli yollarla arayabilecekleri

<sup>290</sup> Stéphan Vital-Durant, sh 108.

<sup>291</sup> Cyril Fabre, De l'Anteriorité d'un Nom de Domaine sur une Marque, Expertises, janvier, 2001, sh. 30.

<sup>292</sup> Hüseyin Ülgen / Ömer Teoman / N.Fusun Nomer / Arslan Kaya / Abuzer Kendigelen, Mehmet Helvacı, no:1264.



gibi bunun dışında kurulmuş olan alternatif uyuşmazlık çözüm yollarına da başvurma imkânına sahiptirler. Bu, hak aramak için gayet etkin bir yoldur. Alternatif uyuşmazlık çözüm yolları, tarafsız bir üçüncü kişinin, uyuşmazlığı çözümlmek hususunda yardımcı olmak ve uyuşmazlığın çözümlenmesine katkıda bulunduğu, devlet mahkemelerinde yürütülen dava yolunun yanında işleyen, seçimlik nitelikteki "uyuşmazlık çözüm yolları" olarak tanımlanabilir<sup>293</sup>. Alternatif uyuşmazlık çözüm yolları uluslar arası ve ulusal olmak üzere iki kategoride toplanmaktadır. Uluslar arası boyutta Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü bünyesinde bulunan ve ICANN tarafından kabul edilen Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikaları'nı (UDRP) uygulayan Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi bulunmaktadır. Ulusal boyutta ise birçok ülke kendi alan adı uzayı ".tr" Alan Adı Uzayı bakımından ise Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması öngörülmektedir. Fakat bu mekanizma henüz faal değildir.

#### **A. Alan Adı Marka Uyuşmazlıklarında Alternatif Çözüm Yollarının Hukuki Niteliği**

Uygulamaya konulduğu 1999 yılından itibaren yoğun bir şekilde kullanılan Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikaları (UDRP), kötü niyetle tahsis ettirilmiş alan adlarının nakli veya iptali imkânını sağlayarak, cybersquatting'e karşı etkin ve hızlı bir mücadele yolu sunmaktadır<sup>294</sup>. Her ne kadar ismi "Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Tahkim ve Dostane Arabuluculuk Merkezi" olsa da WIPO nezdindeki yargılama ve yargılama sonucu verilen kararların niteliğinin tahkim yargılaması ve kararı olup olmadığı incelenmelidir<sup>295</sup>.

Tahkim, bir uyuşmazlığın hakemler eliyle çözülmesidir. Hukukumuzda, ihtiyari ve mecburi olmak üzere iki tür tahkim öngörülmüştür. Zorunlu tahkim, özel kanun hükümlerine tabi olması sebebi ile istisnaidir. Zira kanunda zorunlu tahkim öngörüldüğü hallerde olağan yargı yollarına başvurma imkânı kalmamakta, özel kanun hükümlerinin öngördüğü düzenlemeler uygulanmaktadır. İhtiyari tahkim ise; Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu'nun

<sup>293</sup> İbrahim Özbay, Alternatif Uyuşmazlık Çözüm Yöntemleri, EÜHFD, C. X, S. 2006/3-4, sh.459.

<sup>294</sup> Frédéric Glaize, UDRP: Une Décision Rendue par le Centre d'Arbitrage et de Mediation de l'OMPI Est-elle une Sentence Arbitrale?, RLDI, No1, Janvier 2005, sh.13

<sup>295</sup> Christophe Caron, La Procédure UDRP Ne Rime Pas Avec Arbitrage, Com. Comm. Elect. Mars 2005 Commentaires No. 38, sh.32.

(HUMK) 516-536'ncı maddeleri arasında düzenlenmiş olup, tarafların aralarında çıkmış veya çıkabilecek bir hukuki uyuşmazlığın çözümünü sağlamak amacıyla anlaşarak gidebilecekleri bir yoldur(HUMK md. 516). Bu anlaşma, uyuşmazlık çıktıktan sonra yapılacak bağımsız bir tahkim sözleşmesi ile olabileceği gibi, uyuşmazlık çıkmadan önce tarafların aralarındaki hukuki ilişkiyi düzenleyen borç sözleşmesine koyacakları bir tahkim şartı ile de olabilir<sup>296</sup>.

Tarafların tahkime gitme konusundaki anlaşmaları, ister özel bir tahkim sözleşmesi, ister bir tahkim şartı ile olsun, bu anlaşmanın geçerliliği için taraflar arasında maddi hukuka ilişkin bir asıl sözleşmenin varlığı zorunludur<sup>297</sup>.

Görüldüğü gibi, tahkimde temel ilişki, taraflar arasındaki mevcut veya gelecekte doğması muhtemel uyuşmazlığın çözümü için hakeme başvurma konusunda anlaşma sağlanmasıdır, aksi halde tahkim cereyan etmez (HUMK md. 518)<sup>298</sup>. Buna karşın, WIPO Tahkim ve Dostane Arabuluculuk Merkezi'nin yetkisi, uyuşmazlığın tarafların sözlü veya yazılı bir anlaşmasına değil, servis sağlayıcı ile alan adı sahibi arasında akdedilen alan adı tahsis sözleşmesine dayanmaktadır. Bu sözleşme iltihaki bir sözleşme olup, alan adı tahsisini talep eden kişinin bu şarta itiraz etme hakkı yoktur.<sup>299</sup>

Uyuşmazlığın taraflar için tahkime gitme zorunluluğu yoktur. İhtiyari tahkim, resmi yargıya karşı istisnai nitelikte bir yargı yoludur<sup>300</sup>. Buna göre tahkimin verdiği karar yetkili mahkeme kalemine tevdi edilerek, bu yolla taraflara tebliği sağlanır (HUMK md. 532). Tebliğden sonra, süresi içinde, taraflardan biri temyiz yoluna başvurmazsa, hakem kararı mahkeme başkanı veya hâkimin onayı ile şekli anlamda kesinleşir. Temyiz yoluna başvurulmuş ise, Yargıtay'ın onama kararı ile hakem kararı, şekli anlamda kesinleşir ve icra edilebilir hale gelir(HUMK md. 536)<sup>301</sup>. Buna karşın UDRP uyarınca verilen kararların icrası için böyle bir usul öngörülmediği gibi, bu kararlar Usul Hukuku anlamında kesin hüküm

<sup>296</sup> Ziya **Akıncı**, Milletlerarası Tahkim, Seçkin, 2. Baskı 2007, İstanbul, sh. 36; M. Serhat **Sarısözen**, Medeni Usul Hukuku'nda Hakem Yargılaması, Kazancı İstanbul, 2005, sh.21.

<sup>297</sup> Ziya **Akıncı**, age. Sh 36; M. Serhat **Sarısözen**, sh.22.

<sup>298</sup> Ziya **Akıncı**, age. Sh 36; Âlim **Taşkın**, Hakem Sözleşmesi, 2. bası, Turhan Kitabevi, Ankara 2005, sh. 6 vd

<sup>299</sup> Frédéric **Glaize**, sh.13.

<sup>300</sup> Ziya **Akıncı**, age. Sh 36; Âlim **Taşkın**, sh. 4 vd.

<sup>301</sup> Ziya **Akıncı**, age. Sh 36; M. Serhat **Sarısözen**, sh. 94.

teşkil etmezler<sup>302</sup>. Bu bağlamda UDRP uyarınca çözülen bir ihtilaf, resmi mahkemeler önüne getirilebilir ve verilmiş olan karar mahkemeyi bağlamaz.

Bu nedenle, UDRP hükümleri uyarınca yargılama yapan kuruluşları, her ne kadar isimleri tahkim de olsa, nitelikleri ve verdikleri kararlar itibari ile hukuki anlamda tahkim olarak değerlendirmek mümkün değildir. Bu sistem, Alan Adları Sistemi (DNS) yönetimi kapsamında daha çok idari bir mekanizmadır ve bazı hallerde hızlı ve etkin çözümler sunmaktadır. Bu bağlamda UDRP ve RUDRP uyarınca verilen kararları mevcut kurum ve sistemlerden birine dâhil etmek yersizdir. Bu uluslararası boyutta, pratik, hızlı ve oldukça başarılı, sui generis bir uyuşmazlık çözüm usulüdür<sup>303</sup>.

## **B. ICANN'in Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası'nın (UDRP) Genel Esasları**

ICANN'in Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası'nın (UDRP) genel esaslarını derinlemesine incelemek için öncelikle bu alternatif usulün gelişim sürecini ve ardından da temel ilkelerini incelemek yerinde olacaktır.

### **1. ICANN'in Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası'nın (UDRP) Oluşum Süreci ve Uygulama Alanı**

İnternet'in hızla gelişip yaygınlaşması ile birlikte, alan adı ve marka ihtilafları konusunda İnternet'in hızına yetişemeyen adli yolların doğasından kaynaklanan yavaşlık ve zorluklar karşısında, bu yola alternatif olabilecek uluslararası ve hızlı bir yol bulunması zorunluluğu doğmuştur<sup>304</sup>.

---

<sup>302</sup> Christophe Caron, sh. 32.

<sup>303</sup> Bkz. Christophe Caron, sh. 32.

<sup>304</sup> Patrice de Candé, Conflit noms de domaine-marques : Premières décisions de jurisprudence UDRP, Recueil Dalloz Sirey, n° 35, 12/10/2000, Sh. 537vd.

Bu sebeple, 1999 yılı sonuna kadar üst düzey alan adı (TLD) dağıtımını konusunda tek yetkili organ olan NSI (Network Solutions, Inc) tarafından 1995 yılı Haziran NSI Domain Name Dispute Policy yürürlüğe konulmuştur. Buna göre, bir marka sahibi, markasının bir başkası tarafından domain name olarak tescil ettirilmesi karşısında, marka tescil belgesi ile birlikte tescili yapan kuruma başvurup, alan adının kullanılmasını engelleyebiliyordu. Bu uygulama 31 Aralık 1999 tarihine kadar yürürlükte kalmıştır<sup>305</sup>.

NSI'nin görevini devralarak en yüksek İnternet İdare Organı olan ICANN 26 Ağustos 1999'da Şili'de yaptığı toplantıda yeni tahkim kurallarının 31 Aralık 1999 tarihinden itibaren yürürlüğe girmesini kararlaştırmıştır<sup>306</sup>. Bu çerçevede ICANN Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP)<sup>307</sup> ve bununla ilgili usul kuralları Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (RUDRP)<sup>308</sup>, aynı tarihte, 31 Aralık 1999 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası (UDRP) ve Uygulama Kuralları (RUDRP) ile oluşturulan sistemin uygulama yeri olan Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi, her ne kadar tahkim ifadesini kullansa da hukuki bakımdan tahkimden farklıdır. Bu tahkim usulünün klasik tahkimden ayrıldığı en önemli hususlardan birisi, bu tahkim usulünün alan adının tescili esnasında kabulünün zorunlu olmasıdır. Bir nevi genel işlem şartlarında olduğu gibi sözleşme ancak bu şartların kabulü ile meydana gelmektedir. Sözleşmede atıf yapılsa da bu şartlar eklenmemektedir. Bu halde tescil talebinde bulunan, bu şartların içeriğinden haberdar olmasa bile, ihtilaf halinde ICANN tahkim usulü kurallarına göre ihtilafın halli yoluna gidilebilmektedir<sup>309</sup>.

Bu tahkim usulünde göze çarpan diğer bir önemli husus ise, normal tahkim usulüne oranla çok daha ucuz olması ve ortalama 40-45 gün gibi kısa bir sürede ihtilafların çözüme kavuşturulmasıdır. Bu usulün bir özelliği de, yargılama sonunda alan adının devri ya da

---

<sup>305</sup> Savaş **Bozbel**, sh 57; Mert **Yaşar**, sh.629 vd.

<sup>306</sup> <http://www.icann.org/en/udrp/udrp-schedule.htm>

<sup>307</sup> <http://www.icann.org/udrp/udrp-policy-24oct99.htm> (Çevrimiçi: 15.10.2009).

<sup>308</sup> <http://icann.org/udrp/udrp-rules-24oct99.htm> (Çevrimiçi: 15.10.2009).

<sup>309</sup> Savaş **Bozbel**, age. sh 58; Mert **Yaşar**, sh.629 vd.

iptaline karar verilmesi halinde bu kararı, adına tahsisli olduğu kişi değil, alan adı tahsisini gerçekleştiren kuruluşun icra edecek olmasıdır<sup>310</sup>.

Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası (UDRP), ICANN tarafından akredite olmuş tüm .com, .net ve .org uzantılı alan adı tahsis kuruluşlarınca<sup>311</sup> ve bazı ulusal alan adı (ccTLDs) tahsis kuruluşlarınca (örneğin: .nu, .tv, .ws) kabul edilmiştir. Bu uzantılı alan adları ile ortaya çıkacak marka uyuşmazlıklarında UDRP uygulanabilecektir<sup>312</sup>.

Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası'nın uygulamasını sağlamak amacıyla Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası (Uygulama) Kuralları, (Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy / RUDRP) kabul edilmiştir<sup>313</sup>.

Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası uyarınca uyuşmazlıklar dört tahkim merkezinden biri önüne getirilebilir. ICANN tarafından akredite olunmuş tahkim merkezleri şunlardır;

- 1) 28 Şubat 2002 tarihinde faaliyete başlamış olan ve Pekin, Hong Kong ve Seul'de olmak üzere üç ofisle hizmet vermekte olan Asya Alan Adı Uyuşmazlık Merkezi (Asian Domain Name Dispute Resolution Centre / ADNDRC)
- 2) 23 Aralık 1999 tarihinde kabul edilmiş olan ve ABD'de faaliyet gösteren Ulusal Tahkim Forumu (The National Arbitration Forum NAF)
- 3) 1 Aralık 1999 tarihinde kabul edilmiş olan ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü nezdinde faaliyet gösteren Tahkim ve Arbuluculuk Merkezi (World Intellectual Property Organization Arbitration and Mediation Center)

---

<sup>310</sup> Savaş **Bozbel**, Domain Names (İnternet Alan Adları) ve ICANN-Tahkim Usulü, Temmuz 2002, [http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/domain\\_names.htm#\\_ftn27](http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/domain_names.htm#_ftn27), (Çevrimiçi: 15.10.2009)

<sup>311</sup> ICANN tarafından akredite olunmuş tahsis kuruluşlarının tam listesi için Bkz. <http://www.icann.org/en/registrars/accredited-list.html> (Çevrimiçi: 15.10.2009).

<sup>312</sup> <http://www.icann.org/en/udrp/udrp-policy-24oct99.htm> (Çevrimiçi: 15.10.2009).

<sup>313</sup> Bkz. <http://www.icann.org/en/dndr/udrp/uni-form-rules-24oct99-en.htm> (Çevrimiçi: 15.10.2009).

4) 23 Ocak 2008 tarihinde kabul edilmiş olan Çek Tahkim Mahkemesi (The Czech Arbitration Court / CAC).

Yukarıda sayılan tahkim merkezleri UDRP ilkelerini RUDRP uyarınca uygulamaya yetkilidirler<sup>314</sup>. Daha önce uyuşmazlık çözüm hizmeti vermek için yetkilendirilmiş olan, Uluslararası Uyuşmazlık Önleme ve Çözüm Enstitüsü (CPR / International Institute for Conflict Prevention and Resolution) ve eResolution adlı organizasyonların bu yetkileri 5 Mart 2007 tarihi itibarıyla kaldırılmıştır<sup>315</sup>.

## 2. ICANN'in Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası'nın (UDRP) Temel İlkeleri

ICANN Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikası, hukuki bir metinden çok ICANN tarafından alan adı sahiplerine karşı yapılan bir beyanname şeklinde kaleme alınmıştır. Sadece 9 maddeden meydana gelen UDRP'nin uyuşmazlıkların çözümü bakımından özünü 4. madde hükmü oluşturmaktadır.

UDRP uyarınca yürütülen yargılamalarda uyuşmazlıklar UDRP'nin 4'üncü maddesinin (a) bendinde sayılan üç başlık altında incelenerek karar verilir. Bunlar şöyle özetlenebilir<sup>316</sup>;

1) Dava konusu alan adının, davacının markası ile aynı veya iltibas yaratacak kadar benzer olup olmadığı,

2) Alan adı sahibinin söz konusu ad üzerinde meşru bir menfaatinin bulunup bulunmadığı,

<sup>314</sup> Bkz. <http://www.icann.org/en/dndr/udrp/approved-providers.htm> (Çevrimiçi: 15.10.2009).

<sup>315</sup> Bkz. <http://www.icann.org/en/dndr/udrp/former-providers.htm> (Çevrimiçi: 15.10.2009).

<sup>316</sup> Robert A. Badgley, Domain Name Disputes, Aspen Law & Business, New York, §5.02, Sh. 5-5 vd, Gautier Kaufman, sh. 176 vd.

- 3) Son olarak, alan adının suiniyetle alınıp alınmadığıdır.

Yukarıda sayılan temel ilkelerden anlaşılacağı gibi UDRP usulü markaların alan adlarına karşı korunmasını amaçlamaktadır. Bu usule ancak marka sahipleri, markalarından sonra tahsis edilmiş aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzer alan adlarına karşı başvurabilmektedirler.

### **C. ICANN Tahkim Kararları Işığında UDRP uygulaması Alan Adı ve Marka İhtilaflarının Çözümü**

#### **1. Alan Adının Başkasının Markası ile Aynı veya Benzer Olması**

UDRP’de bahsedilen ve alan adı, marka uyumsuzluklarında aranan şatlardan birisi olan alan adının önceki marka ile aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzer olması hali, klasik marka hukukundaki iltibas halinden farklıdır. Marka hukukunda, karışıklığa neden olacak derecede benzerlik için her iki markanın da aynı ülkede, aynı ya da benzer mal veya hizmetler için kullanılması gerekmektedir<sup>317</sup>. UDRP uygulaması bakımından ise marka ve alan adının aynılığı ve benzerliğinin nasıl anlaşılacağıın ayrı ayrı incelenmesi yerinde olacaktır.

---

<sup>317</sup> Her iki tarafın da eğitim-öğretim faaliyeti vermeleri nedeniyle daha çok öğrenciye sahip olma noktasında aralarında rekabet bulunduğu belirgindir. Birinin vakıf üniversitesi, diğerinin şirket olması bu ticari olguyu değiştirmeyecektir. TTK.nun 57/1-5 anlamında davacının, üzerinde öncelik hakkı bulunan "A..." ibaresinin davalı yanca ticari unvan olarak tescili; aynı ibarenin aynı hizmetler için her iki tarafça da kullanılması nedeniyle, iltibas gerçekleşmiştir. Tarafların işaret ve hizmetlerinin aynı olmasının tüketicideki etkisi, davalının "A..." ibaresi ile başlayan ticari unvanı nedeniyle davacı üniversitesinin davalı şirkete ait olabileceğini veya tersine davalının okul ve üniversitelerinin de davacıya ait olabileceği düşüncesinin ortaya çıkması şeklinde gerçekleşebilecektir. Bkz. Yargıtay HGK, E. 2007/11-965, K. 2007/961, T. 12.12.2007, Kazancı veritabanı: [www.kazanci.com.tr](http://www.kazanci.com.tr)

### c. Marka ve Alan Adının Aynı Olması

Bir alan adının, marka ile aynı ya da iltibas yaratacak kadar benzer olup olmadığı değerlendirilirken sadece ikinci düzey alt alan adı dikkate alınmaktadır. Teknik şartlar nedeniyle mecburen alan adında bulunan uzantılar bu değerlendirmenin dışında tutulmaktadır. Ikea firmasının “ikea.ro” alan adının kendisine transfer edilmesi talebi ile açtığı davada hakem Beatrice Onica Jarka, uyuşmazlık konusu alan adının, davacının tescilli markasının aynısı olup sonundaki .ro uzantısı bu aynılığı bozmadığına, fakat sadece söz konusu markayı Romanya alan adı uzayına bağlamakta olduğuna hükmetmiştir<sup>318</sup>. Yine aynı şekilde alan adlarında baş harflerde büyük harf kullanılmaması, kelimeler arasındaki nokta, tire ya da alt tire gibi noktalama işaretlerinin de marka ile alan adı arasındaki benzerlik araştırmasında dikkate alınmayacağı kabul edilmektedir<sup>319</sup>.

Marka ile alan adının birebir aynı olması halinde, karışıklığa neden olma ihtimali bulunmasa dahi, md. 4’te düzenlenen aynılık şartının gerçekleştiği kabul edilmektedir. UDRP hükümleri uyarınca yapılan bir yargılamada hakem, marka ile alan adı arasındaki benzerliğin belirlenmesi için yalnızca alan adı ile markayı karşılaştırmakla yetinir, tarafların faaliyet alanları, sundukları mal ya da hizmetleri ya da coğrafi sahaları dikkate alınmamaktadır<sup>320</sup>. Buna göre, UDRP hükümleri uyarınca yapılacak değerlendirmede yalnızca alan adı ile markanın karşılaştırılması ile yetinilmekte, buna karşın markalar hukukunun temelinde yatan mal ya da hizmetlerin menşei hususunda karışıklığa neden olup olmadığı hakkında bir araştırmaya gidilmemektedir<sup>321</sup>.

UDRP’nin tatbik edildiği pek çok davada, davacının markasının korumaya değer nitelikte olmayan jenerik ve tasviri nitelikte olması ve davacının tasviri nitelikteki markanın

---

<sup>318</sup> Inter-IKEA Systems B.V. v. SC Agis International Sport S.R.L., Case No. DRO2006-0001.

<sup>319</sup> Robert **Badgley**, §,6.07(A), s. 6-26

<sup>320</sup> Robert **Badgley**, §,6.08, s. 6-40; WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DTV2001-0003, April 5, 2001, eMedicine.com v. Lim, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/dtv2001-0003.doc>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>321</sup> Robert **Badgley**, §,6.08, s. 6-41



ikinci bir anlam elde ettiğini ispatlayamaması durumunda davanın reddine karar verilmektedir<sup>322</sup>.

#### **d. Marka ve Alan Adının Karıştırılacak Kadar Benzer Olması**

UDRP uyarınca verilen “[www.awesomekids.net](http://www.awesomekids.net)” kararında hakem, karıştırılma ihtimali yaratacak düzeyde benzerlik kavramını “*Asıl önemli olan, alan adının, markaya ilişkin mal ya da hizmetlere aşına olan sıradan bir İnternet kullanıcısının alan adı ile marka arasındaki görsel veya işitsel benzerlik nedeni ile markanın sahibi ya da lisans hakkı sahibi ile alan adı ile sunulan web sitesi arasında irtibat kurulmasıdır*<sup>323</sup>” şeklinde tarif etmiştir. Bu tanım, UDRP kapsamında yapılan yargılamalarda, hakemlerin uyuşmazlık konusu marka ile alan adı arasında görsel, işitsel ve kavramsal benzerlik bulunup bulunmadığını incelemek suretiyle karıştırılma ihtimaline nasıl karar vermesi gerektiğini açıklamaktadır<sup>324</sup>.

Buna karşın, çeşitli hakem kararlarında, mal ya da hizmetler arasındaki benzerlik, marka ve alan adı arasında karıştırılma ihtimalinin varlığının desteklenmesine yardımcı bir unsur olarak kabul edilmiştir<sup>325</sup>.

Özellikle İngilizce gibi kelimelerin yazılışı ve okunuşu farklı olan dillerde, bazı cybersquatter’lar popüler markalara çok benzer şekilde yazılan alan adları kullanmak suretiyle İnternet kullanıcılarının dikkatsizliğinden yararlanmaktadırlar. Girmek istediği sitenin adını yanlış yazan kullanıcıların cybersquatter tarafından tahsis ettirilen web sitesine girmesi ile marka hakkı sahibinin ve internet kullanıcılarının hakları zarara uğramaktadır. UDRP

<sup>322</sup> National Arbitration Forum Decision, FA96320, Canned Foods v. Ultra Search, <http://domains.adrforum.com/domains/decisions/96320.htm>, February 13, 2001, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>323</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2001-0210, April 16, 2001, Awesome Kids v. Selavy Communications, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0210.doc>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>324</sup> Robert Badgley, §.6.07(A), s. 6-28

<sup>325</sup> National Arbitration Forum Decision, FA94640, Spectrum Quality Products v. Spectrum Chemicals, <http://domains.adrforum.com/domains/decisions/94640.htm>, June, 1, 2000, Çevrimiçi: 17.10.2009.

hükümleri uyarınca bu durum marka ile karışıklığa neden olacak derecede benzerlik olarak değerlendirilmektedir<sup>326</sup>.

Günümüzde, Latin alfabesinin noktalı harfleri veya Latin alfabesi dışındaki alfabeler kullanılmak suretiyle alan adı tescili mümkün olduğundan, aynı ibarenin farkı alfabelerle yazılışları da benzerlik açısından önem taşımaktadır. Örneğin, Hong Kong Trade Development Council v. Ting davasında davalının Çince yazı karakterli “貿發網.com” alan adı, davacının “tdctrade.com” markası ile karışıklığa neden olacak derecede benzer kabul edilmiştir<sup>327</sup>.

Başkalarına ait birden çok markanın alan adı içerisinde kullanılması da uygulamada karşılaşılan uyuşmazlık türlerindedir. Bu durumda, yine marka hakkının ihlal edildiğini düşünen kişiler ister iç hukuk, ister tahkim yoluna başvurabilir. Ancak, bu hallerde kararın etkisi, alan adında tek markanın kullanıldığı hallerdeki kadar kesin değildir. Örneğin, UDRP kuralları uyarınca yargılama yapan National Arbitration Forum (Amerikan Ulusal Tahkim Forumu) bu tarz bir uyuşmazlıkta, uyuşmazlık konusu alan adların davacıya transferine karar vermiştir. Bu davada, dava konusu alan adları şunlardır; “[www.aol-msn.com](http://www.aol-msn.com)” “[www.microsoft-aol.com](http://www.microsoft-aol.com)” “[www.aol-microsoft.com](http://www.aol-microsoft.com)” “[www.aol-sony.com](http://www.aol-sony.com)”. Davacı ise “AOL” ve “AOL.COM” markalarının sahibi olan America Online firmasıdır. İnceleme sonunda hakem, alan adları ile davacının markaları arasında karıştırılma ihtimali olduğuna ve UDRP md 4 uyarınca marka hakkının ihlaline hükmetmiş ve alan adlarını davacıya transferine karar vermiştir<sup>328</sup>. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, transferine karar verilen alan adlarının her biri aynı anda iki markaya tecavüz etmektedir. Ancak davacı bunlardan sadece biri üzerinde hak sahibidir. Kısaca, alan adları kendisine transfer edildiğinde kendisi de aslında diğer markaya karşı mütecaviz durumuna gelmektedir. Bu halde verilen

---

<sup>326</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-0548, Microsoft v. Microsoft.com, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0548.html>, July 21, 2000, Çevrimiçi: 17.10.2009; Robert **Badgley**, §,6.08, s. 6-50

<sup>327</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2001-0098, Hong Kong Trade Development Council v. Ting, Tiffany, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0098.doc>, May 3, 2001, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>328</sup> National Arbitration Forum Decision, America Online, Inc. v. David Nasi, Claim Number: FA0111000102525 February 1, 2002, <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/102525.htm>, çevrimiçi: 10.08.2007

kararın hakkaniyeti tartışmalıdır<sup>329</sup>. “Espace-Sony” davasında Paris istinaf mahkemesinin de uygun bulduğu asliye hukuk mahkemesinin, kararı emsal alınabilir. Zira o kararda “espace-sony.com” alan adı Sony firmasına transfer edilirken “alifax-espace-sony.com” alan adının iptaline karar verilmişti. Ancak bu şekilde bir iptal kararı da aslında yargıdan beklenen kesinliği sağlamaktan uzaktır. Bir alan adı tahsisi iptal edildiği zaman söz konusu alan adı serbest hale gelmektedir. Serbest hale gelmiş bir alan adı da talep halinde tekrar tahsise konu olabilir. Dolayısıyla hem üçüncü şahıslar, hem de söz konusu alan adının eski sahibi aynı alan adını alabilir<sup>330</sup>.

## **2. Alan Adı Sahibinin Alan Adı Üzerinde Meşru Bir Hak ya da Menfaatinin Olmaması**

UDRP hükümlerine göre bir alan adı ile aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzer bir marka üzerinde hak sahibi olduğunu ispat eden davacı taraf, ikinci olarak, davalının uyuşmazlık konusu alan adı üzerinde meşru bir menfaatinin bulunmadığını kanıtlamalıdır<sup>331</sup>.

Alan adı sahibinin söz konusu ad üzerinde meşru bir menfaatinin bulunup bulunmadığının değerlendirilmesini kolaylaştırmak için UDRP md. 4 (c) hükmünde üç kıstas öngörülmüştür. Bunlar;

- 1) Tahkim usulüne başvurulduğu kendisine bildirilmeden önce alan adı sahibinin, alan adı veya ona benzer bir adı bir mal veya hizmet arzı için kullanmak veya kullanma amacıyla iyi niyetli bir şekilde birtakım hazırlıklar yapmış olması,

---

<sup>329</sup> Cédric **Manara**, Que faire d'un nom de domaine combinant plusieurs marques dont les propriétaires sont différents?, Recueil Dalloz, 2002, Sommaires commentés, sh. 1549.

<sup>330</sup> Cédric **Manara**, D. 2002, sh. 1549

<sup>331</sup> UDRP md. 4(a)ii

2) Alan adı sahibinin, ister bireysel amaçla, ister iş ya da bir organizasyon için olsun, bir marka veya benzeri işareti tescil ettirmemiş olmasına rağmen, alan adıyla tanınmış olması veya

3) Alan adının, tüketicileri yanıltarak ticari kazanç elde etmek veya uyuşmazlık konusu markanın değerini azaltmak amacı gütmeksizin, ticari amaç gütmeksizin veya dürüstçe kullanılması

Bu sayılan hususlar tahdidi değildir<sup>332</sup>. Birçok husus değerlendirme konusu olabilmektedir. Önemli olan alan adı sahibinin o alan adını almakta haklı olduğu intibamı uyandırmasıdır. Örneğin; “tarkan.com” kararında, davacı taraf aksini kanıtlayamadığı için davalının “tarkan, eşimin ölen köpeğinin adıdır” beyanı hakem tarafından meşru menfaat kabul edilmiştir<sup>333</sup>.

Uyuşmazlık konusu marka sahibi, alan adının meşru bir menfaat olmaksızın tahsis edildiğini ispat ederken, alan adı sahibi de bunun aksini ispat ederek uyuşmazlığın lehine sonuçlanmasını sağlayabilecektir.

#### a. Alan Adı Sahibinin Yapabileceği Savunmalar

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı üzere; UDRP kurallarına göre ihtilafli alan adı sahibi, alan adı üzerinde hak, iddia eden tarafça söz konusu alan adı üzerinde meşru bir hak ya da menfaatinin olmadığı kanıtlanıncaya kadar alan adını muhafaza edebilmektedir.

<sup>332</sup> Savaş **Bozbel**, Domain Names (İnternet Alan Adları) ve ICANN-Tahkim Usulü, Prof.Dr. Ömer Teoman’a 55’inci Yaş Günü Armağanı, C.I, 2002, Beta, İstanbul, sh. 233.

<sup>333</sup> WIPO, Administrative Panel Decision, D2002-0278, Tarkan Tevetoglu and H.I.T.T. Muzik Produksiyon Tanıtım Turizm Sanayi Ve Dis Ticaret Ltd.Sti, v. Deep.Net, Corp., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0278.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009; Ayrıca bkz. Savaş **Bozbel**, İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Korunmasında ICANN Tahkim Usulü, sh.96 vd.

Alan adı sahibinin meşru bir hak ya da menfaatinin olmadığı kanıtlanması kolay değildir. Bu sorun UDRP uygulamasında başkasına ait alan adı üzerinde hak sahibi olduğunu iddia eden tarafın, alan adı sahibinin UDRP md. 4 (c) anlamında hiçbir hak ve meşru menfaate dayanmadığını iddia etmek suretiyle ispat külfetini karşı tarafa geçirerek çözümlenmektedir<sup>334</sup>. Bu durumda alan adı sahibi, uyuşmazlık konusu alan adı üzerinde meşru bir menfaatinin olduğunu ispata mecbur olmaktadır.

Alan adı sahibinin meşru hak ya da menfaatini ispata yarayacak savunma imkânlarından birincisi; alan adını oluşturan kelime, terim ya da ifadenin bir kişiye tahsis edilemez olmasıdır. Bilindiği üzere tanımlayıcı, nitelik belirten kelime, terim ya da ifadeler marka olarak tescil edilemezler. Bu bakımdan UDRP uyarınca verilmiş emsal niteliğindeki kararlarda eğer alan adı sahibi, marka sahibinin markasından yararlanmak maksadı olmaksızın alan adındaki nitelik bildiren kelime ya da ifadenin bu jenerik özelliğinden yararlanmak amacıyla ise, alan adı üzerinde meşru bir menfaati olduğu kabul edilir<sup>335</sup>. Sonuç olarak sözlükten seçilecek herhangi bir kelime ya da ifadeden oluşan bir alan adının internet üzerinden mal ve hizmet arzı için meşru bir yol olduğu genel kabul gören bir durumdur. Fakat alan adı sahibi, bu kelime ya da ifadeyi üçüncü şahısların markaları ile iltibas yaratmak amacıyla değil, bir cins isim ya da nitelik belirten bir ifade olduğu için kullanılmalıdır<sup>336</sup>.

İkinci bir yol olarak, alan adı sahibinin herkese karşı ileri sürebileceği bir öncelik hakkının olması öngörülmektedir. Zira bir marka ile aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzer bir alan adı mevcutsa ve alan adı marka tescilinden önce tahsis edilmiş ise kötü niyetli bir tescilden bahsedilemez. Alan adı sahibinin tahsis sırasında mevcut olmayan bir markayı bilmesi beklenemez. Bu öncelik alan adı sahibine UDRP hükümleri uyarınca da alan adını

---

<sup>334</sup> Emmanuel **Gillet**, Noms de Domaine et Sites Parking (1ère partie), Domainesinfo, 10.03.2009, <http://www.domainesinfo.fr/chronique/243/emmanuel-gillet-noms-de-domaine-et-sites-parking-1ere-partie.php>, Çevrimiçi: 17.10.2009

<sup>335</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1253, Intuit Inc. v. Salvia Corporation, October 15, 2008 [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1253.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1253.doc), Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>336</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0233, Kooks Custom Headers, Inc. v. Global DNS, LLC, April 4, 2008, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/.../d2008-0233.html](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/.../d2008-0233.html), Çevrimiçi: 17.10.2009, WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1253, Intuit Inc. v. Salvia Corporation, October 15, 2008 [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1253.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1253.doc), Çevrimiçi: 17.10.2009.

yedinde tutması için meşru hak ve menfaat tanımaktadır. Bu durum [www.tamarind.com](http://www.tamarind.com) kararıyla da somutlaşmıştır. 1995 yılında söz konusu alan adını alan kişi daha sonra tescil edilen “tamaind” markası dolayısıyla, uzun süre alan adını fiilen kullanmadığı ve hatta karar tarihinde ticari sitelere link vermek suretiyle domain parking (naming) yapıldığı tespit edilmiş olsa bile kötü niyetli tahsis sayılmayacağından ötürü alan adını transferi talebi reddedilmiştir<sup>337</sup>.

### **b. Domain Parking ya da Pasif Site Halinde Meşru Menfaatin Tespiti**

Domain parking, e-posta ya da web sitesi şeklinde bir hizmet sunma amacı güdülmeksizin, ileride ortaya çıkabilecek olası cybersquatting vakıalarını önlemek amacıyla bir alan adının alınması olarak tanımlanmaktadır<sup>338</sup>.

Domain parking, ticari amaçla yapılabileceği gibi, hiçbir ticari amaç güdülmeksizin de yapılabilir. Ticari amaç güdülmeksizin yapılan domain parking’de site açıldığı zaman genellikle “bu site yapım aşamasındadır” ya da “ yakında hizmetinizde” gibi söz konusu sitenin yakında faaliyete geçeceği mesajı verilmektedir. Buna karşın ticari amaçla yapılan domain parking’de alınan site açıldığı zaman ise başka sitelere linkler ya da reklam bantları görülmektedir. Uygulamada, domain parking halindeki sitenin sahibi, sayfasına gelip linklerden birine tıklamak suretiyle sayfada referans verilen sitelerden birine girdiği takdirde para kazanmaktadır. Birçok internet servis sağlayıcı domain parking’e mani olmamaktadır<sup>339</sup>.

Domain parking’in meşru olup olmadığı konusunda azınlık görüşü; “*bir alan adının başka sitelere link vermek amacıyla kullanılması, sitenin fiilen mal ve hizmet arzı için kullanılmaması sebebi ile gerçek anlamda bir ticari faaliyet sayılmayacağı için domain parking yapan alan adı sahibine o alan adı üzerinde meşru hak sağlamamalıdır*” şeklinde

---

<sup>337</sup> National Arbitration Forum Decision, FA 1128992, *TamarindArt LLC v. Last Mile Research, LLC*, March 3, 2008, <http://domains.adrforum.com/domains/decisions/1128992.htm>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>338</sup> Bkz. Emmanuel Gillet, Noms de Domaine et Sites Parking (1ère partie).

<sup>339</sup> Emmanuel Gillet, Noms de Domaine et Sites Parking (1ère partie).

özetlenebilir<sup>340</sup>. Buna karşın, UDRP uyarınca verilmiş birçok kararda “siteye yerleştirilen sponsorlu linkler vasıtasıyla gelir elde eden bir sitenin md 4(a) (ii) anlamında meşru olduğuna hükmedilmesiyle aksi görüş benimsenmiştir<sup>341</sup>.

Ticari sitelere link sağlamak suretiyle sitesinde Domain Naming yaptığı için alan adını haksız yere kullandığına karar verilmesi muhtemel alan adı sahibi bu alan adı üzerinde bir hakkı ya da meşru bir menfaati bulunduğunu kanıtlamak için üç şekilde hareket edebilir. Bunlardan birincisi; alan adının aslında bir cins isim ya da herkese açık bir terim olduğunu iddia etmek, ikincisi; alan adının ihtilaf konusu markadan önce tahsis edildiğini iddia etmek, üçüncüsü de; asıl sitenin gerçekte yapım aşamasında olduğu ve sadece bu yapım süreci için ticari sitelere link verildiğini, dolayısıyla Domain Naming’in geçici bir durum olduğunu iddia etmektir<sup>342</sup>.

Uyuşmazlık konusu alan adının kullanılmıyorsa olması (Pasif Site) ya da sitenin yapım halinde olması da alan adı sahibinin meşru menfaatini ispata yarar yollardan biri sayılabilir. Teknik olarak, bir alan adından ancak bir tane olabilir ve alan adı, web sitesinden önce tahsis edilir. Bir web sitesi ancak ve ancak alan adı tahsisinden sonra faaliyete geçebilir. Dolayısıyla bir alan adı, web sitesi kurulmak suretiyle kamuya açılmasından çok daha önceden itibaren var olabilir. Bir sitenin kamuya açılacak düzeyde hazır hale gelinceye kadar alan adı sahibinin geçici olarak ticari sitelere link vermesi kabul edilen bir durumdur<sup>343</sup>.

WIPO Tahkim Divanı’nın D2008-0127 sayılı [www.hurriyet.net](http://www.hurriyet.net) kararında belirtildiği üzere bir sitenin hazır hale gelebilmesi için gerekli unsurların toplanması (pul koleksiyonculuğu (philatélie / philately) üzerine bir site) birkaç sene sürebilir ve bu süreç

---

<sup>340</sup> National Arbitration Forum Decision, FA 1124299, Solstice Marketing Corporation v. GreenTree Hosting, LLC., February 8, 2008, <http://domains.adrforum.com/domains/decisions/1124299.htm>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>341</sup> Bu yönde benzer kararlar için bkz. WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1263, *Grundfos A/S v. Bridge Port Enterprises Limited*, November 25, 2008, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/.../d2008-1263.html](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/.../d2008-1263.html), Çevrimiçi: 17.10.2009; WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DRO2008-0012, *Burger King Corporation v. Burger King S.R.L.*, September 15, 2008, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/dro2008-0012.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>342</sup> Emmanuel **Gillet**, Noms de Domaine et Sites Parking (1ère partie).

<sup>343</sup> Emmanuel **Gillet**, Noms de Domaine et Sites Parking (1ère partie).

içinde sitenin ticari amaçlı olarak başka sitelere link vermesi halinde, domain naming alan adı sahibinin asli amacı değil fakat gerçek site hayata geçinceye kadar olan süreçte siteyi ulaşılabilir şekilde saklamanın kolay bir yolu olarak değerlendirilir<sup>344</sup>. Bu durumda alan adı sahibi, sitenin yapım aşamasında olduğunu ve tamamlandığında UDRP ilkeleri ile uyumlu bir kullanımın sağlanacağını ispatla mükelleftir<sup>345</sup>. Öte yandan, bir alan adının gelecekteki muhtemel meşru kullanımı, mevcut durumdaki kötü niyetli kullanımını meşrulaştırmamaktadır<sup>346</sup>.

### c. Üçüncü Şahısların Adları Alan Adı Olarak Tahsis Edildiğinde Meşru Menfaatin Tespiti

UDRP uyarınca alan adına karşı girişilen süreçte UDRP md. 4 c hükmü alan adı sahiplerinin alan adlarını, alan adı üzerindeki meşru menfaatlerini kanıtlamak suretiyle savunmaları için imkân sağlamaktadır.

Ünlü birisinin isminin bir başkası tarafından alan adı olarak alındığı ya da alan adı içinde kullanıldığı durumlarda alan adı sahibinin hangi hallerde meşru menfaat sahibi sayılacağı da bu maddeye göre belirlenecektir. Bu durum ortaya iki ihtimal çıkarmaktadır. Ya alan adı sahibi, hayranı olduğu kişi onuruna “fan site” diye adlandırılan bir site hazırlamıştır ya da söz konusu alan adının tahsisi ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilmektedir<sup>347</sup>.

---

<sup>344</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0127, *Hurriyet Gazetecilik Ve Matbaacilik A.S. v. Infomed*, March 30, 2008,

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0127.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>345</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0928, *Mediastay contre M. A.*, 12 août 2008, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0928.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>346</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1474, *Serta Inc. v. C. D.*, November 20, 2008, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1474.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1474.doc), Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>347</sup> Emmanuel Gillet, *Droits et Intérêts Légitimes du Titulaire du Nom de Célébrité*, Domainesinfo, 25.08.2009, <http://www.domainesinfo.fr/chronique/268/emmanuel-gillet-droits-et-interets-legitimes-du-titulaire-du-nom-de-domaine-de-celebrite.php>, Çevrimiçi: 17.10.2009.



Bazı hallerde ünlü bir kişinin isminin, başkası tarafından alan adı olarak alınması ya da alan adı içinde kullanılması meşru sayılmaktadır. Bunun için söz konusu sitenin ilk olarak ticari amaç gütmüyor olması gerekmektedir. Site üzerinde ticari faaliyet yürütülüyor olması UDRP md 4 (c) i anlamında iyi niyetle bağdaşmayan bir durumdur. Sonuç olarak site içeriğinin ticari olmayan bilgilerle sınırlı olması gerekmektedir ki, bu durum sitenin ilgili kişi ile doğrudan bağlantısı olmadığı gerçeğini yansıtacağından aynı zamanda iltibas ihtimalini de ortadan kaldıracaktır<sup>348</sup>.

İkinci olarak ünlü bir kişinin isminin, başkasına ait alan adı olarak ya da alan adı içinde kullanılması bazı hallerde ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilmek suretiyle alan adı sahibinin meşru menfaati olduğu kabul edilebilir. Bu durumda da sitenin iyi niyetle kullanılması gerekmektedir. Böyle bir sitede ilgili kişi hakkında karikatür, eleştiri ya da fıkralar bulunması cybersquatting olarak değerlendirilmemelidir<sup>349</sup>.

Aynı ad üzerinde birden fazla kişinin meşru menfaati bulunması da mümkündür. Böyle durumlarda her iki taraf da uyuşmazlık konusu alan adı üzerinde meşru menfaati olduğunu kanıtlarsa, alan adı tahsisindeki ana kural olan “önce gelen alır” kuralı uygulanacak ve alan adı sahibinde kalacaktır.

Uyuşmazlık konusu alan adı üzerinde birden çok kişinin hak sahibi olduğu durumlara bir örnek de “[www.tarkan.com](http://www.tarkan.com)” kararıdır. Şarkıcı Tarkan Tevetoğlu ve H.I.T.T. Müzik Ltd Şti, “TARKAN” isminin TPE nezdinde 03, 14, 16, 20, 21, 24 ve 28’inci sınıflarda tescilli bir marka olduğundan bahisle alan adı sahibi Deep.Net Corp. aleyhine Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) Tahkim ve Arbuluculuk Merkezi nezdinde alan adının kendisine transferini talep etmiştir. Buna karşılık davalının cevabı Tarkan isminin yaygın bir ad ve soyadı olduğu, kendisinin de ölen kocasının köpeği anısına hayvan severleri bir araya getirmek ve kayıp hayvanların bulunmasına yardım etmek amacıyla bu siteyi hazırladığı, ancak ekonomik sıkıntılar nedeniyle sitenin pasif durumda olduğu ve sitenin faaliyet alanı ile Tarkan’ın

<sup>348</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-1838, April 17, 2002, Celine Dion and Sony Music Entertainment (Canada) Inc. v. Jeff Burgar operating or carrying on business as Celine Dion Club, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0141.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009,

<sup>349</sup> Emmanuel Gillet, Droits et Intérêts Légitimes du Titulaire du Nom de Célébrité.

faaliyetlerinin tamamen ayrı olduğu şeklinedir. Hakem bu konuda, alan adının ailenin evcil hayvanından esinlenilmesini ve davalı tarafın alan adını kullandıkları alanın işle ilgili olmamasını UDRP md. 4 (c) (ii) uyarınca meşru menfaat saymıştır. Davacı tarafın, davalının kötü niyetini ispat edememesi sebebi ile de talebi reddetmiştir<sup>350</sup>.

Bazen ünlü bir şahsın adının alan adında kullanılması alan adı sahibi için vazgeçilmez olabilir. Böyle durumlarda alan adını korumak isteyen iyi niyetli kişiler alan adını seçerken sadece ünlü kişilerin adlarından oluşan alan adları seçmek yerine bunlara “fan club” “kritik” gibi ibareleri ekleyerek alan adı oluşturmaları ya da sitede açık şekilde söz konusu kişi ile organik bir bağının olmadığını belirtmeleri faydalı olacaktır.

### **3. Alan Adının Tahsis ve Kullanımında Kötü Niyetle Hareket Edilmiş Olması**

Tahkimin, incelediği diğer bir husus, alan adı sahibinin suiniyetli olup olmadığıdır. Suiniyet tescil esnasında olabileceği gibi, kullanım tarzı nedeniyle de ortaya çıkabilir. Alan adı sahibinin suiniyetli olup olmadığının anlaşılması için, UDRP md.4’ün (b) fıkrasında, alan adı sahibinin hangi hallerde suiniyetli sayılacağı dört bent halinde sayılmıştır. Buna göre;

1) Eğer alan adının alınmasının öncelikli amacı, alan adını, belgelenmiş masraflarının üstünde bir bedelle, satmak, kiralamak ya da alan adı tescilini davacı marka sahibine veya onun rakiplerinden birine transfer etmek olduğu halden anlaşılıyorsa,

2) Alan adı tahsisi, marka sahibinin markasını kullanmasını önlemek amacıyla yapılmışsa,

---

<sup>350</sup> WIPO, Administrative Panel Decision Tarkan Tevetoglu and H.I.T.T. Muzik Produksiyon Tanıtım Turizm Sanayi Ve Dis Ticaret Ltd.Sti., v. Deep.Net, Corp. Case No. D2002-0278, June 6, 2002, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0278.htm>, Çevrimiçi: 19.09.2007.

- 3) Alan adı tahsisi bir rakibin işini bozmak amacıyla yapılmışsa,
- 4) Alan adının kullanımı ile ticari kazanç elde etme kastı taşınmıyorsa alan adının suiniyetli tescil ve kullanımından bahsedilir.

Uygulamada hakemler sadece burada sayılan kıstasların dışında da suiniyet hallerini değerlendirmeye alabilirler. Nitekim “[www.otaci.com](http://www.otaci.com)” kararında davacının markasının Türkiye ve yurtdışında geniş çevrelerce tanınmıyor olması, alan adı sahibinin ad üzerinde meşru bir hakkının bulunmaması ve alan adını belgelendirilmiş masrafların üstünde bir fiyata satmayı teklif etmesinin yanında iki durumu daha suiniyet karinesi saymıştır. Bunlardan biri; davalının iyi niyetini kanıtlayan bir hal olamaması, diğeri de tahsis esnasında doğru bilgi vermemiş olmasıdır<sup>351</sup>.

#### a. Alan Adının Tahsisi Aşamasında Kötü Niyetin Tespiti

Alan adının tahsisi esnasında alan adı sahibinin markasından haberdar olduğunu ispat yükü marka sahibine aittir. Söz konusu markanın tanınmış marka olması UDRP uyarınca yapılan başvurularda mutlak bir avantaj sağlayacaktır<sup>352</sup>. Uzmanlar için markanın ayırt edicilik gücünü de önem taşıdığı dikkate alınmalıdır. Marka sıradanlıktan, genellikle uzaklaştığı oranda cybersquatting karşısında daha iyi korunacaktır. Diğeri bir ifadeyle UDRP uzmanları tarafından ayırt edici gücü yüksek bir marka ile bir alan adının tesadüfen aynı ya da benzer olmaları haline nadiren göz yumulmaktadır. Zira Valium markası varken [www.valiumpills.net](http://www.valiumpills.net) alan adının tesadüfî olduğuna karar vermek mümkün değildir<sup>353</sup>. Sitenin

<sup>351</sup> Administrative Panel Decision, Kurtisan İlaçları A.S. v. İsmail Ahmet Tokcan/Nedim Ayaz, Case No. D2006-0168, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2006/d2006-0168.html>

<sup>352</sup> WIPO Administrative Panel Decision, D2008-0233, Kooks Custom Headers, Inc. v. Global DNS, LLC, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0023.html>, March 6, 2008, Çevrimiçi: 17.10.2009; WIPO Administrative Panel Decision, D2008-1155, Roche Products Inc. v. Michael Robert, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0023.html>, September 28, 2008, Çevrimiçi: 17.10.2009

<sup>353</sup> WIPO Administrative Panel Decision, D2008-1155.

içeriği de alan adı sahibinin markadan haberdar olduğu konusunda fikir verebilir. Sitede bulunan bilgi ve uygulamalar ya da sitede link verilen diğer sitelerin uyumsuzluk konusu marka ile bağlantılı olması halinde alan adı sahibinin söz konusu markadan haberdar olduğu kanaatini oluşturmaktadır

UDRP uyarınca yürütülen yargılamada davalı tarafın kötü niyetinin ispatı oldukça zordur. Ancak bu zorluk davacı taraf davalının ülkesinde tanınmıyorsa daha da artmaktadır. Uygulamada bu zorlukları aşmaya yarayan bazı imkânlar sunulmuştur. D2008-0023 numaralı ve 06.03.2008 tarihli Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi "[www.centraldesparticuliers.com](http://www.centraldesparticuliers.com)" kararında bu konuda emsal teşkil edebilecek hususlar bulunmaktadır<sup>354</sup>. Hong Kong'da yerleşik Foreign Dimensions adlı şirket 12 Ocak 2000 tarihinde bireysel gayrimenkul ilanlarını ticari linklerle birlikte Fransızca olarak sunmak üzere söz konusu alan adını almıştır. Buna karşın Fransız Carboatmedia A.Ş. uzun zamandır "la Centrale" ve "La Centrale des Particuliers" ibarelerini, ayırt edici işaret olarak değişik mecralarda kullanmaktadır. La Centrale des Particuliers 1970 yılından bu yana bireysel gayrimenkul ve otomobil ilanlarının yayınlandığı bir dergidir ve "La Centrale des Particuliers" markası 1990 yılında Fransız Ulusal Fikri Mülkiyet Enstitüsü nezdinde marka olarak tescil edilmiştir. Aynı ibare 1996 yılından itibaren de internet sitesi olarak da hizmet vermektedir ve 2000 yılında "La Centrale" ibareli marka tescili gerçekleşmiştir<sup>355</sup>.

Carboatmedia şirketi [www.centraldesparticuliers.com](http://www.centraldesparticuliers.com) alan adı tahsisinden haberdar olmasının ardından Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Tahkim ve Dostane Arabuluculuk Merkezi'ne başvurmuş ve söz konusu alan adının transferini talep etmiştir.

UDRP hükümlerinde düzenlendiği şekliyle cybersquatting markanın taklidinden farklıdır. Markanın taklidi her şeyden önce ülkesellik prensibine tabi olarak değerlendirilmektedir. Buna ilaveten marka taklidi söz konusu olduğunda önemli olan sonuçtur ve taklit edenin iyi ya da kötü niyetli olmasının herhangi bir önemi yoktur.

<sup>354</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0023, Carboatmedia société par actions simplifiée v. Foreign Dimension, March 6, 2008, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0023.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>355</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0023D2008-0023.

Cybersquatting kavramı ise temel olarak kötü niyet üzerine kurulmuş olup, ülkesellik prensibine tabi değildir<sup>356</sup>.

Yukarıda anılan karar kötü niyetin, alan adı sahibinin uyuşmazlığa dayanak gösterilen markadan haberdar olup olmadığının ispatı ile gösterilmesi bakımından bir mihenk taşı niteliğindedir. Kötü niyetin bu kararda irdelendiği şekilde ispatı zor olmakla beraber imkânsız değildir.

UDRP kuralları uyarınca cybersquatting fiilinin ispatı gerekmektedir. Cybersquatting fiilinin ispatı için uyuşmazlık konusu alan adı sahibinin tahsis esnasında uyuşmazlığa dayanak teşkil eden markadan haberdar olduğunu ispat suretiyle kötü niyetinin var olduğu yönünde kanaat oluşmasına bağlıdır ki bu durum marka sahibinin aşmak zorunda olduğu, zor bir engeldir. Somut olayın niteliğine göre bu engel değişik düzeylerde zorluk yaratmaktadır<sup>357</sup>.

Uyuşmazlığa dayanak gösterilen markanın tanınmış bir marka olması, alan adı sahibinin ülkesinde de marka olarak davacı adına tescilli olması ya da faaliyetini alan adı sahibinin ülkesinde yürütüyor olması halinde alan adı sahibinin kötü niyetinin ispatı oldukça kolay olacaktır.

Somut olayda olduğu gibi Hong Kong'da hiçbir ticari faaliyette bulunmayan bir Fransız şirketinin, hakkında Hong Kong'da mukim olduğundan başka bilgiyi haiz olmadığı bir şirket aleyhine UDRP uyarınca girişimde bulunduğu anda bu şirketin kendi markalarından haberdar olduğunu nasıl kanıtlayabileceği önemli bir sorun teşkil etmektedir. Somut olayda Hakem Heyeti, davalının alan adını tahsisi ve sitenin kullanımının kötü niyetli olduğuna karar vermiştir. Bu kararın altında yatan sebep ise; davalı, alan adı tahsisi için başvurduğunda her ne kadar uyuşmazlığa dayanak gösterilen marka dünya çapında bir tanınmışlığa sahip olmasa da Fransa'da yeteri kadar tanınmakta ve alan adının Fransızca olması ve site içeriğinde söz

---

<sup>356</sup> Emmanuel **Gillet**, UDRP: La Preuve de la Mauvaise Foi, Difficile mais pas Impossible, <http://www.domainsinfo.fr/chronique/249/emmanuel-gillet-udrp-la-preuve-de-la-mauvaise-foi-difficile-mais-pas-impossible.php>, 13.05.2009, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>357</sup> Emmanuel **Gillet**, UDRP: La Preuve de la Mauvaise Foi, Difficile mais pas Impossible.

konusu markayı çağrıştırıcı öğelerin kullanılmış olmasını markadan haberdar sayılmak için yeterli görmüştür<sup>358</sup>.

### **b. Alan Adının Kötü Niyetli Kullanımının Tespiti**

Kötü niyetle ilgili bir diğer önemli karar da [www.adrianaventis.com](http://www.adrianaventis.com) kararıdır. Buna göre; Söz konusu davada uyuşmazlık “[www.adrianaventis.com](http://www.adrianaventis.com)” alan adı sebebi ile çıkmıştır. Uluslar arası bir ilaç firması olan Aventis, bu alan adı yolu ile marka hakkının ihlal edildiği iddiası ve söz konusu alan adının kendisine transferi talebi ile uyuşmazlığı tahkime getirmiştir. Davalının cevap vermediği yargılamada uyuşmazlık üç başlık altında incelenmiştir.

Marka ve alan adının aynı ya da benzer olması açısından yapılan incelemede adrianaventis ve AVENTIS kelimeleri karşılaştırıldığında adrianaventis’in AdrianAventis, Adriana Ventis, ya da Adriana Aventis şeklinde algılanmasının mümkün olduğu dar yorumlandığında UDRP md 4 (a) (i)’nin gerçekleştiğinin kabul edilebileceği görüşünü bildirmiştir.

Tahkim, ikinci olarak davalının alan adı üzerinde meşru bir hakkı olup olmadığını incelemiştir. Bu inceleme sonucunda davalı tarafın alan adını elinde bulundurmasında bir menfaati olduğunu kanıtlamadığı, buna rağmen davacının ilk bakışta davalının haklı bir menfaatinin bulunmadığı iddiasının haklı görüldüğü kabul edilmiştir. Bu bağlamda Tahkim, UDRP md. 4(a)(ii) maddesinde öngörülen halin gerçekleştiği kanaatine varmıştır.

Üçüncü olarak incelenen konu, davalı tarafın kötü niyetli olup olmadığıdır. İnternet üzerinde uyuşmazlık konusu site “Adriana Ventis”, “Adriana Ventis sıra dışı porno yıldızı” gibi referanslarla tanıtılmaktadır. Ayrıca davalının Adriana Ventis adı ile yetişkin içerikli filmlerin yarıştığı yarışmalarda ödül aldığı da belirtilmektedir. Yine Google vasıtası ile

---

<sup>358</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0023.

adriana ventis ya da adriaventis kelimeleri arandığında söz konusu sitenin pornografik içerikli olduğu belirtilmektedir. Bu sebeplerle söz konusu alan adı pornografik yayın yapmak amacıyla alınmış olup bu yönde de kullanılmaktadır. Dolayısıyla davacının markası ile karıştırılma ihtimali bulunmamakta ve tescilinde de kötü niyet olmadığı anlaşılmaktadır. Tahkim bu sebeplerle davacını talebinin reddine karar vermiştir<sup>359</sup>.

Adriaventis uyuşmazlığı ile olan yakınlığına rağmen WIPO Tahkimi, “[www.muslim-dior.com](http://www.muslim-dior.com)” ve “[www.muslimdior.com](http://www.muslimdior.com)” alan adları aleyhine açılan davada kötü niyet tespit ettiği için alan adlarının davacıya transferine karar vermiştir. Kötü niyeti tespit ederken alan adında davacının markasını kullanarak ticari kazanç sağlama amacı güttüğü, web sitesinin davacının markası ile benzerlik içerdiği anlaşıldığından alan adı sahibinin kötü niyetli olduğuna hükmetmiştir<sup>360</sup>.

### c. Domain Parking ya da Pasif Site Halinde Kötü Niyetin Tespiti

Web sitesinde sunulan linklere tıklanması ile para kazanma faaliyeti olan Domain Naming (Domain Parking) meşru bir faaliyet kabul edilmekle beraber bu meşruiyetin UDRP kuralları çerçevesi içinde olduğunu ve alan adının iltibas yaratma bağlamında üçüncü şahısların markaları ile aynı ya da benzer olmaması gerektiği gözden kaçırılmamalıdır<sup>361</sup>.

Alan adının bu şekilde, bir üçüncü şahsa ait markanın aynı ya da benzeri olarak kullanılması kötü niyetin takdiri için karine oluşturmaktadır; zira bu durumda markadan faydalanma niyetinde olduğu kabul edilmektedir. UDRP kuralları karşı tarafın kötü niyetinin ispatını aramaktadır. Alan adının seçimi ve tahsisi aşamasında kötü niyetin tespiti markanın önceden bilinip bilinmediğinde toplanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, sorulması gereken soru; alan adı sahibinin tahsis sırasında iltibas ihtimalinden haksız olarak yararlanmak kastıyla

<sup>359</sup> WIPO Administrative Panel Decision, Aventis, Aventis Pharma SA. v. Domain King, Case No. D2004-0977, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2004/d2004-0977.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>360</sup> WIPO Administrative Panel Decision, D2007-0850, Christian Dior Couture Company v. Domains by Proxy Inc and Sherif Hassanin, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2007/d2007-0850.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>361</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DRO2008-0012.

hareket edip etmediğidir<sup>362</sup>. UDRP kuralları uyarınca yapılan yargılamalarda alan adı tahsisinden önce markanın bilinip bilinmemesi tartışmanın merkezinde olduğu gibi para karşılığında Domain Naming eşliğinde olduğu zaman bu durum daha da önem kazanmaktadır<sup>363</sup>.

Alan adı sahibinin mi, yoksa sponsorlu link servisini sağlayan kişi ya da kuruluşun mu, sitenin kullanımını kontrol ettiği tartışmasına geçmeden UDRP md. 4 (a) (iii) anlamında alan adının kullanımın ne olduğunu incelemek yerinde olacaktır. UDRP hükümleri uyarınca kullanımın nasıl olduğu bazı uyuşmazlıklar dolayısıyla verilen kararlarla çözüme kavuşturulmuştur. WIPO nezdinde görülen [www.hurriyet.net](http://www.hurriyet.net) uyuşmazlığında davacı Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. bu durumu “pasif kullanım” olarak sınıflandırmıştır. Zira, alan adı ödüllü bir pul koleksiyoncusu olan Prof. Atadan Tunacı'nın “Posta Tarihinde Hürriyet” (Liberty Postal History) konulu sergisi için tahsis edilmiş olup site hazırlanana kadar olan süre için parking hizmeti veren bir servis sağlayıcının kullanımına bırakılmıştır<sup>364</sup>. Fakat bir sitenin uzun süre pasif kullanıma tabi olması UDRP ilkeleri uyarınca kötü niyetli kullanım olarak değerlendirilmemektedir. Ancak bazı kararlarda ise pasif kullanım özellikle alan adı sahibinin alan adını aktif olarak kullanmak konusunda hiçbir meşru hakkı olmadığı ve hak sahibi olduğu iddiasındaki marka sahibinden alan adı karşılığında para istediği hallerde aksi yönde karar verildiği de görülmektedir. Bu gibi durumlarda pasif kullanım kötü niyetli kullanımın tespiti için karineler arasında sayılabilmektedir. Sayıları çok az da olsa bu yöndeki kararlar özellikle uyuşmazlığa konu markanın tüketici kitlesini bir şekilde siteye çekme amacının olduğu değerlendirildiği için parking faaliyeti görülen sitenin pasif kullanıma konu olmayabileceği yönündedir<sup>365</sup>.

---

<sup>362</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1253, Intuit Inc. v. Salvia Corporation, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1253.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1253.doc), October 15, 2008, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>363</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0844, Intuit Dr. Angela Stevens v. Azeras LLC, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0844.html>, July 28, 2008, Çevrimiçi 17.10.2009

<sup>364</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0127.

<sup>365</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-0003, Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0003.html>, February 18, 2000, Çevrimiçi 17.10.2009; WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DTV2008-0002, Vente-Privee.com v. Mawuna Koutonin, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/dtv2008-0002.html>, 17 mars 2008, Çevrimiçi 17.10.2009.



Parking faaliyeti dolayısıyla üstüne gidilen alan adı sahipleri sorumluluğu üzerinden atmak maksadıyla içeriği kendilerinin hazırlamadığını hatta içerikten haberleri bile olmadığını iddia etmektedirler<sup>366</sup>.

Bazı durumlarda, alan adı sahibinin talebi olmasa dahi, tahsis aşamasından sonra alan adının kullanılmadığı dönem boyunca, parking servis sağlayıcı kuruluş otomatikman site içeriğini yükler ve değiştirir. Böyle durumlarda bir alan adının parking faaliyeti gören bir siteye yönlendirilmesinin düşünülmemiş olduğu kanaatine varılabilir olsa da bu azınlık görüşü olup parking faaliyetinin bir yıl boyunca sürmesi meşru kullanım olarak kabul edilmemiştir<sup>367</sup>. Zira, bir üçüncü şahıs ticari linkleri belirlemekle görevli olsa dahi alan adı sahibi bu sahipliği dolayısıyla site içeriğinden birinci derecede sorumludur<sup>368</sup>. Aslında çözüm bazı kararlarda belirtildiği gibi sözleşmesel bir temele oturmaktadır<sup>369</sup>. Alan adı tahsis sözleşmesinde, UDRP kurallarına atıf yapılmak suretiyle sözleşmeye dâhil edilmesine bağlıdır. Zira, yukarıda da anılan D2008-0233 numaralı kararda belirtildiği gibi, alan adı sahibi, arama motorlarına verilen anahtar kelimelerden haberdar olmasa dahi UDRP md. 2 anlamında sorumlu sayılmalıdır. Bu uygulama ile alan adı sahibi sadece alan adının seçiminden değil, ama aynı zamanda alan adının kullanımından da sorumlu sayılmaktadır ve bu çözüm D2008-0177 numaralı kararla da desteklenmektedir. Bir başka kararda alan adı sahibinin sorumluluğu daha da dar yorumlanarak sitede görünen linklerin editoryal kontrolünden de sorumlu tutulmuştur ki kanaatimizce bu dar yorum yerindedir<sup>370</sup>.

---

<sup>366</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0233; WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1474.

<sup>367</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0936, ITT Manufacturing Enterprises, Inc., ITT Corporation v. Douglas Nicoll, Differential Pressure Instruments, Inc., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0936.html>, November 7, 2008, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>368</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DTV2008-0002.

<sup>369</sup> WIPO Administrative Panel Decision, D2008-0233; WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0177, Port Aventura, S.A. v. Fred McCaw c/o Chelsey McCaw Publishing, Inc., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0177.html>, April 1, 2008, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>370</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0111, Digital Platform İletişim Hizmetler A.S. v. Digiturk Co., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0111.html>, March 20, 2008, Çevrimiçi 17.10.2009.

Sonuç olarak görüldüğü üzere, Parking Servis Sağlayıcı Kuruluş sözleşmesinde tüm sorumluluğu üstlendiğini beyan etse dahi<sup>371</sup> alan adı sahibi sorumluluğunu servis sağlayıcı üzerine yükleyerek sorumluluktan kurtulamamaktadır<sup>372</sup>. UDRP uygulamasında parking faaliyetinin servis sağlayıcı marifetiyle görülüyor olmasının ya da bu faaliyeti ticari boyutunun önemi bulunmamakla birlikte bu durum servis sağlayıcıların bu faaliyetleri dolayısıyla adli makamlar önünde, ulusal mevzuat çerçevesinde yargılanmalarına mani değildir<sup>373</sup>.

Parking faaliyeti yürütülen bir site aynı zamanda satışa da arz edilmişse, bu kötü niyetli bir tahsise delalettir<sup>374</sup>. Bu tehlikeden kaçınmak isteyen alan adı sahipleri bazen siteye gereksiz ya da alan adı ile alakasız içerik yüklemek suretiyle aslında var olan satma iradesini saklamaya çalışabilirler. Bu durumda alan adı sahibinin gerçek niyetini belirlemek hakemlere düşmektedir. Örneğin [www.parispascher.com](http://www.parispascher.com) ve [www.parispascher.net](http://www.parispascher.net) kararda “*bir site ve tartışma forumunun yayınlanmasına rağmen ticari sitelere link vermek dışında herhangi bir işlevinin olmaması kötü niyete delalet etmektedir*” hükmüne varılmıştır<sup>375</sup>. UDRP md. 4 (b) (iv) hükmü, uyuşmazlık konusu bir alan adı altında verilen parking hizmetinin hangi hallerde kötü niyetli tahsise delalet edebileceğini düzenlemiştir.

Buna göre, birçok belirti alan adının kötü niyetle tahsisine delil teşkil edebilir. Alan adının, uyuşmazlığa sebep olan önceki markadan haberdar olduğu ve söz konusu marka ile iltibas yaratmak amacıyla seçildiğinin anlaşılmasından itibaren site üzerinde sunulan linklerin nitelikleri bir önem taşımamaktadır. Zira bu halin varlığı UDRP md. 4 (b) (iv) anlamında

<sup>371</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DRO2008-0012.

<sup>372</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1474; WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1192, Patek Philippe S.A. v. General Estates, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1192.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1192.doc), October 22, 2008, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>373</sup> Emmanuel Gillet, Noms de Domaine et Sites Parking (2ème partie) Domainesinfo <http://www.domainesinfo.fr/chronique/244/emmanuel-gillet-noms-de-domaine-et-sites-parking-2eme-partie.php>, 17.03.2009, Çevrimiçi: 17.10.2009

<sup>374</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1029, Smith & Nephew plc v. Wesley Perkins, Smith and Nephew Trading, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-1029.html>, September 8, 2008, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>375</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1434, Anne et Alain Riou contre Matthieu Vigreux, ICLICMEDIA, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1434.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1434.doc), 20 novembre 2008, Çevrimiçi 17.10.2009.

Cybersquatting'in varlığı için yeterlidir<sup>376</sup>. Bununla birlikte eğer sitede bulunan linklerin tümü ya da bir kısmı rakip sitelere yönlendirme yapıyor ve özellikle bunların arasında uyumsuzluğa dayanak gösterilen markanın sahibi firmanın en büyük rakibinin sitesi de varsa kötü niyetli tahsisin varlığı kabul edilmelidir<sup>377</sup>. Sitede bulunan linklerin çoğunun rakip sitelere yönlendirmemesi çok önemli değildir. UDRP uyarınca verilmiş birçok kararda sadece bir ya da birkaç linkin rakip sitelere yönlendirme yapması kötü niyet için yeterli sayılmıştır<sup>378</sup>. Sitede rakip sitelere link verilmesi halinde bu sitelerin hangi dilde yayın yaptıkları da kötü niyetin varlığının belirlenmesinde rol oynamalıdır<sup>379</sup>.

Aralarında parking hizmetinin de verildiği sitelerle ilgili olanların da bulunduğu birçok uyumsuzlukta, uyumsuzluk konusu alan adının sahibi, UDRP usulüne göre yapılan başvuruya cevap dahi vermemektedir. Cevap verildiği zaman ise sıklıkla alan adı sahibi parking hizmetinin ücretli olmasından bahsetmektedir ki, bu UDRP md. 4 (b) (iv) anlamında lehine olan bir durumdur<sup>380</sup>. Zira bir alan adının parking hizmeti veren bir siteye yönlendirilmiş olması tek başına cezalandırılacak bir faaliyet olmadığı gibi bu faaliyetin ücretli olması da kötü niyetin tespiti için yeterli değildir. Buna karşın bu hizmetin ücretli olduğunun kanıtlanması da kötü niyetin tespitine giden yolda rol oynamaktadır<sup>381</sup>. Genel kanaat bir alan adının yönlendiği site, ticari sitelere link vermek sureti ile parking hizmeti veriyor ise, bu faaliyet dolayısı ile alan adı sahibinin ücret aldığı karine olarak kabul edilmektedir. Eğer aksi bir durum söz konusu ise, bunu alan adı sahibi kanıtlamalıdır<sup>382</sup>. Ücretlendirmenin olup olmadığının tespitinde bir diğer yöntem de alan adı sahibinin servis sağlayıcı ile yaptığı sözleşmenin incelenmesidir<sup>383</sup>.

---

<sup>376</sup> Emmanuel **Gillet**, Noms de Domaine et Sites Parking (3ème partie) Domainesinfo <http://www.domainesinfo.fr/chronique/245/emmanuel-gillet-noms-de-domaine-et-sites-parking-3eme-partie.php>, 24.03.2009, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>377</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DTV2008-0002.

<sup>378</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0081, SFMI - Micromania v. Domain Drop S.A., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0081.html>, 13 mars 2008, Çevrimiçi 17.10.2009

<sup>379</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DTV2008-0002.

<sup>380</sup> Emmanuel **Gillet**, Noms de Domaine et Sites Parking (3ème partie).

<sup>381</sup> Emmanuel **Gillet**, Noms de Domaine et Sites Parking (3ème partie).

<sup>382</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0177; WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1474.

<sup>383</sup> Emmanuel **Gillet**, Noms de Domaine et Sites Parking (3ème partie).

#### d. Üçüncü Şahısların Adları Alan Adı Olarak Tahsis Edildiğinde Kötü Niyetin Tespiti

UDRP, kişi adlarının korunması için herhangi bir açık hüküm barındırmamaktadır. Bir alan adına karşı UDRP uyarınca girişimde bulunabilmek için marka hakkına dayanmak gerekmektedir. Alan adlarına karşı isimlerini ya da müstear adlarını korumak isteyen ünlülerin başvurabileceği birçok hukuki yol bulunmaktadır. Bunlardan birincisi söz konusu adın marka olarak da tescil edilmesidir ki, bazen söz konusu ünlü kişinin tanınmışlığı tescilsiz dahi isminin korunmasını sağlayabilmektedir. Zira, marka hakkının doğumu ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Kıta Avrupası hukuk sistemlerinde marka hakkının doğumu için tescil aranırken, Anglosakson hukuklarında marka hakkının doğumu için markanın tescili zorunlu olmayıp söz konusu ayırt edici işaretin ciddi kullanımı yeterli görülmektedir<sup>384</sup>.

Her ne kadar birçok ünlü örneğin, Robbie Williams<sup>385</sup>, Patricia Kaas<sup>386</sup> vb. adını ya da takma adını marka olarak tescil ettirse de, bunu her ünlüden beklemek işin doğasına aykırıdır. Ancak bu durum marka olarak tescil edilmemiş ünlü adlarının UDRP uyarınca kesinlikle korunmayacağı anlamına gelmemelidir. İsmi alan adı olarak ya da bir alan adının unsuru olarak kullanılan ve marka tescili olmayan birçok ünlü kişi de isimlerinin ciddi kullanımını ve bu kullanımın özgün bir anlam ifade ettiğini kanıtlamak suretiyle uyuşmazlık konusu alan adının naklini UDRP yoluyla sağlayabilmişlerdir. Bu ünlüler arasında oyuncu Nicole Kidman<sup>387</sup> ve Julia Roberts<sup>388</sup> da bulunmaktadır<sup>389</sup>.

<sup>384</sup> Emmanuel Gillet, Célébrités: La Preuve d'un Droit de Marque en UDRP, Domainesinfo, <http://www.domainesinfo.fr/chronique/266/emmanuel-gillet-celebrites-la-preuve-d-un-droit-de-marque-en-udrp.php>, 25.08.2009, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>385</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2002-0588, Robbie Williams v. Howard Taylor, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0588.html>, August 8, 2002, Çevrimiçi 17.10.2009

<sup>386</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2002-0733, Tour de Charme, S.A.R.L., Sony Music, Entertainment (Holland) B.V. et Mademoiselle Patricia Kaas contre Stars en Direct, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0733.html>, November 1, 2002, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>387</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-1415, Nicole Kidman v. John Zuccarini, d/b/a Cupcake Party, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-1415.html>, January 23, 2001, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>388</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-0210, Julia Fiona Roberts v. Russell Boyd, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html>, May 29, 2000, Çevrimiçi 17.10.2009.

<sup>389</sup> Emmanuel Gillet, Célébrités: La Preuve d'un Droit de Marque en UDRP.

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü, 3 Eylül 2001 tarihli raporunda bu konu için karar veren komisyonların kararlarını verirken dikkat edeceği konuları şöyle sıralamıştır; alan adı olarak ya da alan adında unsur olarak kullanılan şahıs isminin ayırt edici özelliği ya da tanınmışlığı, bu ayırt edicilik ile söz konusu sitede sunulan mal ve hizmetlerin arasında bir ilişkinin olup olmadığı, uyuşmazlığın tarafı olan kişilerin ikametgâhları ya da faaliyette buldukları yer ile bunların söz konusu ismin kullanılması üzerindeki etkisi<sup>390</sup>.

Bu açıklamada araştırılması aranan ilk husus olan ismin ayırt edici niteliği konusunda eklemek gereken bir konu da “Sting” ya da “Scorpions” gibi isimlerle ünlü olmuş kişilerin bu isimler üzerindeki marka haklarını ispat etmeleri gerekeceğidir. Zira bu tarz ayırt edici niteliği zayıf isimler üçüncü şahısların kullanımına, diğer isimlere nazaran daha açık olacaktır. Yine de her halükarda ünlü kişilerin isimlerinin üçüncü şahıslar tarafından alan adı olarak kullanılmasını engelleyebilmelerini kolaylaştırmak için en azından faaliyet gösterdikleri ve yoğun olarak tanındıkları ülke ya da ülkelerde isimlerini marka olarak tescil ettirmeleri faydalı olacaktır<sup>391</sup>.

#### **D. ICANN’ın Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikaları Uygulama Kuralları (RUDRP) ve UDRP Uyarınca Yapılacak Yargılamanın Usulü**

Marka hakkı tecavüze uğradığında, hak sahibi olan kişinin hakkını aramak için başvuracağı asli yol adli yollardır. Bu, hak aramak için gayet etkin bir yoldur. Ancak alan adlarının teknik karakteri ve oynadığı küresel rol, ulusal yargı mercilerinin etkinliğini kısıtlayıcı rol oynayabilmektedir. Bu durum, adli yola alternatif olan ve ondan çok daha hızlı ve kesin bir çözüm sunan UDRP’nin ICANN tarafından hazırlanmasına sebep olmuştur. Bugün artık alan adı uyuşmazlıklarında başvuru yolları, ulusal hukuka göre faaliyet gösteren yerel mahkemeler, UDRP usulü uyarınca faaliyet gösteren tahkim divanları ve UDRP

<sup>390</sup> Second WIPO Internet Domain Name Process: Final Report §182 vd., <http://www.wipo.int/amc/en/processes/process2/report/html/report.html>, Çevrimiçi: 17.10.2009.

<sup>391</sup> Emmanuel Gillet, Célébrités: La Preuve d’un Droit de Marque en UDRP

usulünden yola çıkılarak hazırlanmış ulusal uyuşmazlık çözüm mekanizmalarıdır. Türkiye ‘de de “.tr” alan adı uzayı için Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması öngörülmektedir. Fakat bu mekanizma henüz faal değildir.

Günümüzde, her ne kadar, yeni üst düzey jenerik alan adlarının (gTLD) kullanıma açılması ve her geçen gün bunların sayılarının artması ile UDRP homojenliğini kaybetse de bu usul hala en geniş uygulama alanı bulmakta ve diğer alternatif yolların kaynağını teşkil etmektedir<sup>392</sup>.

UDRP’nin alan adı, marka uyuşmazlıklarına getirdiği etkili ve hızlı çözüm onu vazgeçilmez kılmıştır. UDRP ile düzenlenen ilkeleri doğrultusunda uyuşmazlıkları çözmekle görevli tahkim merkezlerinde yapılacak yargılamanın usulü Yeknesak Uyuşmazlık Çözüm Politikaları Uygulama Kuralları, ya da kısaca; RUDRP (The Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy) ile düzenlenmiştir.

Alan adlarına karşı tahkim yoluna başvurulabilmenin ön şartı UDRP md. 4’te öngörülen hallerin gerçekleşmiş olmasıdır. Buna göre;

- 1) Alan adının, davacının markasının aynı ya da söz konusu marka ile karıştırılma ihtimalinin olması,
- 2) Alan adı sahibinin, alan adı üzerinde meşru bir hakkının bulunmaması,
- 3) Alan adının kötü niyetle tescil edilmesi veya kullanılması hallerinden biri gerçekleştiğinde marka hakkı sahibi UDRP hükümleri çerçevesinde hakkını arayabilecektir.

---

<sup>392</sup> ICANN 2000 yılından itibaren, ihtiyaca binaen yeni gTLD’leri hizmete sokmaktadır. Bunlardan bazılarının için aynı zamanda ayrı uyuşmazlık politikaları da belirlenmiştir. Örneğin “.aero” alan adı uzayına ilişkin ihtilaflarda esasa uygulanmak üzere Charter Eligibility Dispute Resolution Policy (CEDRP) ve usul için ise Rules for Charter Eligibility Dispute Resolution Policy kabul edilmiştir. Bu konuda ayrıntı için, bkz. <http://www.wipo.int/amc/en/domains/gtld/aero/index.html>

ICANN tarafından, uyuşmazlıkların çözümü için öngörülen bu alternatif yola, marka hakkının ihlal edildiğini düşünen hak sahibinin, yine ICANN tarafından yetkilendirilmiş kuruluşlardan birine yazılı olarak yapacağı başvuru ile başlanır.

ICANN'ın tahkim hizmeti vermeye yetkili kıldığı kuruluşlar şunlardır.

- 1) 28 Şubat 2002 tarihinde faaliyete başlamış olan ve Pekin, Hong Kong ve Seul'de olmak üzere üç ofisle hizmet vermekte olan Asya Alan Adı Uyuşmazlık Merkezi ([Asian Domain Name Dispute Resolution Centre](http://www.adndrc.org/) / ADNDRC)<sup>393</sup>,
- 2) 23 Aralık 1999 tarihinde kabul edilmiş olan ve ABD'nde faaliyet gösteren Ulusal Tahkim Forumu (The National Arbitration Forum NAF)<sup>394</sup>,
- 3) 1 Aralık 1999 tarihinde kabul edilmiş olan ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü nezdinde faaliyet gösteren Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi (World Intellectual Property Organization Arbitration and Mediation Center)<sup>395</sup>,
- 4) 23 Ocak 2008 tarihinde kabul edilmiş olan Çek Tahkim Mahkemesi (The Czech Arbitration Court / CAC)<sup>396</sup>.

Günümüzde WIPO tahkimi yaygın olarak başvuru yapılan tahkim mahkemesidir.

UDRP md. 4/k uyarınca, uyuşmazlığın tahkimde görülüyor olması tarafların aynı uyuşmazlığı tahkimden önce ya da sonra yetkili mahkeme önüne götürmelerine engel değildir.

Tahkime başvurular daha önce de belirtildiği gibi yazılı olarak şikâyet dilekçesinin verilmesi ile yapılır. Başvuru için gerekli form örnekleri akredite olmuş tahkim kuruluşlarının

---

<sup>393</sup> <https://www.adndrc.org/index.html>, Çevrimiçi: 12.12.2009.

<sup>394</sup> <http://www.adrforum.com/>, Çevrimiçi: 12.12.2009.

<sup>395</sup> <http://www.wipo.int/amc/en/>, Çevrimiçi: 12.12.2009.

<sup>396</sup> [http://www.arbcourt.cz/en\\_index.php](http://www.arbcourt.cz/en_index.php), Çevrimiçi: 12.12.2009.

sitelerinde bulunmaktadır. Şikâyet dilekçesi üç gün içinde davalı tarafa gönderilir ve yirmi gün içinde cevaplaması istenir (RUDRP md.5).

Şikâyet dilekçesinde, aynı zamanda yargılamanın kaç hakemle görülmesi istendiği belirtilmelidir. Eğer uyuşmazlığın üç kişilik bir hakem heyeti tarafından çözülmesi talep ediliyorsa, seçilen hakemler ismen belirtilmelidir (RUDRP md. 5/c)

Başvuru esnasında, karar için gerekli olan bütün bilgi ve deliller ile hali hazırda kullanılan veya kullanılacak olan mal ve hizmetlerin isimleri belirtilmelidir. Kural olarak tarafların sadece bir kez beyanda bulunma hakları vardır (RUDRP md.12). Başvururken beyan edilecek bilgi ve deliller ise 3'üncü madde de sayılmıştır.

Marka sahibi, davalıya ait birden çok alan adından şikâyetçi ise, taraflardan biri hakem heyetinin bir araya gelmesinden önce mevcut uyuşmazlıkların birleştirilerek tamamının bir arada değerlendirilmesini talep edebilir. Söz konusu talep, uyuşmazlıkların çözümü için atanacak ilk hakeme yapılmalıdır (RUDRP md.3/c)

Davalı tarafın, davaya cevap vermek için 20 günlük süresi vardır (RUDRP md. 5/a). Bu cevap mümkün olduğunca ayrıntılı olarak kendi haklarını delillerle desteklemelidir. Zira sonradan ek delil sunulması kural olarak mümkün değildir (RUDRP md. 12). Tahkim Divanı, gerekli gördüğü hususlarda, kendiliğinden taraflardan birisi veya diğerinden konunun açıklanmasını talep edebilir. Bu süre için, varma değil de, dava dilekçesinin gönderilme anı nazara alındığından cevap süresi gerçekte daha kısadır. Haklı ve istisnai durumlarda, talep halinde divan cevap verme süresini uzatabilir, hatta bu sürenin geçmesinden sonra da bu sürenin uzatılması mümkündür (RUDRP md. 5/d).

Eğer davacı taraf, tek kişilik hakem seçmişse, davalı taraf kararın üç kişilik tahkim kurulu tarafından verilmesini talep edebilir (RUDRP md. 5/b-iv).



Tahkim divanı, usulüne göre dava kendisine tebliğ edilen davalı taraf davaya cevap vermediği takdirde, davacı tarafın talebi ve mevcut deliller doğrultusunda bir karar verir. Ancak bu Bozbel'in savunduğu gibi, her zaman davalının UDRP md. 4/a-iii anlamında kötü niyetine delalet etmez<sup>397</sup>. Zira “adrianaventis” kararında hakem, davalı cevap vermemiş olmasına rağmen onun lehine hüküm tesis etmiştir<sup>398</sup>.

Her iki tarafın görüşleri alındıktan sonra ihtilafı çözümlenecek olan hakem heyeti ya da talebe göre, hakem belirlenir. Taraflardan birisi ihtilafın üç kişilik hakem heyeti tarafından çözümlenmesini talep etmişse, RUDRP md. 3/b-iv ve RUDRP md. 5/b iv uyarınca bunların ismen belirtilmesi gerekir. Karşı tarafın da üç hakem heyetiyle karar verilmesini istemesi halinde bu sefer, divan her iki listeden birer hakem seçer, üçüncü hakem ise divan tarafından tavsiye edilen beş kişilik listeden taraflarca beş takvim günü içerisinde belirtilen isimlerden seçilir.

Davanın hangi dilde yapılacağı hususu RUDRP md. 11'de açıkça düzenlenmiştir. Buna göre davada kullanılacak olan dil, eğer taraflar aksini kararlaştırmamışlar ise uyuşmazlık konusu alan adını tahsis eden servis sağlayıcının tahsis sözleşmesinde kullandığı dildir. Ancak taraflar ve hakem/hakem heyetinin ortak bir dili konuşmaları halinde dava başka dilde de görülebilir.

Kararın, RUDRP md. 15/b uyarınca karar verecek heyetin atanmasından sonra ondört gün içinde verilmesi gerekir. Karar yazılı olarak verilir. Eğer davaya hakem heyeti bakmış ise karar için oybirliği aranmaz, basit çoğunluk yeterlidir. Herhangi bir şekilde taraflar anlaşmışlar veya sulh olmuşlarsa Divan bu hallerde RUDRP md.17 uyarınca karar vermez.

---

<sup>397</sup> Savaş **Bozbel**, sh. 241.

<sup>398</sup> Administrative Panel Decision, Aventis, Aventis Pharma SA. v. Domain King, Case No. D2004-0977.

Hakem kararları RUDRP md.15/a uyarınca UDRP'nin maddi kurallarına dayanır. Eğer olay başka bir hukuk düzeniyle ilgili ise tamamlayıcı olarak bir başka hukuk düzeninin de nazara alınması mümkündür<sup>399</sup>.

Tahkim heyeti tarafından verilen karar tahkim merkezine gönderilir. Tahkim merkezinde bu kararı üç gün içinde taraflara ve ICANN' a bildirir. Ayrıca karar internette yayınlanır.

Kararın tebliğinden sonra on günlük bekleme süresinin dolmasına müteakip alan adını tescil eden makam, kararı vakit geçirmeksizin uygulamaya geçirmeli; yani ya alan adını talepte bulunana devretmeli veya silmelidir (UDRP md. 4/k).

Dava aleyhine sonuçlanan taraf on günlük bekleme süresi içinde milli mahkemeler nezdinde talebi kabul edilen tarafa karşı dava açarsa, hakem kararı hemen uygulanmaz. Böyle bir dava, taraflar aralarında yapacakları sulh antlaşması, davanın geri alınması veya davanın reddi veya davanın lehe sonuçlanmasından ihtilafı alan adını tescil eden makamın haberdar edilmesi anına kadar, taliki bir şartın sonuçlarını doğurur<sup>400</sup>.

Kural olarak dava masraflarını davacı karşılar. Ancak davalı taraf, hakem artırımını talep etmişse RUDRP md. 6/c uyarınca dava masrafları taraflar arasında yarı yarıya paylaşılır.

---

<sup>399</sup> “kwasizabantu” kararında WIPO Tahkimi, somut olaya common law ilkelerini uygulamıştır. Bkz. WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, Mission KwaSizabantu c/ Benjamin Rost, Case No. D2000-0279, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0279.html>.

<sup>400</sup> Hakem kararının mahkemeler nezdinde kontrolüne imkân vermek amacıyla RUDRP md. 3/b-xiii uyarınca müracaatta bulunan müracaat dilekçesinde, davalı tarafın davayı kaybetmesi halinde, domain adının tescili esnasında belirtilen domain sahibinin ikametgâhı veya tescil makamının merkezi mahkemesinin yer ve görev bakımından yetkili olduğunu tanımakla yükümlüdür. Bkz Savaş **Bozbel**, sh 239 vd.

## **E. Türkiye Uzantılı Alan Adları İçin Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması (UÇM) Çalışmaları**

Alan adı uyuşmazlıklarında, tahkim yolunun yakaladığı uluslararası başarı ve etkinlik benzeri bir yapının “.tr” alan adı uzayı içinde hazırlanması çalışmalarına önyak olmuştur. Bu amaçla DNS Çalışma Grubu koordinatörlüğünde Uyuşmazlıkların Çözüm Mekanizması (UÇM) oluşturulmasına yönelik çalışmalar devam etmektedir<sup>401</sup>. Bu amaçla, “.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş metninin son bölümü Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması’na ayrılmıştır ve bununla bağlantılı olarak “.tr” Alan Adları Uyuşmazlıkların Çözüm Mekanizması Tüzük Taslağı<sup>402</sup> hazırlanmıştır. Bu düzenlemelerde, alan adı uyuşmazlıklarının çözümü için öngörülen sistemi genel ilkeler ve başvuru yolları ve açılan davanın işleyişi şeklinde iki bölümde incelemek gerekmektedir.

### **1. UÇM için Öngörülen Genel İlkeler ve Başvuru Yolları**

“.tr” Alan Adları, Politikalar, Kurallar ve İşleyiş’te öngörülen Uyuşmazlıkların Çözüm Kurulu “.tr” Üst düzey alanında tescil edilmiş bulunan her türlü alan adı uyuşmazlıklarına bakmakla görevli olacaktır (“.tr” Alan Adları Uyuşmazlıkların Çözüm Mekanizması Tüzük Taslağı md. 2). Bu uyuşmazlıklar 3’üncü maddede şöyle sayılmıştır;

- 1) Tescil edilmiş alan adlarına ilişkin olarak “.tr” Alan Adı Yönetimi tarafından yapılan alan adı tescillerinin haksız olduğu iddiası ile alan adı sahibi ile üçüncü kişiler arasındaki uyuşmazlıklar,
- 2) “.tr” Alan Adı Yönetimi ile üçüncü kişiler arasındaki uyuşmazlıklar,
- 3) “.tr” Alan Adı Yönetimi tarafından yapılan retlerin haksız olduğu iddiası ile “.tr” Alan Adı Yönetimi ile başvuru sahibi arasındaki uyuşmazlıklar.

---

<sup>401</sup> Ayrıntı için bkz. [https://www.nic.tr/index.php?USRACTN=STATICHTML&PAGE=about\\_corpident](https://www.nic.tr/index.php?USRACTN=STATICHTML&PAGE=about_corpident) çevrimiçi: 20.08.2007.

<sup>402</sup> “.tr” Alan Adları Uyuşmazlıkların Çözüm Mekanizması Tüzük Taslağı için bkz. <http://kurul.ubak.gov.tr/ucm-taslak-05.html> çevrimiçi: 20.08.2007.

Kurula, Türkiye’de “.tr” üst düzey alandaki alan adı sahipleri ve “.tr” üst düzey alanda tescili yapılmış bulunan bir alan adı üzerinde hak sahibi olduğunu iddia eden veya bu tescilden zarar göreceği iddiasında bulunan gerçek ve tüzel kişiler (md. 8),

- 1) Tescil edilen alan adının, şikâyetçinin yasal bir hakkı ile aynı veya karıştırılacak kadar benzer olması,
- 2) Alan adı sahibinin ilgili alan adı üzerinde yasal bir hakkı ya da çıkarı bulunmaması,
- 3) Alan adının kötü niyetli olarak tescil ettirilmesi ve/veya kullanılması,
- 4) Alan adının tescili ve/veya kullanımının itiraz sahibinin yasal haklarını ihlal etmesi durumunda başvurabilirler.

Kurul sadece üç tür karar verebilir. Bunlar; alan adının şikayetçiye devri, alan adının iptali, ya da alan adının ve/veya karıştırılacak derecede benzerinin gelecekte de tescilinin engellenmesidir.

Kurula başvurular yazılı bir dilekçe ile olacaktır. Şikâyet dilekçesinde dava ile ilgili 15’inci maddede belirtilen bilgilerin tümünün olması öngörülmüştür.

## **2. UÇM için Öngörülen Yargılamanın İşleyişi**

Şikâyetler UÇM Sekreteryası’na yazılı olarak iletilir, şikâyetler öncelikle usulüne uygunluk bakımından ön incelemeye tabi tutulur, 7 iş günü içerisinde ön incelemesi yapılan şikâyetler şekli eksiklik yoksa aleyhine şikâyette bulunulana bildirilir. Eğer şikâyette şekli eksiklik tespit edilmişse bunun giderilmesi için müştekiye 1 haftalık süre verilir (md.16).

Şikâyete konu alan adı, Sekretarya tarafından “.tr” Alan Adı Yönetimi’ne bildirilir. Kesin Kurul kararı açıklanıncaya kadar bu alan adları üzerinde; iptal, devir, rehin işlemleri yapılamaz (md.17).

Şikâyet edilen, şikâyet bildirimini aldığı tarihten itibaren iki hafta(15 gün) içerisinde savunmasını hazırlayarak UÇM Sekretaryası’na bildirmek zorundadır. Ancak talebi bu iki haftalık süre içerisinde UÇM Sekretaryası’na ulaşmak şartıyla 1 haftalık ek süre talep edebilir(md. 18).

Şikâyet edilenin savunma yapmaktan kaçınması halinde, şikâyete ilişkin değerlendirme Kurulun elindeki mevcut bilgi ve belgeler dikkate alınarak yapılır ve bu durumda davalı UÇK tarafından kusurlu kabul edilir ve karar UÇM’de bulunan mevcut bilgi ve belgeler çerçevesinde verilir (md. 18–19).

Savunma için bir şekil şartı öngörülmemekle beraber şikâyet edilen savunmasında, ilgili alan adı üzerinde niçin hak sahibi olduğu ve tescilin devamını sağlamaya yönelik diğer bütün bilgileri açıklayarak ilgili belgeleri savunmasına eklemelidir (md. 18)

Kurul kararlarının yazılı olarak yayınlanması öngörülmüştür (md. 26). Karar, karar tarihinden itibaren 5 iş günü içerisinde UÇM Sekretaryası tarafından müştekiye, şikâyet edilene ve “.tr” Alan Adı Yönetimi’ne posta ile bildirilecektir (md.27).

Kurul’un Kararlarının, herhangi bir itiraz olup olmadığına bakılmaksızın, “.tr” Alan Adı Yönetimi tarafından uygulanacağı, buna karşın kurul kararlarına karşı mahkeme yolunun ise açık olduğu taslak tüzükte öngörülmüştür (md.29 – 30).

## SONUÇ

Teknolojinin gelişimi ile paralel olarak hayatımızda her şey değişime uğramaktadır. Markayı da bu değişimden arı tutmak mümkün değildir. Her şeyin sanal âleme taşındığı günümüzde, markalar da internet ortamında yer edinmeye başladılar. Ancak, birçok marka sahibi, markalarını internette de kullanmaya kalktıklarında, aslında markalarının sanal âlemdeki karşılığı olan alan adları vasıtasıyla başkalarının eline geçtiğini fark etmişlerdir.

Alan adı günlük hayatımızda kısa zamanda yer edinen, yeni bir vakıa olduğu halde ortaya çıktığı andan itibaren marka hukuku açasından problemlili bir olgu olmaktan kurtulamamıştır. Sebep olduğu uyuşmazlıklar hukukçuları birçok konuda yeniden düşünmeye, tartışmaya itmektedir. Zira klasik marka hukuku düzenlemeleri, bu tarz bir ihtilafi öngörmemektedir. Alan adları dolayısı ile geçmiş asırlara dayanan marka hukuku doksanlı yılların ikinci yarısından itibaren yoğun bir şekilde tartışma konusu olmuştur. Mevcut düzenlemelerle yepyeni bir olgu aşıklanmaya çalışılması olarak özetleyebileceğimiz bu tartışmalar, iki binli yılların başına kadar devam etmiştir. Her ne kadar artık büyük oranda alan adı hukukçular tarafından aşına olunan bir olgu olsa da marka hukukunda alan adından kaynaklanan ihtilaflar azımsanmayacak kadar çoktur. İnternet, sosyo-ekonomik bakımdan toplumdaki yerini koruduğu müddetçe de bu ihtilaflar, tüm iyi niyetli çabalara rağmen de artarak devam edecektir. Bu ihtilafların artmasında markanın sahip olduğu cazibenin, daha geniş kitlelere, daha ucuza ve kolayca ulaşabilen alan adlarına doğru kayması bu ihtilafları daha da körükleyecektir.

Bu çalışmamızda; alan adını tarihçesinden başlayarak etraflıca ele almaya çalıştık. Nasıl ortaya çıktığı, hangi evrelerden geçtiğini inceledikten sonra, Alan Adı Sistemi'nin (DNS) mimarisini incelemeye çalıştık. Alan Adı Sistemi'nin anlaşılması hem, [www.gsu.edu.tr](http://www.gsu.edu.tr) gibi basit bir harf kombinasyonunun arkasındaki muazzam teknik yapıyı hem de bu yapının yönetiminin kapılarını aralamıştır. Böylece alan adları hakkında hukuki değerlendirmelerde bulunurken konunun teknik özelliklerinin de dikkate alınmasını sağlayarak değerlendirmelerin daha sağlam temellere oturmasına çalışılmıştır.

DNS mimarisinden sonra ise alan adının bir telefon numarasından farksız olan teknik işlevinin uygulamada nasıl bir ayırt edici işarete dönüştüğüne değinmek suretiyle, marka hakkının ihlaline giden yolda alan adını tanımaya ve böylece, çalışmanın devamında işlediğimiz alan adı ve marka uyumsuzluklarını derinlemesine incelemeye ve uyumsuzlukların çözümünde katkı sağlamaya çalıştık.

Alan adı ve marka özlerinde birbirlerinden çok farklı iki olgu olsalar da işlev olarak birbirlerine yaklaştıkları noktalar aynı zamanda uyumsuzlukların çıkış noktasını da oluşturmaktadır. Bundan sonra alan adı hayatın vazgeçilmez bir unsuru olduğuna göre bu iki olgunun nasıl birlikte var olabileceğini bu çalışmamızın temelini oluşturmaktadır. Bu temel üzerine, yeri geldiğinde tespit, tahlil, tenkit ve tavsiyelerde bulunduk.

Alan adı tahsis politikaları ile ilgili olarak; öncelikle alan adı tahsis işlemlerinin ODTÜ gibi bir teknik üniversite bünyesinde yapılması olumlu olsa da bu faaliyetlerde hukukun göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde olası uyumsuzluklar ortaya çıkmadan bertaraf edilebileceklerdir.

Alan adlarının tahsisinde Türkçe karakter kullanılmaması uluslararası boyutta erişimi kolaylaştırır da “.tr” Alan Adı Uzayının derinliğini azaltmaktadır. Yabancı tahsis kuruluşları yerel alfabelerle alan adı tahsisi işlemine başladıkça “.tr” Alan Adı Uzayı’nda ismi ya da markasını aynen alan adı olarak tahsis ettiremeyen Türk kullanıcıların yabancı servis sağlayıcılara yönelmesine sebep olacaktır. Bunu engellemek için “.tr” Alan Adı Uzayı’nın Türkçe karakterlerle zenginleştirilmesi gerekmektedir.

“.tr” Alan Adı Uzayı’nda kullanılmakta olan üst düzey jenerik alan adlarının (gTLDs) bir kısmının İngilizce (.com.tr, .info.tr, .org.tr, vb.) bir kısmının ise Türkçe (.av.tr, .bel.tr, vb.) kelimelerin kısaltması olması tahsis politikasının plansızlığını göstermektedir. Bu plansızlık aynı zamanda kötü bir izlenim bırakmaktadır. Aynı dili konuştukları halde Birleşik Krallık Alan Adı Uzayı için öngörülen jenerik alan adları için Amerika Birleşik Devletleri’ne de

kullanılanlardan farklı kısaltmalar kullanılırken (örneğin: ticari siteler için .co.uk, eğitim kurumları için .sch.uk gibi.) “.tr”Alan Adı Uzayında bu tür kısaltmaların kullanılmasının doğru olmadığı kanaatindeyiz. Bu bakımdan, bundan sonra ilan edilecek yeni jenerik alan adları için Türkçenin kullanılmasına hassasiyet gösterilmelidir.

Türk hukukunda alan adlarına dair bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu konuda hakkı ihlal olunan alan adı sahibinin dayanacağı hakkın niteliğine göre genel hükümler çerçevesinde çözüm bulunmaya çalışılmaktadır. Bu bakımdan alan adlarını ve alan adı sahiplerinin haklarını da düzenleyecek ve koruyacak hukuki düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Marka hakkı tecavüze uğrayan kişiler bakımından ise; 2009 değişiklikleri ile alan adlarının marka hukukuna açıkça girmiş olması (MarKHK md. 9) olumlu bir gelişmedir. Her ne kadar ODTÜ’nün benimsediği katı tahsis politikaları dolayısıyla mahkemelere alan adı ile ilgili çok az sayıda uyuşmazlık intikal etse de, bu değişiklik internetteki marka ihlalleri hakkındaki şüpheleri giderecek niteliktedir. Bu bakımdan, söz konusu değişiklik, 5651 s. İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile web sitesi vasıtasıyla işlenen hak ihlallerine karşı beimsenen hareket tarzına benzemektedir. Bu çalışmanın kousu alan adları olduğu için 5651 s. Kanuna bu çalışmada değinilmemiş olsa da iki kanun birbirini tamamlar niteliktedir.

Bununla beraber hala Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmasının hayata geçirilememiş olması uyuşmazlıkların çözümü bakımından “.tr” Alan Adı Uzayı’nı eksik bırakmaktadır. Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması Tüzük Taslağı biran önce yürürlüğe sokularak, “.tr” Alan Adı Uzayı için Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması en kısa sürede faaliyete geçirilmelidir. Her ne kadar mevcut alan adı tahsis politikaları nedeniyle alan adı tahsisleri sınırlı sayıda olduğundan söz konusu mekanizmaya acil bir ihtiyaç olamamakla birlikte cybersquatting’le mücadelede etkin bir yol olan bu mekanizmanın faal olması “.tr” alan adı sistemine güveni arttıracaktır.



Bu çalışmada gösteriyor ki bundan sonra birlikte kullanılmaya devam edecek bu iki ayırt edici işareti birbiriyle en az kesişecek şekilde ama hakkaniyeti gözetilen düzenlemelerle ihtilaftan uzak kullanım sağlanmalıdır. Bu bağlamda, “.tr” uzantılı alan adlarının tahsis politikalarının çok katı kurallara bağlanmış olmasında, aynı amacın güdüldüğü anlaşılmaktadır. Bununla beraber mevcut düzenlemelerle “.tr” uzantılı bir alan adı almak oldukça zorlaştırılmakta ve alan adı kayıtlarının yurt dışındaki servis sağlayıcılara kaymasına neden olunmaktadır. Bu durum sadece ekonomik kayba neden olmakla kalmıyor aynı zamanda siber uzayda Türkiye'nin görünürlüğünü azaltmaktadır. Alan adı tahsis politikalarının yumuşatılarak Türkiye'de alan adı alımı kolaylaştırılmalı ve teşvik edilmelidir. Bununla birlikte, yeni alan adı uzantılarında belgesiz tahsis modelinin de benimsenmesi, Türkiye uzantılı alan adı kullanmak isteyip de gerekli belgeleri sağlayamayan kişilerin yurt dışına yönelme oranını azaltacaktır.

Günümüzde alan adı çok önem kazanmıştır. Bu önem aynı zamanda alan adının maddi değerine de yansımaktadır. “.tr” uzantılı alan adlarının devrine koyulan kısıtlamalar piyasa koşullarına aykırıdır. Ticari amaçla kullanılan bir alan adı, TTK md. 11/II anlamında müessesenin işletilmesi için daimi bir tarzda tahsis olunan unsurlardan biri olarak kabul edilmeli ve işletme ile birlikte devredilebilmelidir. Bununla birlikte maddi değeri dolayısı ile ticari işletmenin gayrimaddi mal varlığı unsurlarından biri olarak ticari işletme rehnine de konu olabilmelidir.

## KAYNAKÇA

### GENEL YAPITLAR

**Akipek** Jale G. / **Akıntürk** Turgut, Türk Medeni Hukuku C.I, Beta, 4. bası 2001.

**Arkan** Sabih, Marka Hukuku, Ankara 1997-1998

**Arkan** Sabih, Ticari İşletme Hukuku, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, 2009, Ankara.

**Azéma** Jacques, Jean-Christophe **Galloux**, Droit de la propriété industrielle, Dalloz, 6<sup>e</sup> édition, 2006.

**Badgley** Robert A., Domain Name Disputes, Aspen Law & Business, New York, 2002

**Beaurain** Nathalie / **Jez** Emmanuel, Les Noms de Domaine de l'Internet Aspects Juridiques, Litec, Paris, 2001.

**Beşiroğlu** Akın, Düşünce Ürünleri Üzerinde Haklar, Beta, İstanbul, 2004.

**Bonsel** Olivier, Gratuit! Du déploiement de l'économie numérique, Gallimard, 2007

**Bouvel** Adrien, Principe de Spécialité et Signes Distinctifs, Litec, 2004.

**Bozbel** Savaş, İnternet Alan Adlarının (Domain Names) Korunmasında ICANN Tahkim Usulü, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2006.

**Chavanne A. / Burst J-J.**, Droit de la propriété industrielle, Dalloz, 5<sup>e</sup> édition, 1998.

**Colombain** Jérôme, La Cyber Culture, Toulouse, Éditions Milan, 1997.

**Dirikkan** Hanife, Tanınmış Markanın Korunması, Seçkin, Ankara, 2003.

**Erdil** Engin, İçtihatlı ve Gerekçeli Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu Şerhi, Beta, İstanbul, 2005.

**Féral-Schuh** Christiane , Cyberdroit, 4<sup>e</sup> édition, 2006, Dalloz.

**Gilliéron** Philippe, Propriété Intellectuelle et Internet, Cedidac, Lausanne 2003.

**Gimpel** Jean, (Çev. Nazım Özüaydın), Ortaçağda Endüstri Devrimi, TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları, Ankara, 1997.

**Gomien** Dona, Vade-mecum de la Convention Européenne des Droits de l'Homme Editions du Conseil d'Europe, 3éme éd. 2005.

**Güneş** İlhami, Uygulamada Fikri Mülkiyet Hukuku ve Haksız Rekabet Davaları, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2009

**Heremans** Tom / **Morlière** Cédrine, La Protection des Marques Sur Internet, Bruylant, Bruxelles, 2007.

**Karan** Hakan / **Kılıç** Mehmet, Markaların Korunması 556 sayılı KHK Şerhi ve ilgili Mevzuat, Turhan Kitapevi, 2004.

**Kaufman** Gautier, Noms de Domaine Sur Internet Aspects Juridiques, Vuibert, Paris 2001.N.

**Kırcı** N. Berkay, Markanın İnternet Yoluyla Haksız Kullanımı, Turhan Kitabevi, Ankara 2009.

**Meran** Necati, Marka Hakları ve Korunması, Seçkin, 2. Baskı, İstanbul 2008.

**Miller** Arthur R. / **Davis** Michael H., Intellectual Property Patents, Trademarks and Copyrights, West Group, 3<sup>rd</sup> edition, St. Paul-Mineapolis, 2000

**Oğuzman** Kemal / **Barlas** Nami, Medeni Hukuk, Arıkan, İstanbul, 2006

**Oruç** Murat, Haksız Rekabette Maddi Tazminat Davası, XII Levha, İstanbul, 2009

**Özdilek** Ali Osman, Uygulamadan Örnek Olaylarla Bilişim Suçları ve Hukuku, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2006.

**Pickering** C.D.G., Trade Marks in Theory and Practice, Hart Publishing, Oxford, 1998.

**Plasseraud** Yves / **Dehaut** Martine / **Plasseraud** Claude, Marques Création, Valorisation, Protection, Editions Francis Lefebvre, Paris, 1994

**Poroy** Reha / **Yasaman** Hamdi, Ticari İşletme Hukuku Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2007.

**Resmi Marka Gazetesi**, Özel Sayı, 1883 Tarihli Paris Sözleşmesi'ne Göre; Koruma Altına Alınan Emareler, Tanınmış Markalar, Kamu Kurumlarına Ait Damga, Mühür, Alamet Ve İşaretler, TPE, 22.07.1997, Ankara

**Sarısözen** M. Serhat, Medeni Usul Hukuku'nda Hakem Yargılaması, Kazancı İstanbul, 2005.

**Schmidt-Szalewski** Joanna, Droit de la propriété industrielle, Dalloz, 6é édition, 2006

**Schmidt-Szalewski** Joanna, Jean-Luc **Pierre**, Droit de la propriété industrielle, 3é édition, 2003, Litec.

**Schmidt-Szalewski** Joanna, Le Droit des Marques, Editions Dalloz Paris, 1997.

**Şanal** Osman, Markanın Hükümsüzlüğü, Adalet Yayınevi, 2004.

**Taşkın** Âlim, Hakem Sözleşmesi, 2. bası, Turhan Kitabevi, Ankara 2005.

**Tekinalp** Ünal, Fikri Mülkiyet Hukuku, Arıkan, , dördüncü bası, İstanbul 2005.

**Ülgen** Hüseyin / **Teoman** Ömer / **Nomer** N.Fusun / **Kaya** Arslan / **Kendigelen** Abuzer / **Helvacı** Mehmet, Ticari İşletme Hukuku, Vedat Kitapçılık, Üçüncü Bası, 2009

**Yasaman** Hamdi, Marka Hukuku İle İlgili Makaleler Hukuki Mütalaalar Bilirkişi Raporları, Beta, İstanbul, 2003.

**Yasaman/ Altay/ Ayoğlu/ Yusufoglu/ Yüksel**, Marka Hukuku, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2004.

## TEZLER

**Coşgun** Doğan, İnternette Alan Adları ve Haksız Alan Adı Tescillerine Karşı Hukuksal Başvuru Yolları, yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003.

**Gola** Romain, Internet Noms de Domaine et Droit des Marques, D.E.A. Tezi, Aix Marseille, 1998, <http://www.juris-nd.com/CIDJ/Etudes.htm>,

**Ilıcalı** Gonca, Markaların İnternette Kullanımı, Elektronik Ticarete Marka Korumasının Önemi, Bu Alandaki Sorunlar ve Muhtemel Çözüm Yolları, Yayınlanmamış Türk Patent Enstitüsü Uzmanlık Tezi, Ocak 2001/Ankara.

**İşıklı** Hasibe, İnternet Alan İsimleri Sistemi Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki, DPT Yayınları, Ankara,2001, <http://ekutup.dpt.gov.tr/bilisim/isiklih/inet-ais.pdf>

**Pekdiñcer** Remzi Tamer, Marka Hakkı ve Korunması, İstanbul, 2001(Yayınlanmamış Doktora Tezi, YÖK Dokümantasyon Merkezi, Etiket No:106724 )

**Soysal** Tamer, İnternet Alan Adlarının Korunması, yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004.

**Yeo** Elaine, La Résolution Juridicaire des Conflits Entre Marques et Noms de domaine en France et aux Etats-Unis, Yayınlanmamış DESS Tezi, Paris, 2002.

## MAKALELER

**Anık** Gülgün, İnternet Alan Adı, FMR, C.5 2005/4.

**Arıkan** Fahri Murat, Markaların Alan Adlarına Karşı Korunması, İstanbul Barosu Dergisi, C.74, sayı 7-8, 2000.

**Arkan** Sabih, Haksız Rekabet – Gelişmeler – Sorunlar, Batider, Aralık 2004, C. XXII sayı 4.

**Arkan** Sabih, Marka Hakkına Tecavüz – İşaretin Markasal Olarak Kullanılması Zorunluluğu?, Batider, Haziran 2000, C. XX.

**Arseven** Haydar, Alameti Farika Hakkının Mahiyeti, Gayri Kanuni Rekabetle Münasebeti ve Doğumu, İstanbul Hukuk Fakültesi Mecmuası, 1956, C.16.

**Astic** Valérie / **Larrieu** Jaques, Des Rugissements aux Odeurs: l'Évolution des Marques Commerciales, Recueil Dalloz, 1998, Chroniques.

**Bou Khater** Christian Elias, Le nom de domain au sein du concept des signes distinctifs, RLDI no: 11, Décembre 2005.

**Bozbel** Savaş, Domain Names (İnternet Alan Adları) ve ICANN-Tahkim Usulü, Temmuz 2002, [http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/domain\\_names.htm#\\_ftn27](http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/domain_names.htm#_ftn27)

**Bozbel** Savaş, Domain Names (İnternet Alan Adları) ve ICANN-Tahkim Usulü, Prof.Dr. Ömer Teoman'a 55'inci Yaş Günü Armağanı, C.I, 2002, Beta, İstanbul.

**Bozbel** Savaş, İnternet Alan Adı (Domain Name) Müracaat ve Tescil Uygulamaları - Dünyadaki Uygulamalar Işığında Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi -, e-akademi, Şubat 2004-Sayı 36, <http://www.e-akademi.org/makaleler/sbozbel-3.htm>.

**Bucki** Céline, Le conflit entre marque et de noms de domaine, Revue du Droit de la Propriété Intellectuelle, no: 112, juin 2000.

**Caron** Christophe, La Procédure UDRP Ne Rime Pas Avec Arbitrage, Com. Comm. Elect. Mars 2005 Commentaires No. 38.

**Carpenter** Brian E., Request for Comments (RFC): 1958, architectural principles of the internet, Haziran 1996, <ftp://ftp.rfc-editor.org/in-notes/rfc1958.txt>,

**Carus-Wilson** E. M., An Industrial Revolution of the Thirteenth Century, *The Economic History Review*, 1941, Vol. 11, No. 1.

**Cerf** Vint, A Brief History of the Internet and Related Networks, <http://www.isoc.org/internet/history/cerf.shtml>.

**Chouraqui** Jérôme, Le Droit des Noms de Domaine sur Internet ou la Notion de Marque de Fabrique Revisitée, Revue du Droit de la Propriété Intellectuelle, N° : 70 Décembre 1996.

**Çağlar** Hayrettin, 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'de 28.01.2009 Tarihinde Yapılan Değişiklikler Üzerine Bir Değerlendirme, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. XI S. 2007/1-2.

**Damilaville** Loïc, Définir une strategie de réservation de noms de domaines dans le monde, Droit des technologies avancées, Vol.8 No: 1/200

**Drew** Jeremy, Domain Name Litigation – An English Perspective, Trademark World Domain Name and E-commerce, IBA Special Issue 2002.

**Dreyfus** Nathalie, Noms de Domaines et Recherche d'Antériorité: Même Approche que pour les Marques, Expertises octobre 2004.

**Dumout** Estelle, Détournement de logo: le Réseau Voltaire gagne en appel contre Danone, <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,2134212,00htm>.

**Edelman** Bernard, jeboycottedanone.com, Rcuil Dalloz 2001, chronicques sh. 1602;

**Erdem** Ercüment, Rekabet Hukuku ve Haksız Rekabet İlişkisi, Prof. Dr. Ömer Teoman'a 55. Yaş Günü Armağanı, Beta, İstanbul, 2002, C.I.

**Eyüboğlu** Samiye, Tanınmış Marka, Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi (FMR), 2001/2.

**Fabre** Cyril, De l'antériorité d'un Nom de Domaine sur une Marque, Expertises, janvier, 2001.

**Garlin-Ferrard** Odile, L'Élaboration de la Nature et du Régime Juridiques du Nom de Domaine au Travers des Conflits Avec la Marque, Dossiers Propriété Intellectuelle, Vol. III et IV, 2002.

**Garlin-Ferrard** Odile, L'elaborartion de la nature et du régime juridiques de noms de domaine au travers des conflits avec la marque, Dossiers Propriété intellectuelle, 2002-III et IV.

**Garlin-Ferrard** Odile, Nature et regime juridiques du nom de domaine au travers des conflits avec la marque, [www.legalbiznext.com](http://www.legalbiznext.com).

**Gillet** Emmanuel, Célébrités: La Preuve d'un Droit de Marque en UDRP, Domainesinfo, 25.08.2009, <http://www.domainesinfo.fr/chronique/266/emmanuel-gillet-celebrites-la-preuve-d-un-droit-de-marque-en-udrp.php>,

**Gillet** Emmanuel, Droits et Intérêts Légitimes du Titulaire du Nom de Célébrité, Domainesinfo, 25.08.2009, <http://www.domainesinfo.fr/chronique/268/emmanuel-gillet-droits-et-interets-legitimes-du-titulaire-du-nom-de-domaine-de-celebrite.php>

**Gillet** Emmanuel, Noms de Domaine et Sites Parking (1ère partie), Domainesinfo, 10.03.2009, <http://www.domainesinfo.fr/chronique/243/emmanuel-gillet-noms-de-domaine-et-sites-parking-1ere-partie.php>

**Gillet** Emmanuel, Noms de Domaine et Sites Parking (2ème partie) Domainesinfo <http://www.domainesinfo.fr/chronique/244/emmanuel-gillet-noms-de-domaine-et-sites-parking-2eme-partie.php>

**Gillet** Emmanuel, Noms de Domaine et Sites Parking (3ème partie) Domainesinfo 24.03.2009, <http://www.domainesinfo.fr/chronique/245/emmanuel-gillet-noms-de-domaine-et-sites-parking-3eme-partie.php>,

**Gillet** Emmanuel, UDRP: La Preuve de la Mauvaise Foi, Difficile mais pas Impossible, 13.05.2009, <http://www.domainesinfo.fr/chronique/249/emmanuel-gillet-udrp-la-preuve-de-la-mauvaise-foi-difficile-mais-pas-impossible.php>,

**Glaize** Frédéric, UDRP: Une Décision Rendue par le Centre d'Arbitrage et de Mediation de l'OMPI Est-elle une Sentence Arbitrale?, RLDI, No1, Janvier 2005.

**Guillemin** Christophe, Droit des Marques: Greenpeace remporte une ultime victoire face à Esso, <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39140384,00htm>

**Haas** Gérard / **Tissot** Olivier de, “jeboycottedanone.com” Les limites du droit des marques, Expertises, juillet 2003, no: 272.

**Huet** Jérôme, Affaire Danone, [http://www.cejem.com/article.php3?id\\_article=7&var\\_recherche=affaire+danone](http://www.cejem.com/article.php3?id_article=7&var_recherche=affaire+danone)

**Isenberg** Doug, Multilingual Domain Names May Create New Trademark Disputes, <http://www.gigalaw.com/articles/2000-all/isenberg-2000-11c-all.html>

**Kale** Serdar, İnternet Alan Adlarının (Domain Name) Haczine Dair Alman Federal Mahkemesi Kararı, MÜHF-HAD, C. 13 S. 1-2.

**Karahan** Sami, Haksız Rekabet Davalarında Dava Zamanaşımaları ve Sessiz Kalma Nedeniyle Hakkın Kaybedilmesi İlkesi, Prof. Dr. Hayri Domaniç’e 80’inci Yaş Günü Armağanı, Beta, İstanbul, 2001

**Kırca** İsmal, Tescilli Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Alan Adı Olarak Kullanılması, Prof. Dr. Ömer, Teoman’a 55’inci Yaş Günü Armağanı, Beta, İstanbul, 2001, C.I.

**Larrieu** Jacques, Protection d’une marque renommée contre le cyberpiratage, Expertises, août – septembre 1999.

**Leiner** Barry M. / **Cerf** Vinton G./ **Clark** David D. /**Kahn** Robert E. / **Kleinrock** Leonard / **Lynch** Daniel C. /**Postel** Jon /**Roberts** Larry G. / **Wolff** Stephen, A Brief History of the Internet, <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml#LGR67>.

**Lobelson** William, Protection des Marques sur Internet, CNCPI, no: 17 mai 1999i

**Loiseau** Grégoire, Nature Juridique du Nom de Domaine, Droit des technologies avancées, Vol.8 No: 1/2001.

**Loiseau** Grégoire, Nom de Domaine et İnternet: Turbulences Autour d’un Nouveau Signe Distinctif, Recueil Dalloz, 23é Chaier. Chronique. 1999.

**Manara** Cédric, A Propos du Cractère des Noms de Domaine, Recueil Dalloz, Chaier Droit des Affaires, 6 janvier 2000, No: 1/6966.

**Manara** Cédric, Comment un distributeur peut-il exercer son activité sur le web? (éléments de réponse), Recueil Dalloz, 2000, Actualité jurisprudentielle.



**Manara** Cédric, D'autres Domaines du Nom de Domaine, Comm. Com. Electr. Juin 2001 chr. 16.

**Manara** Cédric, L'Utilisation du signe distinctif d'autrui en tant que nom de domaine est-elle licite?, Recueil Dalloz, 2000, Actualité Jurisprudentielle.

**Manara** Cédric, Observation de l'évolution des noms de domaine, Dalloz 2001, no:36.

**Manara** Cédric, Que faire d'un nom de domaine combinant plusieurs marques dont les propriétaires sont différents?, Recueil Dalloz, 2002, Sommaires commentés.

**Memiş** Tekin / **Can** Mustafa, Elektronik Ortamda Haksız Rekabet Halleri, Mevzuat Dergisi, Yıl: 2 Sayı: 81 Eylül 2004, <http://www.mevzuatdergisi.com/2004/09a/04.htm>, Çevrimiçi: 07.04.2010.

**Memiş** Tekin, Alan İsmi Etrafında Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji, Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu 2001, Ankara 2001.

**Memiş** Tekin, Alan Adları ve tr. Alan Adı Politikalarına Eleştirel Bir Yaklaşım, <http://www.e-akademi.org/makaleler/tmemis-9.htm>

**Memiş** Tekin, İnternette Cins ve Meslek İsimlerinin Alan İsmi olarak kullanılması ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, AÜEHFD, C. IV, S. 1-2, 2000.

**Mockapetris** Paul, RFC: 882, Domain Names - Concepts And Facilities, November 1983.

**Monelli** Yvan, Droit de l'Internet (Chr.), JCP E 2000 no: 16

**Nappey** Alexandre, Commerce électronique et distribution: le conflit de réseaux, Expertises, avril 2001, sh 143.

**Nomer** Füsün, İnternet Alan Adının (domain name) Hukuki Niteliği ve Marka ve Ticaret Unvanı Gibi Ayırt Edici Ad ve İşaretler ile Arasında Benzerlik Bulunması Sebebiyle Doğabilecek Hukuki Sorunlar (İnternet Alan Adları ve Haksız Rekabet), Prof. Dr. Hayri Domaniç'e 80. Yaşgünü Armağanı, Cilt I, Beta, İstanbul 2001.

**Nomer** Füsün, Tanınmış Marka: Nike, Prof. Dr. Erdoğan Moroğlun'na 65. Yaş Günü Armağanı, 2.baskı, Beta, İstanbul, 2001.

**Olszak** Norbert, La propriété industrielle est-elle bien une propriété?, D.2002, jurisprudence.

**Oytaç** Kutlu, Avrupa Birliği Markası (OTM) Nasıl Elde Edilir?, İstanbul Barosu Dergisi, S.7-8-9, C.70, 1996.

**Oytaç** Kutlu, Tanınmış Markalarda Uluslararası ve Ulusal Kavram Kargaşasına Son, FMR, 2001/3.

**Özbay** İbrahim, Alternatif Uyuşmazlık Çözüm Yöntemleri, EÜHFD, C. X, S. 2006/3-4.

**Özdamar** Mehmet / **Ermenek** İbrahim, Haksız Rekabet Davaları ve Korunan Menfaat, FMR, C. 7 S. 2007/3.

Patrice de **Candé** Patrice de, Conflit noms de domaine-marques : Premières décisions de jurisprudence UDRP, Recueil Dalloz Sirey, n° 35, 12/10/2000.

**Peter** Ian, <http://www.nethistory.info/History%20of%20the%20Internet/beginnings.html>

**Peter** Ian, The beginnings of the Internet, <http://www.nethistory.info/History%20of%20the%20Internet/beginnings.html>

**Postel** Jon, Domain Name System Structure and Delegation, RFC 1591, march 1994, <ftp://ftp.rfc-editor.org/in-notes/rfc1591.txt>.

**Postel** Jon, Request for Comments: 1591, March 1994, <http://www.isi.edu/in-notes/rfc1591.txt>

**Postel** Jon, RFC:805, Computer Mail Meeting Notes, 8 ferbruary 1982.

**Regnier** Catherine, UDRP versus Cybersquatting, Droit des technologies avancées, Vol.8 No: 1/200.

**Rojinsky** Cyril / **Leaurant** Olivier, Créer et Exploiter un site Web, Lamy/Echos, 2000.

**Schaming** Bernard, Internet l'émergence de la marque mondiale de fait, Petites Affiches, 9 mars 2001, no: 49

**Schechter** Frank I., Rational Basis of Trademark Protection, Harward Law Review, 1927-27 Vol. 40.

**Sertillanges** Thomas, Raison Sociale, Marque et Nom de Domaine, [www.domainesinfo.fr](http://www.domainesinfo.fr) 12.09.2006

**Stewart** David J. / **Lee** Robert L., Foreign-Character Domain Names and New Top-Level Domains Create More Trademark Issues, <http://www.gigalaw.com/articles/2000-all/stewart-2000-11-all.html>

**Su Zaw-Sing / Postel Jon**, Request for Comments (RFC): 819, The Domain Naming Convention for Internet User Applications, <ftp://ftp.rfc-editor.org/in-notes/rfc819.txt>.

**Tekinalp Ünal**, Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Kullanılması, Prof. Dr. Oğuz İmregün'e Armağan, Beta, 1998.

**Tekinalp Ünal**, Markanın Üçüncü Kişi Tarafından Kullanılması, Prof. Dr. Oğuz İmregün'e Armağan, Beta, 1998.

**Tekinalp Ünal**, Yeni Marka Hukukunda Tescil İlkesi ve Tescilsiz İşaretlerin Hukuki Durumu, Prof. Dr. Kenan Tunçomağ'a Armağan, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Eğitim Öğretim ve Yardımlaşma Vakfı, 1997.

**Tekinalp Ünal**, Yeni Marka Hukukunda Tescil İlkesi ve Tescilsiz İşaretlerin Hukuki Durumu, Prof. Dr. Kenan Tunçomağ'a Armağan, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Eğitim Öğretim ve Yardımlaşma Vakfı, 1997.

**Temir İlker**, IPAdreslemeye Genel Bakış, <http://www.ilkertemir.com/document/tcpip.html>

**Tissot Nathalie**, le Droit des Marques et Internet, Aspects juridiques du commerce électronique, Séminaire de l'Association genevoise de droit des affaires, sous la direction de Vincent Jeanneret, Schulthess, Zurich, 2001.

Valérie **Astic/ Jaques Larrieu**, Des Rugissements aux Odeurs: l'Évolution des Marques Commerciales, Recueil Dalloz, 1998, Chroniques.

**Van Gelder Stéphane**, Nouvelles extensions : expression d'intérêts en 2010, soumission des dossiers en 2011, , [www.domainesinfo.fr](http://www.domainesinfo.fr) 17.12.2009.

**Viala Monique**, Le contentieux des noms de domaines: confirmation et limites de l'application des règles "classiques" du droit français, Recueil Dalloz, Jurisprudence commentaires.

**Viala Monique**, Nom de domaine – Internet: le droit cherche ses marques, Recueil Dalloz, 1999, Jurisprudence.

**Vital-Durant Stéphan**, Conflit Entre Le Nom de Domaine et Marque : Premier exploité, premier protégé, Expertises, Avril 2000.

**Vivant** Michel, Le Site Marchand: Carrefour des Droits, Le Droit de l'Entreprise et Internet Actes du Colloque de Marseille (15 Juin 2001), Presses Universitaires d'Aix Marseille, 2002, sh. 35 vd.

**Yasaman** Hamdi, Paris Anlaşması Anlamında Tanınmış Markalar, Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 1/2002.

**Yasaman** Hamdi, Tanınmış Markalar, Arslanlı Armağanı, İstanbul, 1978.

**Yaşar** Mert, Alan Adları ve ICANN Tahkimi, GÜHFD 2004/1.

## KARARLAR

**Ankara 1 Sulh Ceza Mah.** 05.05.2008 Tarih ve 2008/402 D.ış, numaralı ihtiyati tedbir kararının metni için Bkz. <http://www.inetd.org.tr/youtube/youtube-mahkeme.pdf>

**CA Lyon** 5 Juillet 1979, Bkz. JCP G 1981, II, 19590.

**CA Paris**, 11998, SNC Alice c/ SA Alice JCP E, I, no: 23 sh 955, 1999

**CA Paris**, 18 octobre 2000, Virgin Interactive Entertainment Ltd – France Télécom, D. 2001, no. 17, sh. 1379

**CA Paris**, 4e ch., section A, 30 avril 2003, Olivier M., Réseau Voltaire c/ Compagnie Gervais Danone, Groupe Danone, Expertises, juillet 2003, no: 272 sh. 266.

**CA Versailles** 12e ch.14 septembre 2000, Alifax c/ Sony Corporation et Sony France, Expertises, avril 2001, sh 148

**CA. Gand**, 9 février 2004, “lifestyle.be”, Intellectuele Rechten – Droits Intellectuels (IRDI), 2004, sh.235.

**European Court of Human Rights** Fifth Section Decision as to The Admissibility of Application nos. 25379/04, 21688/05, 21722/05 and 21770/05 by PAEFFGEN GMBH against

Germany,

[http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?item=1&portal=hbkm&action=html&highlight=P\\_AEFFGEN%20%20GMBH%20%20Germany&sessionId=58551921&skin=hudoc-fr](http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?item=1&portal=hbkm&action=html&highlight=P_AEFFGEN%20%20GMBH%20%20Germany&sessionId=58551921&skin=hudoc-fr)

**National Arbitration Forum** Decision, America Online, Inc. v. David Nasi, Claim Number: FA0111000102525 February 1, 2002, <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/102525.htm>

**National Arbitration Forum** Decision, FA 1124299, Solstice Marketing Corporation v. GreenTree Hosting, LLC., February 8, 2008, <http://domains.adrforum.com/domains/decisions/1124299.htm>

**National Arbitration Forum** Decision, FA 1128992, *TamarindArt LLC v. Last Mile Research, LLC*, March 3, 2008, <http://domains.adrforum.com/domains/decisions/1128992.htm>

**National Arbitration Forum** Decision, FA94640, Spectrum Quality Products v. Spectrum Chemicals, <http://domains.adrforum.com/domains/decisions/94640.htm>, June 1, 2000

**National Arbitration Forum** Decision, FA96320, Canned Foods v. Ultra Search, <http://domains.adrforum.com/domains/decisions/96320.htm>, February 13, 2001

**TGI Essen**, 22 septembre 1999, Comm. Com. Electr, mars 2000.

**TGI Mans**, 29 juin 1999, Microcaz / Oceanet ve SFDI, Expertises, Avril, 2000

**TGI Nanterre** 2e ch., 20 mars 2000, Sony Corporation c/ Sté Alifax, Recueil Dalloz, 2000, Actualité jurisprudentielle.

**TGI Nanterre**, 1 ère ch., section A, 20 septembre 2000, Bkz. <http://www.juriscom.net/txt/jurisfr/ndm/tginanterre20000920.htm>.

**TGI Paris** 3e ch. 3e section, 9 juillet 2004, Sté AREVA c/ Association Greenpeace France, Association Greenpeace New Zeland et Internet.fr, [www.juriscom.net/jpt/visu.php?ID=552](http://www.juriscom.net/jpt/visu.php?ID=552).

**TGI Paris**, 12 mars 1998, Alice sté c/ Alice sté, Recueil Dalloz, 1999, Jurisprudence.

**TGI Paris**, 31é ch., 8 avr. 2005, Ministère public/ NicoleT. Et Automatic Answer Communication, Revue Lamy Droit l'Immatériel, RLDI Septembre 2005, no.8.

**TGI Paris**, 3e ch. 23 mars 1999, SNC Alice c/ SA Alice, Revue Lamy Droit des Affaires, no 17, 1999.

**TGI Paris**, 3e ch. 2e section, 30 janvier 2004, Esso c/ Greenpeace, Internet.fr, Expertises, no: 281 mai 2004, sh. 197.

**WIPO** Administrative Panel Decision , D2008-0588, Robbie Williams v. Howard Taylor, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0588.html>, August 8, 2002, Çevrimiçi 17.10.2009

**WIPO** Administrative Panel Decision, Aventis, Aventis Pharma SA. v. Domain King, Case No. D2004-0977.

**WIPO** Administrative Panel Decision, Aventis, Aventis Pharma SA. v. Domain King, Case No. D2004-0977, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2004/d2004-0977.html>.

**WIPO** Administrative Panel Decision, D2007-0850, Christian Dior Couture Company v. Domains by Proxy Inc and Sherif Hassanin, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2007/d2007-0850.html>.

**WIPO** Administrative Panel Decision, D2008-0233, Kooks Custom Headers, Inc. v. Global DNS, LLC, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0023.html>, March 6, 2008.

**WIPO** Administrative Panel Decision, D2008-1155, Roche Products Inc. v. Michael Robert, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0023.html>, September 28, 2008.

**WIPO** Administrative Panel Decision, DRO2006-0001, Inter-IKEA Systems B.V. v. SC Agis International Sport S.R.L., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2006/dro2006-0001.html>

**WIPO** Administrative Panel Decision, Kurtsan İlaçları A.S. v. İsmail Ahmet Tokcan/Nedim Ayaz, Case No. D2006-0168, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2006/d2006-0168.html>

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0177, Port Aventura, S.A. v. Fred McCaw c/o Chelsey McCaw Publishing, Inc. , <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0177.html>, April 1, 2008.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-0279, Mission KwaSizabantu c/ Benjamin Rost, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0279.html>.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1263, *Grundfos A/S v. Bridge Port Enterprises Limited*, November 25, 2008, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/.../d2008-1263.html](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/.../d2008-1263.html)

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DRO2008-0012, *Burger King Corporation v. Burger King S.R.L.*, September 15, 2008, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/dro2008-0012.html>

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DTV2001-0003, April 5, 2001, *eMedicine.com v. Lim*, <http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/word/2001/dtv2001-0003.doc>

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2001-0210, April 16, 2001, *Awesome Kids v. Selavy Communications*, <http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0210.doc>

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-0548, *Microsoft v. Microsoft.com*, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0548.html>, July 21, 2000

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2001-0098, *Hong Kong Trade Development Council v. Ting, Tiffany*, <http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0098.doc>, May 3, 2001

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1253, *Intuit Inc. v. Salvia Corporation*, October 15, 2008, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1253.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1253.doc).

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0127, *Hurriyet Gazetecilik Ve Matbaacilik A.S. v. Infomed*, March 30, 2008, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0127.html>.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0928, *Mediastay contre M. A.*, 12 août 2008, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0928.html>.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1474, *Serta Inc. v. C. D.*, November 20, 2008, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1474.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1474.doc).

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-1838, April 17, 2002, Celine Dion and Sony Music Entertainment (Canada) Inc. v. Jeff Burgar operating or carrying on business as Celine Dion Club, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0141.html>.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0023, Carboatmedia société par actions simplifiée v. Foreign Dimension, March 6, 2008, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0023.html>.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0844, Intuit Dr. Angela Stevens v. Azeras LLC, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0844.html>, July 28, 2008.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-0003, Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0003.html>, February 18, 2000.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, DTV2008-0002, Vente-Privee.com v. Mawuna Koutonin, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/dtv2008-0002.html>, 17 mars 2008.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0936, ITT Manufacturing Enterprises, Inc., ITT Corporation v. Douglas Nicoll, Differential Pressure Instruments, Inc., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0936.html>, November 7, 2008

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0111, Digital Platform Iletisim Hizmetler A.S. v. Digiturk Co., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0111.html>, March 20, 2008.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1192, Patek Philippe S.A. v. General Estates, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1192.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1192.doc), October 22, 2008.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1029, Smith & Nephew plc v. Wesley Perkins, Smith and Nephew Trading,



<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-1029.html>, September 8, 2008.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-1434, Anne et Alain Riou contre Matthieu Vigreux, ICLICMEDIA, [www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1434.doc](http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/word/2008/d2008-1434.doc), 20 novembre 2008.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2008-0081, SFMI - Micromania v. Domain Drop S.A., <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2008/d2008-0081.html>, 13 mars 2008.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2002-0733, Tour de Charme, S.A.R.L., Sony Music, Entertainment (Holland) B.V. et Mademoiselle Patricia Kaas contre Stars en Direct, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0733.html>, November 1, 2002.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-1415, Nicole Kidman v. John Zuccarini, d/b/a Cupcake Party, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-1415.html>, January 23, 2001.

**WIPO** Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision, D2000-0210, Julia Fiona Roberts v. Russell Boyd, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html>, May 29, 2000.

**WIPO**, Administrative Panel Decision Tarkan Tevetoglu and H.I.T.T. Muzik Produksiyon Tanıtım Turizm Sanayi Ve Dis Ticaret Ltd.Sti., v. Deep.Net, Corp. Case No. D2002-0278, June 6, 2002, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0278.htm>.

**Yargıtay** 11. HD. 2003/13570E. 2004/10024K.

**Yargıtay** 11. HD, 2002/4924 E, 2002/9251 K.

**Yargıtay** 11. HD, 2004/6208 E, 2005/3277K.

**Yargıtay** 11. HD. 1997/8665E, 1998/1705 K.

**Yargıtay** 11. HD. 1998/2026 E., 1998/3741K.

**Yargıtay** 11. HD. 1999/9678 E2000/3001K.

**Yargıtay** HGK 1988/879 E., 1998/358K.

**Yargıtay** 11. HD 1997/8665 E., 1998/1705 K.

**Yargıtay** 11. HD 1999/9678 E., 2000/3001 K.

**Yargıtay** 11. HD 2000/8169 E., 2000/1761 K.

**Yargıtay** HGK, E. 2007/11-965, K. 2007/961

## İNTERNET KAYNAKLARI

<http://kurul.ubak.gov.tr/calgrup01.php>

<http://www.adrforum.com/>

[http://www.arbcourt.cz/en\\_index.php](http://www.arbcourt.cz/en_index.php).

<http://www.coe.int/>

<http://www.iana.org/faqs/abuse-faq.htm#StructureofIPAddresses>

<http://www.icann.org/>

<http://www.icann.org/en/dndr/udrp/approved-providers.htm>

<http://www.icann.org/en/dndr/udrp/former-providers.htm>

<http://www.icann.org/en/dndr/udrp/uniform-rules-24oct99-en.htm>

<http://www.icann.org/en/udrp/udrp-policy-24oct99.htm>

<http://www.icann.org/general/glossary.htm#R>,

<http://www.iso.org/iso/en/prods-services/iso3166ma/02iso-3166-code-lists/list-en1.html>

<http://www.nic.tr>

<http://www.tnb.org.tr/>

<http://www.tpe.gov.tr>

[http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/marka\\_tanin\\_esas.pdf](http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/marka_tanin_esas.pdf)

<http://www.wipo.int/amc/en/>

<https://www.adndrc.org/index.html>



## ÖZGEÇMİŞ

1980 yılında Edirne’de doğdu. İlk okulu Tekirdağ Namık Kevmal İlkokulunda okuduktan sonra, orta öğrenimini sırasıyla Güzelyurt Türk Maarif Koleji (KKTC), Burdur Anadolu Lisesi ve Diyarbakır Nevzat Ayaz Anadolu Lisesinde tamamladı. Lisans eğitimini 2001 yılında Marmara Üniversitesi hukuk Fakültesinde tamamladıktan sonra 2007 yılında Strasbourg Robert Schuman Üniversitesi Uluslararası Sınâî Mülkiyet Çalışmaları Merkezi’nde (CEIPI) Fikri Mülkiyet Hukuku Yüksek Lisans’ı yaptı. Halen Strasbourg Üniversitesi’nde doktora öğrencisi olan Emrah ÖNGÖREN 2003 yılından bu yana İstanbul Barosu’na kayıtlı bulunmaktadır.

## TEZ ONAY SAYFASI

**Üniversite** : Galatasaray Üniversitesi  
**Enstitü** : Sosyal Bilimler Enstitüsü  
**Adı Soyadı** : Emrah ÖNGÖREN  
**Tez Başlığı** : Marka Hukuku ve İnternet Alan Adları  
**Savunma Tarihi** : 14.09.2010  
**Tez Danışmanı** : Prof. Dr. Hamdi YASAMAN

## JÜRİ ÜYELERİ

Ünvanı,	Adı	Soyadı	İmza
Prof. Dr.	Hamdi	YASAMAN	
Doç. Dr.	Tekin	MEMİŞ	
Yard. Doç. Dr.	Ali	DURAL	

  
Enstitü Müdürü  
Prof. Dr. V. Mehmet BOLAK