

**İNTERNET ALAN ADI  
UYUŞMAZLIKLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI:  
KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ**

**Zeliha KARAMAN**

**(Yüksek Lisans Tezi)**

**Eskişehir, 2016**

**İNTERNET ALAN ADI  
UYUŞMAZLIKLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI:  
KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ**

**Zeliha KARAMAN**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Özel Hukuk Anabilim Dalı**

**Danışman: Yard. Doç. Dr. Neval Okan**

**Eskişehir**

**Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Temmuz, 2016**

Bu tez çalışması Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu tarafından kabul edilen 1507E568 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Zeliha KARAMAN'ın "İnternet Alan Adı Uyuşmazlıkları ve Çözüm Yolları: Karşılaştırmalı Bir Analiz" başlıklı tezi 14 Temmuz 2016 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan **Özel Hukuk** Anabilim Dalında, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd.Doç.Dr.Neval OKAN

Üye : Doç.Dr.Ömer KORKUT

Üye : Yrd.Doç.Dr.Ezgi Başak DEMİRAYAK

Doç.Dr.Fatih TEMİZEL  
Anadolu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdür Vekili

**Yüksek Lisans Tez Özü**  
**İnternet Alan Adı Uyuşmazlıkları ve Çözüm**

**Yolları: Karşılaştırmalı Bir Analiz**

**Zeliha KARAMAN**

**Özel Hukuk Anabilim Dalı**

**Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2016**

**Danışman: Yard. Doç. Dr. Neval OKAN**

İnternetin hızlı gelişimi, web sitelerine erişimde belirteç görevi gören alan adlarına ilişkin uyuşmazlıkların artmasına neden olmuştur. Mevcut hukuki düzenlemeler, alan adına ilişkin çıkan farklı uyuşmazlıkların çözümünde yetersiz kalmaktadır. Her geçen gün farklılaşan bu uyuşmazlıklara uygulanabilecek en yaygın çözüm yolları dava açmak veya uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurmaktır. Bu çalışmada, özel hukuk çerçevesinde hem Türk hem de Amerikan hukukunda alan adına ilişkin hukuki düzenlemeler incelenmektedir. Ayrıca, uyuşmazlıklara uygulanabilecek en genel çözüm yolları ele alınmaktadır. Böylece mevcut çalışma, uyuşmazlıklarla karşı karşıya kalan hak sahiplerine yararlı bilgiler sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Alan adı, alan adı uyuşmazlıkları, uyuşmazlık çözüm mekanizması, UDRP, ACPA.

**Abstract**  
**Domain Name Disputes and Possible Solutions:**  
**A Comparison Analysis**  
**Zeliha KARAMAN**  
**Department of Private Law**  
**Anadolu University Institute of Social Sciences, July 2016**  
**Advisor: Asst. Prof. Dr. Neval OKAN**

The rapid developments in the internet lead to disputes about domain names, which act as an indicator. The current legal rules remain insufficient in solution to different domain name disputes. There are two widely used solution mechanisms to resolve these disputes, which include bringing an action and domain name dispute resolution policy. This paper examines legal rules for domain names in both Turkish and American law in the context of private law. Furthermore, it addresses the widely used resolution mechanism for these disputes. As a result, the current paper presents useful information about the mechanism to people facing the domain name disputes who has rights on the relevant domain name.

**Keywords:** Domain name, domain name disputes, dispute resolution policy, UDRP, ACPA.

14/07/2016

### **ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ**

Bu tez çalışmasının bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumunda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Her hangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Zeliha KARAMAN

## İçindekiler

Jüri ve Enstitü Onayı.....	ii
Yüksek Lisans Tez Özü .....	iii
Abstract.....	iv
Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi .....	v
Özgeçmiş.....	vi
Tablolar Listesi .....	ix
Şekiller Dizini .....	x
Kısaltmalar Listesi .....	xi
Giriş.....	1
<b>1 İnternet ve Alan Adı Sistemi .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 İnternetin Tarihi.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Alan Adı Sistemi.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1 Alan adı sisteminin hiyerarşik yapısı .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.2 Alan adlarının yönetimi ve tescili .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.3 Uluslararası Üst Seviye Alan Adları (Internationalized Top Level Domains – iTLD) .....</b>	<b>22</b>
<b>1.2.4 Alan adlarının önemi .....</b>	<b>22</b>
<b>1.2.5 Alan adlarının hukuki niteliği .....</b>	<b>25</b>
<b>2 Alan Adı Uyuşmazlıkları .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1 Alan Adı Uyuşmazlıklarına Genel Bakış .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2 Alan Adı Uyuşmazlıklarının Nedenleri.....</b>	<b>28</b>
<b>2.3 Alan Adı Uyuşmazlık Çeşitleri.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3.1 Klasik alan adı korsanlığı (Classic cybersquatting) .....</b>	<b>32</b>
<b>2.3.2 Ticari olmayan alan adı korsanlığı (Noncommercial cybersquatting) .....</b>	<b>35</b>
<b>2.3.3 Ters yönde alan adı korsanlığı (Reverse domain name hijacking) ....</b>	<b>37</b>
<b>2.3.4 Meşru hak sahipleri arasındaki uyuşmazlıklar .....</b>	<b>39</b>
<b>2.3.5 Kişi adlarını içeren uyuşmazlıklar .....</b>	<b>40</b>
<b>2.3.6 Coğrafi işaretler, coğrafi yerler, kültürel değere sahip adlara ilişkin uyuşmazlıklar.....</b>	<b>41</b>
<b>2.3.7 Tüm kategorilerde ortak görülebilecek uyuşmazlıklar .....</b>	<b>42</b>
<b>3 Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Yolları .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1 Genel Üst Seviye Alan Adlarına İlişkin Çıkan Uyuşmazlıklarda Başvurulabilecek Yollar .....</b>	<b>48</b>

3.1.1	Tarafların anlaşması.....	49
3.1.2	Uyuşmazlığın dava yoluyla çözülmesi.....	49
3.1.3	Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Politikası (UDRP) kapsamında uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma.....	50
3.2	Amerikan Hukukunda Alan Adı Uyuşmazlıkları İçin Başvurulabilecek Yollar.....	72
3.2.1	Marka Kanunu (Lanham Act) kapsamında dava açılması .....	73
3.2.2	Federal Markaların Sulandırılması Kanunu (Federal Trademark Dilution Act –FTDA) kapsamında dava açılması.....	75
3.2.3	Alan Adı Korsanlarına Karşı Tüketiciyi Koruma Kanunu (Anticybersquatting Consumer Protection Act- ACPA) kapsamında dava açılması .....	77
3.3	ACPA Kapsamında Dava Açma ve UDRP Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmasına Başvurma Yöntemlerinin Karşılaştırması.....	83
3.4	Türk Hukukunda Alan Adı Uyuşmazlıkları için Başvurulabilecek Yollar .....	85
3.4.1	Uyuşmazlığın dava yoluyla çözülmesi.....	86
3.4.2	İnternet Alan Adları Yönetmeliği kapsamında uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma .....	92
3.4.3	Dava yolu ile uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma yöntemlerinin karşılaştırması.....	97
	Sonuç.....	98
	Kaynakça .....	100

## Tablolar Listesi

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1 Oluşturulan ilk gTLD'ler.....	8
Tablo 2 2010 yılında eklenen gTLD'ler.....	8
Tablo 3 2005-2012 yıllarında eklenen gTLD'ler.....	9
Tablo 4 Uyuşmazlıkların en çok görüldüğü üst gTLD'ler ve ilgili tescil kurumları .....	13
Tablo 5 Mevcut durumda belge istenilen ve istenilmeyen “.tr” ülke kodlu alan adları.....	18
Tablo 6 TRABİS sisteminde belge istenilen ve istenilmeyen “.tr” ülke kodlu alan adları.....	19
Tablo 7 UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının avantajları ve dezavantajları.....	68
Tablo 8 ACPA kapsamında dava açma ve UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma yöntemlerinin karşılaştırması.....	83

## Şekiller Dizini

### Sayfa

Şekil 1 Üst seviye alan adları.....	8
Şekil 2 Üst seviye alan adları dünya genelinde kullanım yöntemleri.....	10
Şekil 3 Mevcut durumdaki alan adı uyuşmazlıklarının temel nedenleri.....	30
Şekil 4 Alan adlarına ilişkin uyuşmazlıkların gruplandırılması.....	32
Şekil 5 UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması süreci.....	55
Şekil 6 İnternet Alan Adları Yönetmeliğinde düzenlenen uyuşmazlık çözüm mekanizması süreci.....	94

## Kısaltmalar Listesi

<b>ABD</b>	:	Amerika Birleşik Devletleri
<b>ACDR</b>	:	Arap Alan Adı Uyuşmazlıkları Çözüm Merkezi
<b>ACPA</b>	:	Alan Adı Korsanlarına Karşı Tüketiciyi Koruma Kanunu
<b>ADNDRC</b>	:	Asya Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Merkezi
<b>ASIP</b>	:	Arap Fikri Mülkiyet Topluluğu
<b>AIPMAS</b>	:	Arap Fikri Mülkiyet Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi
<b>BTK</b>	:	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
<b>BK</b>	:	Borçlar Kanunu
<b>CAC</b>	:	Çek Cumhuriyeti Alan Adı Uyuşmazlık Arabuluculuk Merkezi
<b>CIETAC</b>	:	Çin Uluslararası Ekonomik ve Ticaret Arabuluculuk Merkezi
<b>ccTLDs</b>	:	Ülke kodlu üst seviye alan adları
<b>DNS</b>	:	Alan adı sistemi
<b>EHK</b>	:	Elektronik Haberleşme Kanunu
<b>FTDA</b>	:	Federal Markaların Sulandırılması Kanunu

<b>FSEK</b>	:	Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
<b>gTLDs</b>	:	Genel üst seviye alan adları
<b>HKIAC</b>	:	Hong Kong Uluslararası Arabuluculuk Merkezi
<b>IP</b>	:	İnternet protokolü
<b>ICANN</b>	:	İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu
<b>IANA</b>	:	İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi
<b>iTLD</b>	:	Uluslararası üst seviye alan adları
<b>KIDRC</b>	:	Kore İnternet Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Kurulu
<b>KLRC</b>	:	Kuala Lumpur Bölgesel Arabuluculuk Merkezi
<b>m.</b>	:	Madde
<b>NAF</b>	:	Ulusal Arabuluculuk Forumu
<b>NSF</b>	:	Ulusal Bilim Vakfı
<b>ODTÜ</b>	:	Ortadoğu Teknik Üniversitesi
<b>PETA</b>	:	Hayvanlara Etik Muamele İçin Mücadele Edenler Organizasyonu
<b>RUDRP</b>	:	Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Politikası Usul Kuralları
<b>SLDs</b>	:	İkinci seviye alan adları

<b>sTLDs</b>	:	Sponsorlu genel üst seviye alan adları
<b>TTK</b>	:	Türk Ticaret Kanunu
<b>TBK</b>	:	Türk Borçlar Kanunu
<b>TMK</b>	:	Türk Medeni Kanunu
<b>TCP/IP</b>	:	İletim kontrol protokolü / İnternet protokolü
<b>TLDs</b>	:	Üst seviye alan adları
<b>TRABİS</b>	:	“.tr” ağ bilgi sistemi
<b>uTLDs</b>	:	Sponsorsuz genel üst seviye alan adları
<b>UDRP</b>	:	Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Politikası
<b>UÇHS</b>	:	Uyuşmazlık Çözümü Hizmet Sağlayıcısı
<b>WIPO</b>	:	Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü
<b>www</b>	:	Dünyayı saran ağ

## Giriş

İnternet kullanımının yaygınlaşması, yaşamı birçok alanda etkilemiş, internette bulunmak ve bir varlık oluşturmak günlük iletişimin bir parçası haline gelmiştir. İnternetin geniş kitlelerce yaygın olarak kullanılması, internette yapılan ticaretin önemli derecede artmasını sağlamıştır. Ekonominin itici gücü haline gelen internet, artık şirketlerin küresel çaptaki güçlü silahlarından biridir. Dolayısıyla iş dünyası, interneti kar elde edilecek yer olarak görmeye başlamış ve internet gelir getiren karlı kaynaklardan birisi haline gelmiştir. İnternetin bu derece önemli olması, internette istenilen adrese ulaşmayı sağlayan alan adlarını da önemli kılmaktadır. Günümüzde internet alan adları firmaların, resmi kuruluşların ve hatta gerçek kişilerin vazgeçilmez bir parçası olmuştur.

Alan adı kullanımının sanal dünyada varoluşu önemli ölçüde etkilemesinin yanında, hem sosyal hem de ekonomik değer taşıması alan adlarına olan talebi artırmıştır. Sosyal değerinin yanında ekonomik değeri ön plana çıkan alan adları, bugün, ikincil piyasada alınıp satılan varlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, alan adları için finansal piyasa oluşmuştur. Bu piyasada alan adlarının potansiyel getirisine göre finansman bulma olanağı da bulunmaktadır.

Alan adının tescilinin ve kullanımının artması, marka sahipleri ile alan adı sahipleri arasındaki uyuşmazlıklar başta olmak üzere diğer birçok uyuşmazlığı da beraberinde getirmiştir. Uyuşmazlık çeşitleri arttıkça uyuşmazlıkların çözümü de zorlaşmıştır.

Bu uyuşmazlıkların çözümü için uygulanan hukuki düzenlemelere bakıldığında, yaygın olarak kullanılan yöntemler; dava açma ve uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurmaktır. Sıkça tercih edilen bu yöntemlerle uyuşmazlık türlerinin bir kısmı çözüme kavuşmaktadır. Ancak her bir uyuşmazlık türü için henüz tam bir çözüm bulunamamıştır. Alan adı uyuşmazlıklarının çözümü noktasında yapılan düzenlemeler arasında da dünyada birlik sağlanamamıştır. “İnternet Alan Adı Uyuşmazlıkları ve Çözüm Yolları: Karşılaştırmalı Bir Analiz” başlığını taşıyan bu çalışmada, özel hukuk kapsamında alan adı uyuşmazlıklarına uygulanabilecek yaygın hukuki düzenlemelerin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümü “İnternet ve Alan Adı Sistemi” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde alan adlarına ilişkin genel bilgi verilmiştir. Alan adı sisteminin hiyerarşik yapısı açıklanmış, alan adlarının yönetimi ve tescili hakkında bilgi verilmiştir. Alan adlarının önemi üzerinde durulmuş, hızla artan kıt kaynak haline gelmesinin nedenleri vurgulanmıştır.

“Alan Adı Uyuşmazlıkları” başlığını taşıyan ikinci bölümde, alan adlarıyla ilgili çıkan uyuşmazlıklar gruplandırılarak ele alınmıştır. Mevcut olan uyuşmazlık türlerinden sık karşılaşılanlar ele alınarak, uyuşmazlıkların çözümüne ilişkin hukuki düzenlemeler incelenmiştir.

“Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Yolları” başlığını taşıyan son bölümde ise alan adı ile ilgili çıkan uyuşmazlıkların çözüm yolları incelenmiştir. Bu bölümde hem Amerikan Hukukunda hem de Türk Hukukunda uyuşmazlık çözüm mekanizmalarına başvurmanın yanı sıra dava açma hakkında bilgi verilmiştir.

# 1 İnternet ve Alan Adı Sistemi

## 1.1 İnternetin Tarihi

İnternet, ABD Savunma Bakanlığı tarafından 1950 ve 1960lı yıllarda oluşturulan ARPAnet ağına dayanmaktadır. ARPAnet'in temel amacı üsleri birbirine bağlamak ve böylece askeri saldırılara karşı daha etkin mücadele etmektir. Askeri amaçlı oluşturulan ARPAnet, 1969 yılında Jon Postel öncülüğünde bir grup araştırmacı tarafından araştırma birimlerinin kullanacağı şekilde geliştirilmiştir. 1983 yılında ARPAnet, biri askeri diğeri sivil amaçlı olmak üzere iki ayrı kullanıma hizmet sunacak şekilde düzenlenmiştir. Askeri amaçlı kullanımı sağlayan ağ MILnet'tir. Sivil kullanım için oluşturulan ağ ise bu kullanımdaki tüm bilgisayarları birbirine TCP/IP<sup>1</sup> ( İletim Kontrol Protokolü / İnternet Protokolü) protokolü ile bağlayan günümüzde internet olarak bilinen ağıdır<sup>2</sup>.

ARPAnet zamanla yetersiz hale gelmiş; bu nedenle Ulusal Bilim Vakfı (National Science Foundation-NSF) tarafından NSFnet devreye sokulmuştur. 1980li yılların sonunda ise ARPAnet yerini NSFnet'e bırakmıştır. 1990lı yılların ortasında özelleştirilen NSFnet, 1995 yılında kullanımdan kaldırılmış, ticari internet hizmet sağlayıcıları internete erişim hizmetleri sunmaya başlamışlardır<sup>3</sup>.

1989 yılında İngiliz fizikçi Tim Berners Lee tarafından “dünyayı saran ağ (world wide web-www<sup>4</sup>)”ın (kısaca “web”in) keşfedilmesine kadar bu ağ daha çok akademi ve bilim dünyası arasında kullanılmıştır. İlk defa 17 Mayıs 1991'de çalıştırılan web, internet teknolojisinde yeni bir çağ başlatmış, geniş kitlelerin internet ağına katılımını beraberinde getirmiştir<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> TCP / IP, internet ve benzeri bilgisayar ağları üzerinde kullanılan, bilgisayarlar arası veri iletişiminin kurallarını koyan ilk internet iletişim kurallarıdır.

<sup>2</sup> D. Lindsay (2007). *International domain name law ICANN and the UDRP*. Portland, USA: Hart Publishing, s. 1.; S. Johnson (2001). Internet domain name and trademark disputes: shifting paradigms in intellectual property. *Arizona Law Review*, Vol. 43:2, s. 467.

<sup>3</sup> Y. Güçdemir (2003). Bilgisayar ağları, internetin gelişimi ve bilgi kirlenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, sayı 17, s. 374.

<sup>4</sup> Webin temeli internettir. Web, internet üzerinde kurulmuştur ve internetin sunduğu mekanizmalardan çoğunun kullanılmasını sağlar. İnternetin fiziksel görünüşleri dünya üzerindeki diğeri binlerce bilgisayara bağlanmamıza izin verir. Web, internetin en tepesindeki soyutlanmış genel servisler kümesidir. Ayrıntılı bilgi için bakınız: [https://tr.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](https://tr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web). Erişim tarihi: 21.03.2016.

<sup>5</sup> Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun Mayıs 2015'de yayınladığı faaliyet raporuna göre, 2015 yılının 1. çeyreğinde Türkiye'de toplam 42.921.781 internet abonesi bulunmaktadır. Ayrıntılı bilgi için:

## 1.2 Alan Adı Sistemi

Telefon veya posta sistemleri gibi diğer tüm iletişim yöntemlerinde olduğu gibi iletişimin gerçekleştirilebilmesi için internette de adres sistemi gereklidir. Diğer bir ifade ile internete bağlanıldığında, her bilgisayarın benzersiz tanımlayıcı internet protokol (IP)<sup>6</sup> adresinin olması gerekir<sup>7</sup>.

Bilgisayarlar tarafından okunabilen IP adreslerin yanı sıra, internete bağlı her bilgisayara “internet alan adları”<sup>8</sup> olarak bilinen kullanıcılar tarafından okunabilen adlar atanmıştır. Kullanıcı dostu alan adları ile bilgisayar dostu IP adreslerin eşleştirilmesi amacı ile de Alan Adı Sistemi (Domain Name System -DNS) oluşturulmuştur<sup>9</sup>. Bu sistemin kullanılması ilk kez 1971 yılında Postel tarafından önerilmiştir. ARPAnet’in ilk dönemlerinde alan adları kullanılmamış, kullanıcılar, ağ içerisindeki her bir bilgisayara veya ağıta erişmek için bağlanmayı istedikleri bilgisayar veya ağıtın uzun olan ve sayılardan oluşan adreslerini girmişlerdir. Postel, her biri farklı üniversite kampüsüne karşılık gelen sekiz karakterli alan adlarının numerik adreslerin yerine kullanılması fikrini ileri sürmüştür. Böylece numaraların yerine alan adlarının kullanılmasına başlanmıştır. 1981 yılına gelindiğinde 400’den fazla alan adı aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır<sup>10</sup>. O zaman kullanılan bu sistem günümüzde uygulanan Alan Adı Sisteminin temelini oluşturmuştur.

DNS, kullanıcılara 0-255 arası sayılardan oluşan IP adreslerinin yazılmasının yerine alan adının yazılmasına izin vermektedir. Örneğin kullanıcı; “212.175.41.18” yazmak yerine [www.anadolu.edu.tr](http://www.anadolu.edu.tr) yazarak ulaşmak istediği adrese daha kolay erişebilir. DNS, okunabilir adları bilgisayarların anlayacağı IP adreslerine, IP adreslerini ise alan adlarına çevirerek çalışan çift yönlü bir sistemdir. Bu sistem telefon rehberine

---

[http://www.btk.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FSayfalar%2FPazar\\_Verileri%2F2015-Q1.pdf](http://www.btk.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FSayfalar%2FPazar_Verileri%2F2015-Q1.pdf). Erişim tarihi: 31.03.2016.

<sup>6</sup> İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 3/1-h maddesinde IP, “Belirli bir ağa bağlı cihazların birbirini tanımak, birbirleriyle iletişim kurmak ve birbirlerine veri yollamak için kullandıkları, İnternet Protokolü standartlarına göre verilen adres” şeklinde tanımlanmıştır. Resmî Gazete sayısı: 26716, Tarihi: 30.11.2007.

<sup>7</sup> Milletlerarası Ticaret Odası (International Chamber of Commerce -ICC), (2014). Domain names and new generic top-level domains. E-kitap: Ürün no: 759E, Fransa, s. 3.

<sup>8</sup> İnternet alan adları terimi çalışmanın devamında alan adları olarak ifade edilecektir.

<sup>9</sup> Lindsay (2007). s. 6.

<sup>10</sup> W. Agin (2008). Domain names as collateral are we all just kidding ourselves? *ABA Business Law Section*, Volume 18, Number 1, September/October.

benzetilebilir. Telefon rehberinde telefon numaraları ve bu telefon numaralarının ait olduğu kişiler kayıtlıdır. Rehberde kaydedilen isimlere bakıldığında kişilerin isimlerinin karşısında telefon numaraları yer alır. Telefon rehberinde kişinin adı yazıldığında o kişinin adı ile telefon numarasının eşleşmesi gibi DNS’de de alan adı yazıldığı zaman o alan adı ile ilgili bilgisayarın IP adresi eşleşmektedir. Böylece bu sistem, kullanıcıların internette ulaşmak istedikleri yere ulaştırılmasında bir nevi rehber görevi görür<sup>11</sup>.

Alan adı sisteminde yer alan “alan adları” ise, internet kullanıcılarına, ziyaret etmek istedikleri IP adreslere alfabetik - sayısal terimler içeren ve akılda kolayca kalan belirteçlerle ulaşmalarını kolaylaştıran bir aygıttır. Diğer bir ifadeyle alan adı; internet protokol numaralarından oluşan adresin daha kolay ve daha anlamlı hale gelmesini sağlayan addır<sup>12</sup>.

Türk hukukunda alan adlarının tanımına 5809 Sayılı Elektronik Haberleşme Kanununda<sup>13</sup> yer verilmiştir. İlgili Kanunu’nun 3. maddesinin (v) bendinde alan adı, “*İnternet üzerinde bulunan bilgisayar veya internet sitelerinin adreslerini belirlemek için kullanılan internet protokol numarasını tanımlayan ad*” şeklinde tanımlanmıştır. Benzer bir tanım İnternet Alan Adları Yönetmeliğinde<sup>14</sup> yapılmıştır. İlgili yönetmeliğin 3. maddesinin (d) bendinde alan adı, “*İnternet üzerinde bulunan bilgisayar veya internet sitelerinin adresini belirlemek için kullanılan internet protokol adresini tanımlayan ad*” olarak ifade edilmiştir. ABD hukukunda ise markaları düzenleyen Marka Kanununun (Lanham Act) 45. bölümünde<sup>15</sup> alan adının tanımı yapılmıştır. İlgili Marka Kanununda alan adı, “*İnternette elektronik adresin bir parçası olarak alan adı tescil kurumu, kuruluşu veya diğer tescil otoriteleri tarafından tescil edilen veya atanan alfanumerik tahsis*” şeklinde tanımlanmıştır.

İnternet adreslerinin tanımlanmasını ve hatırlanmasını kolaylaştıran kullanıcı dostu alan adları, e-postalara ve web sayfalarına ulaşmada kullanılan internet adresi olarak

---

<sup>11</sup> L. Bygrave vd. (2009). *Internet governance infrastructure and institutions*, Oxford University Press; 1 edition, ISBN: 978-0199561131, s. 149.

<sup>12</sup> F. Wang (2006). Domain name management and legal protection. *International Journal of Information Management*. 26, 116–127.

<sup>13</sup> 5809 Sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu 10.11.2008 tarihli 27050 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır.

<sup>14</sup> İnternet Alan Adları Yönetmeliği 7.11.2010 tarihli 27752 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır. İnternet Alan Adları Yönetmeliği, çalışmanın devamında Alan Adı Yönetmeliği olarak ifade edilecektir.

<sup>15</sup> Marka Kanunu’nun (15 US Code 1127) ilgili bölümü için bkz: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/1127>. Erişim tarihi: 19.03.2016.

kabul edilebilir. Çünkü alan adları; kelimeleri, sesleri, mesajları, resimleri, diğer bilgilere verilen bağlantıları içeren veri dosyalarını kapsayan web siteleri için adreslerdir<sup>16</sup>. Örneğin Anadolu Üniversitesi'nin internet adresi [www.anadolu.edu.tr](http://www.anadolu.edu.tr) ve üniversitede çalışan Ahmet Bey'in e-posta adresi [ahmetbey@anadolu.edu.tr](mailto:ahmetbey@anadolu.edu.tr) dir. Ancak alan adları, "internet adresi" olmaktan çok daha fazlasını ifade eder<sup>17</sup>. Günümüzde alan adları, şirketlerin ve bireylerin kendilerini internette sunma yoludur<sup>18</sup>.

### 1.2.1 Alan adı sisteminin hiyerarşik yapısı

Alan adı sistemi hiyerarşik bir yapıdadır. Bu yapının oluşmasında Postel büyük bir katkı sağlamıştır. 1983 yılında Postel, bugün mevcut olan alan adı sisteminde kullanılan üst seviye – alt seviye şeklindeki hiyerarşik yapının oluşturulmasını önermiştir. Önerileri doğrultusunda oluşturulan sistem, geliştirilerek bugünkü halini almıştır. Mevcut sistemde alan adları birbirinden nokta işareti ile ayrılan karakter dizisinden oluşur. Sistem, Üst Seviye Alan Adları (Top Level Domains- TLDs) ve İkinci Seviye Alan Adları (Second Level Domains-SLDs) olmak üzere iki kısımdan oluşur<sup>19</sup>. Alan adları dizininin en sağ kısmında üst seviye alan adları yer alırken, onun hemen solunda ikinci seviye alan adları yer alır<sup>20</sup>. Örneğin, <https://www.anadolu.edu.tr/> alan adında, "edu.tr" üst seviye alan adı, "anadolu" ise ikinci seviye alan adıdır.

---

<sup>16</sup> Y. Guo (2015). *Research on selected chinese issues, of e-business*. Springer Heidelberg: New York Dordrecht London, ISBN 978-3-662-44542-6. s. 155.

<sup>17</sup> Çalışmanın 1.2.4 bölümünde yer alan "Alan Adlarının Önemi" başlığı altında alan adlarının günümüzdeki fonksiyonlarına yer verilmiştir.

<sup>18</sup> S. Black, (2002). *Telecommunications law in the internet age: a volume in the Morgan Kaufmann series in networking*. Morgan Kaufmann Publishers, Elsevier, San Francisco, USA. s. 408.

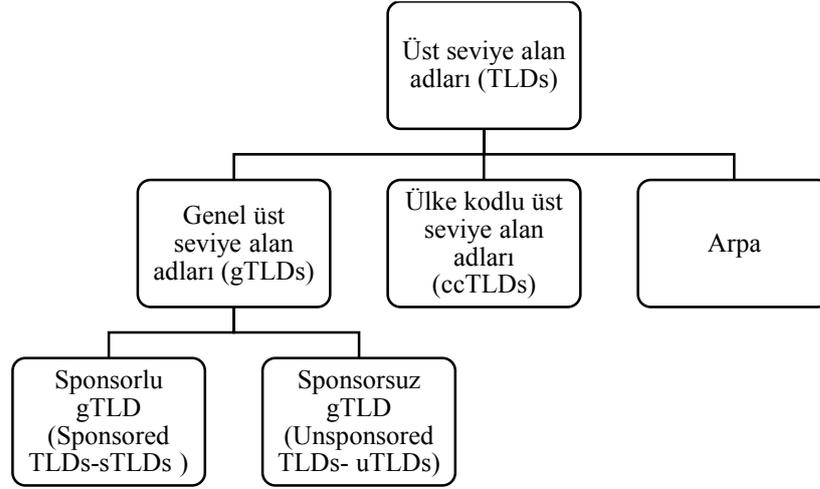
<sup>19</sup> Alan adları üst ve ikinci seviye alan adlarının yanı sıra alt dizinlerden ve 3. seviye alan adlarından da oluşabilir. Örneğin; <https://www.anadolu.edu.tr/kisisel/ogrenciler>, alan adında "/" işaretinden sonraki "kisisel" kısım ile "ogrenciler" kısmı alan adının alt dizinidir. Bu bölüm için tescil kuruluşuna başvurmaya veya tescil yaptırmaya gerek yoktur. İkinci seviye alan adlarının tescili yeterlidir.

<https://analis.anadolu.edu.tr/#/> adresinde ise "analis" bölümü 3. seviye alan adıdır. Alan adının "https://www." kısmı da veri aktarımı ile ilgili olup çalışmanın sınıırı açısından bu bölümler önem arz etmediğinden sadece üst seviye alan adları ve ikinci seviye alan adları ele alınmaktadır.

<sup>20</sup> ICANN'ın websitesi için bkz: <http://archive.icann.org/en/tlds/>. Erişim tarihi: 25.03.2016.

### 1.2.1.1 Üst seviye alan adları

Üst seviye alan adları genel (jenerik) üst seviye alan adları (gTLDs), ülke kodlu üst seviye alan adları (ccTLDs) ve “.arpa” olmak üzere üç kategoriye ayrılır<sup>21</sup>. Şekil 1. üst seviye alan adlarının kategorilerini göstermektedir.



Şekil 1. Üst seviye alan adları

Üst seviye alan adlarında iki harf ile bitenler ülke kodlu üst seviye alan adı olarak adlandırılırken, üç ve daha fazla karakterden oluşan üst seviye alan adları genel üst seviye alan adı olarak adlandırılır<sup>22</sup>. Özel bir üst seviye alan adı olan “.arpa” ise teknik altyapı amaçlı kullanılır. Kullanılan ilk üst seviye alan adı “.arpa” dır. İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers -ICANN ), “.arpa” genel üst seviye alan adlarını İnternet Teknik Danışma Grubu (Internet Architecture Board) gözetiminde Teknik İnternet Topluluğu (Internet Technical Community) ile birlikte yönetmektedir<sup>23</sup>.

<sup>21</sup> <http://archive.icann.org/en/tlds/>. Erişim tarihi: 25.03.2016. Kullanılan ilk üst seviye alan adı “.arpa”, ilk ülke kodlu alan adı ise “.uk”dir. Lindsay (2007). s. 9.

<sup>22</sup> <https://www.icann.org/resources/pages/about-e5-2012-02-25-en>. Erişim tarihi: 3.2.2016.

<sup>23</sup> Lindsay (2007). s. 9; <http://archive.icann.org/en/tlds/>. Erişim tarihi: 25.03.2016. “.arpa” üst seviye alan adı teknik amaçlı kullanıldığı için çalışmanın kapsamı dışında tutulmuş, hakkında sadece genel bilgi verilmiştir.

Genel üst seviye alan adları (gTLDs), alan adı sahibi hakkında bilgi verir<sup>24</sup> ve sponsorlu gTLD (Sponsored TLDs-sTLDs ) sponsorsuz gTLD (Unsponsored TLDs-uTLDs)<sup>25</sup> olarak ikiye ayrılır. Tablo 1 'de 2012 yılında son olarak eklenen gTLD'ler dahil edilerek toplamda 22 adet gTLD dikkate alınmıştır. Belirtilen tarihten sonra oluşturulan gTLD'ler çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır<sup>26</sup>. 2012 yılında toplamda 15 adet sTLDs, (.edu, .mil, .gov, .int, .aero, .coop, .museum, .jobs, .mobi, .travel, .tel, .cat, .asia, .post, .xxx) ve 7 adet uTLDs (.com, .org, .net, .biz, .info, .name, .pro) bulunmaktadır.

**Tablo 1. Oluşturulan ilk gTLD'ler (genel üst seviye alan adları)**

TLD	Şekli	Kullanıcılar
.com	Sponsorsuz	Ticari kullanıcılara yönelik sınırsız kullanım
.org	Sponsorsuz	Sınırsız kullanım
.net	Sponsorsuz	Ağ servis sağlayıcılarına yönelik sınırsız kullanım
.edu	Sponsorlu	ABD eğitim kurumları
.mil	Sponsorlu	ABD askeri kuruluşlar
.gov	Sponsorlu	ABD devlet kurumları
.int	Sponsorlu	Hükümetlerarası kuruluşlar

**Tablo 2. 2010 yılında eklenen gTLD'ler**

TLD	Şekli	Kullanıcılar
.biz	Sponsorsuz	İş amaçlı kullanım
.info	Sponsorsuz	Sınırsız kullanım
.name	Sponsorsuz	Gerçek kişi kullanıcılar
.pro	Sponsorsuz	Muhasebeciler, denetçiler, avukatlar ve doktorlar
.aero	Sponsorlu	Hava taşımacılığı sektörüne yönelik kullanım
.coop	Sponsorlu	Kooperatifler
.museum	Sponsorlu	Müzeler

<sup>24</sup> J. Lipton (2005). Beyond cybersquatting: Taking domain name disputes past Trademark Policy. *Wake Forest Law Review*. Vol.40 1361-1438.

<sup>25</sup> Sponsorsuz genel üst seviye alan adlarında düzenleyici kurum doğrudan ICANN'dır. Sponsorlu genel üst seviye alan adlarında, alan adına ilişkin birçok husus sponsor olan kuruluş tarafından ICANN ile yaptığı sponsorluk sözleşmesi çerçevesinde belirlenir. Ayrıntılı bilgi için bkz: <https://www.icann.org/resources/pages/registries/registries-en>. Erişim tarihi: 23.03.2016.

<sup>26</sup> Mevcut durumda toplam üst seviye alan adları sayısı: 1253'tür. Üst seviye alan adı listesine her geçen gün yeni üst seviye alan adları eklenilmektedir. Güncel üst seviye alan adı listesi için bkz: <http://www.iana.org/domains/root/db>. Erişim tarihi: 3.2.2016.

**Tablo 3.** 2005-2012 yıllarında eklenen gTLD'ler

TLD	Şekli	Kullanıcılar
.jobs	Sponsorlu	Uluslararası insan kaynakları yönetimine yönelik kullanım
.mobi	Sponsorlu	Mobil iletişim hizmet sağlayıcılarına yönelik sınırsız kullanım
.travel	Sponsorlu	Seyahat hizmet sağlayıcıları
.tel	Sponsorlu	İletişim hizmet sağlayıcıları ve kullanıcıları
.cat	Sponsorlu	Katalan dil ve kültür topluluğu
.asia	Sponsorlu	Asya bölgesinden olan kullanıcılar
.post	Sponsorlu	Posta hizmetleri
.xxx	Sponsorlu	Yetişkinler için çevrimiçi eğlence sektörü

**Tablo 1, 2 ve 3 için kaynak:** *Bettinger: 2015:48<sup>27</sup>, Lindsay, 2007:9.*

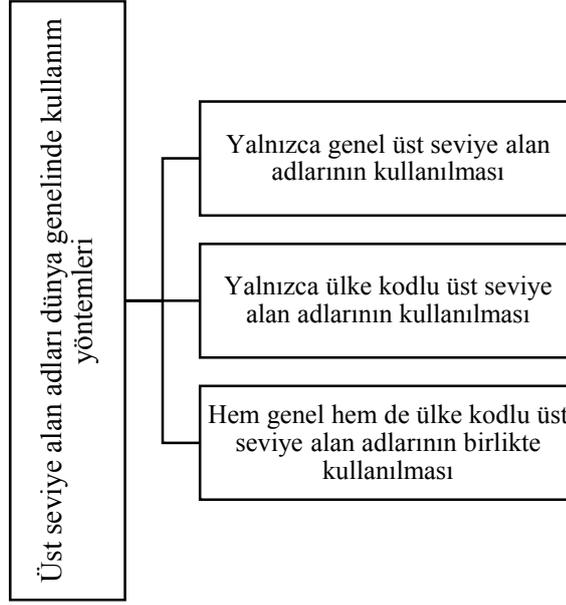
1980'li yıllarda oluşturulan ilk gTLD'ler, günümüzde halen ticari açıdan en popüler olan alan adlarıdır. Özellikle “com, org ve net” en çok tercih edilen gTLD'lerdir. Bunun sebebi bu gTLD'lere sahip olan web sitelerinin organizasyon veya işletme operatörü olduğu ve bu işletme veya organizasyonun da herhangi bir coğrafya ile sınırlı olmadığı anlamına gelmesidir. Bu sayede alan adları, ccTLD'lerden daha küresel görünmektedir. ccTLD'ler ise 2 harften oluşur ve 250'den fazla ülke, ülke kodlu alan adına sahiptir. Türkiye için “.tr”, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) için “.us”, Fransa için “.fr”, Japonya için “.jp” ccTLD'lere örnek olarak verilebilir. Ülke kodlu üst seviye alan adları genel üst seviye alan adları yerine kullanılabilir<sup>28</sup>.

#### 1.2.1.1.1 Üst seviye alan adlarının kullanım yöntemleri

Üst seviye alan adları dünya genelinde 3 farklı yöntemle kullanılabilir.

<sup>27</sup> T. Bettinger ve A. Waddell (2015). *Domain name law and practice-an international handbook*. (Second Edition). United Kingdom:Oxford University Press. s. 48.

<sup>28</sup> Lipton (2005). s. 1368.



Şekil 2. Üst seviye alan adları dünya genelinde kullanım yöntemleri

Üst seviye alan adlarının kullanım yöntemlerinden ilki yalnızca genel üst seviye alan adlarının kullanılmasıdır. Bu tür alan adları sadece genel üst seviye alan adlarından oluşur. Örneğin: “<https://www.yahoo.com/>” adresi sadece genel üst seviye alan adı (“.com”) içerir<sup>29</sup>.

Yalnızca ülke kodlu alan adlarının kullanılması durumunda ise alan adında genel üst seviye alan adı yer almaz. Alan adının tahsis edildiği ülkenin kodu ikinci seviye alan adının hemen arkasında kullanılır. “<http://www.amazon.de/>” adresi bu kullanıma örnektir. Türkiye’de “.tr” ülke kodlu alan adlarının tahsisinde, 1990 yılında Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı tarafından alınan karar doğrultusunda "alanadı.tr" biçiminde alan adı tescili yapılmamaktadır<sup>30</sup>.

<sup>29</sup> Amerikan kuruluşlarının ve kişilerinin adları kural olarak ülke kodu içermemektedir. Türk kuruluşlarının ve kişilerinin adları genellikle “.tr” ülke kodunu içermektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz: F. Nomer (2001). İnternet alan adının hukuki niteliği ve marka ve ticaret unvanı gibi ayırt edici ad ve işaretler ile arasında benzerlik bulunması sebebiyle doğabilecek hukuki sorunlar. *Prof. Dr. Hayri Domaniç’e 80. Yaş Günü Armağanı*. Cilt 1, İstanbul: Beta. 395-418.

<sup>30</sup> <https://nic.tr/index.php#1>. Erişim tarihi: 29.03.2016. Ancak Alan Adı Yönetmeliği ile bu konuda yeni bir düzenleme getirilmiştir. İlgili yönetmeliğin geçici 3. maddesi kapsamında gTLD’ler olmadan sadece “.tr” kodlu alan adlarının kullanımı da belirli şartlar altında gerçekleştirilebilecektir.

Üst seviye alan adlarının kullanım yöntemlerinden sonuncusu ise hem genel hem de ülke kodlu üst seviye alan adlarının birlikte kullanılması yöntemidir. Bu yöntem “<http://www.antalya.bel.tr/>” adresinde olduğu gibi hem genel hem de ülke kodlu üst seviye alan adlarından oluşur. Türkiye’de genellikle bu yöntem tercih edilmektedir<sup>31</sup>.

### **1.2.1.2 İkinci seviye alan adları**

Üst seviye alan adlarının sol kısmında ikinci seviye alan adları yer alır. Alan adının tescilinde tescil ettirilen kısım burasıdır. Bu kısım alan adlarında ayırt edici özelliğe sahip olan, alan adı sahiplerinin serbest seçimine<sup>32</sup> bırakılan bölümdür. İkinci seviye alan adları eşsiz oldukları<sup>33</sup> ve web sitesini tanımladıkları için alan adının en önemli bölümünü oluşturur. Alan adlarına ilişkin çıkan uyuşmazlıklarda uyuşmazlığa ikinci seviye alan adları konu olur<sup>34</sup>. Dolayısıyla çalışmanın ikinci ve üçüncü bölümünde uyuşmazlıklara konu olan alan adları kavramı ile ikinci seviye alan adları ifade edilmek istenmiştir.

## **1.2.2 Alan adlarının yönetimi ve tescili**

Alan adı sisteminin yönetimine ilişkin ilk düzenlemeler Postel ve çalışma arkadaşları tarafından İnternet Tahsisli Sayılar Otoritesi (Internet Assigned Numbers

---

<sup>31</sup> S. Kale (2013). *Domain name- alan adlarının haczi*. İstanbul: Seçkin. s. 22.

<sup>32</sup> Alan adlarının seçiminde, hukuka, ahlaka, kamu düzenine aykırı olmama gibi sınırlamaların dışında alan adları serbestçe seçilebilir. 2. seviye alan adları farklı şekillerde oluşturulabilir. Mevcut bir markanın kullanılması, anlamlı herhangi bir kelimenin kullanılması, marka ile birlikte başka kelimelerin ilave edilerek kullanılması, genel, tanımlayıcı bir ismin kullanılması, ilişkili kelimelerin kısaltmalarının kullanılması, anlamsız kelimelerin ve rakamların kombine edilerek kullanılması bu oluşturulma şekillerine örnektir.

<sup>33</sup> Telefon numaraları ya da alan adları eşsiz olmasaydı telefon aramaları ya da e-postalar gönderilmek istenen kişiler yerine başkalarına gönderilirdi. Teklik olmasaydı sistemde karışıklıklar meydana gelirdi. Wang (2006). s. 117.

<sup>34</sup> J. Plotkin (2015). The model for a path forward. A proposal for a model law dealing with cyber-squatting and other abusive domain name practices. *Denning Law Journal*. Vol 27, s. 207. ; Kale (2013). s. 25.

Authority - IANA) <sup>35</sup> ile birlikte gerçekleştirilmiştir. Postel'in ölümünden sonra 1998 yılında ICANN<sup>36</sup>, alan adı sistemini kontrol eden kurum olarak ortaya çıkmıştır<sup>37</sup>.

Genel üst seviye alan adları ICANN tarafından yetkilendirilen tescil operatörlerince, ülke kodlu alan adları ise ulusal yetkili tescil otoriteleri tarafından yönetilmektedir<sup>38</sup>.

### **1.2.2.1 Genel üst seviye alan adlarının yönetimi ve tescili**

DNS'nin yönetiminden sorumlu olan ICANN, Eylül 1998'de kurulmuş olan, kar amacı gütmeyen kamu kuruluşudur. ICANN'dan önce ise DNS, ABD kurumu IANA tarafından yönetilmekteydi<sup>39</sup>.

ICANN, uluslararası düzeyde organize olmuş, IP adresi alanı tahsisi, protokol tanıttıcı ataması, genel (gTLD) ve ülke kodlu (ccTLD) üst seviye alan adı sistemi yönetimi ve kök sunucu sistemi yönetimi işlevlerinden sorumludur. Genel üst seviye alan adları, esas itibariyle ICANN ve ICANN tarafından yetkilendirilmiş kuruluşlarca tahsis edilmektedir<sup>40</sup>. Sponsorsuz genel üst seviye alan adları ICANN tarafından oluşturulan

---

<sup>35</sup> 1994 yılında Postel tarafından çıkarılan, "Alan Adı Sisteminin Yapısı ve Yetkilendirme (Domain Name System Structure and Delegation-1591 RFC)" adlı dokümanda, IANA'nın IP adreslerinin tahsisinin gerçekleştirilmesinde yetkili olduğu belirtilmiştir (Mart 1994 tarihinde paylaşılan dokümana, RFC 1591 olarak : <https://www.ietf.org/rfc/rfc1591.txt>. adresinden ulaşılabilir. Erişim Tarihi: 03.03.2016). IANA, bu yetkiyi Afrika Bölgesinde AFRINIC, Asya-Pasifik Bölgesinde APNIC, Kanada-ABD ve bazı Karayip Adalarında ARIN, Latin Amerika ve Bazı Karayip Adalarında LACNIC, Avrupa-Orta Doğu ve Merkez Asyada RIPE NCC'e tahsis etmiştir. Belirtilen Kurumlar da IP adreslerinin tahsisini ülkelerin yetkili kurumlarına vermektedirler. Ayrıntılı bilgi için bkz: <http://www.iana.org/numbers>. Erişim tarihi: 31.03.2016. Türkiye'de IP numarası dağıtma yetkisi ULAKBİM'e verilmiştir. Kale (2013). s. 33.

<sup>36</sup> Özel-kamuya açık bir ortaklık olarak ICANN internetin çalışma kararlılığının korunması, rekabetin desteklenmesi, küresel internet topluluklarının daha geniş bir katılımı ile temsilinin sağlanması ve tabandan gelen, uzlaşma temelli süreçlerle görevine uygun politikaların geliştirilmesi için çalışmaktadır. DNS'nin teknik unsurlarının yönetiminin koordinasyonundan sorumludur. ICANN hem alan adlarının dağıtılmasını hem de üst seviye alan adlarının kullanılma yetkilerinin dağıtılmasını sağlar. Alan adlarını, IP adreslerinin dağıtımını denetleyen, alan adı sistemini yöneten ve koordine eden özel bir kurumdur. Ama gerçekte alan adının tescili farklı bölgelerde bulunan çok sayıda tescil kuruluşu tarafından gerçekleştirilmektedir. ICANN ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz: <https://www.icann.org/>. Erişim Tarihi: 21.05.2015.

<sup>37</sup> Alan adı sisteminin yönetiminin ilk dönemlerine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz: Bettinger (2015). s. 8.

<sup>38</sup> WIPO (2008). *Guide to WIPO domain name dispute resolution*. Wipo Publication No:892 (E), ISBN: 978 92 805 1685 2, s. 3.

<sup>39</sup> IP adresleri ve alan adlarının yönetimi için usulüne uygun olarak kurulmuş ilk kuruluş IANA'dır.

<sup>40</sup> ICANN tarafından yetkilendirilen tescil kuruluşlarının güncel listesi için bkz: <http://www.icann.org/registrar-reports/accredited-list.html>. Erişim Tarihi: 22.03.2016.

genel üst seviye alan adları politikalarına tabi iken, sponsorlu genel üst seviye alan adları sponsor olan kurum tarafından oluşturulan tescil ve yönetim kurallarına tabidir<sup>41</sup>.

**Tablo.4** Uyuşmazlıkların en çok görüldüğü üst gTLD'ler ve ilgili tescil kurumları

TLD	Mevcut durumda sorumlu tescil kurumu
.com	Verisign. Inc
.org	Public Interest Registry (PIR): Afilias Ltd
.net	Verisign. Inc
.biz	NeuLevel, Inc
.info	Afilias Ltd
.name	Verisign. Inc

**Kaynak:** *Bettinger, 2015:64.*

Tablo 4, dünyada en fazla tescil edilen ilk 6 gTLD'leri ve bu alan adlarının tescilinden sorumlu olan mevcut tescil kurumlarını göstermektedir. İlgili gTLD'ler aynı zamanda uyuşmazlıklara en fazla konu olan gTLD'lerdir. Sponsorsuz olan bu genel üst seviye alan adları, ICANN'ın ilgili kurallarına tabidir. Sponsorlu genel üst seviye alan adlarının yönetimi ise ilgili tescil kurumu tarafından gerçekleştirilir. Bir başka ifade ile sponsorlu alan adlarının tescili ve yönetimi ilgili tescil kurumu tarafından belirlenen kurallar çerçevesinde gerçekleştirilir<sup>42</sup>.

Genel üst seviye alan adlarının tescilinde "ilk gelen alır" prensibi geçerlidir. Tescilin gerçekleştirilmesini isteyen kişilerin, tescili istenilen alan adının üçüncü şahısların haklarına zarar vermediğini ve uyuşmazlık durumunda ICANN tarafından

<sup>41</sup> Bettinger (2015). s. 47.

<sup>42</sup> Bettinger (2015). s. 64.

oluşturulan Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Politikası ( Uniform Domain Name Dispute Policy -UDRP)<sup>43</sup> kurallarına uyacaklarını kabul etmeleri gerekir.

### ***1.2.2.2 Ülke kodlu üst seviye alan adlarının yönetimi ve tescili***

Ülke kodlu üst seviye alan adlarının yönetimi, genel üst seviye alan adlarının aksine, ilgili devlete ya da yetkili kuruluşa aittir. Bu yetkinin nasıl uygulanacağı ilgili mevzuata göre belirlenir. Alan adı sisteminin uygulanmaya başlandığı ilk zamanlarda, ccTLD tescillerinin neredeyse tamamı üniversiteler ya da devlet kurumları tarafından gerçekleştirilmiştir. Daha sonra, devletlerin çoğu, ilgili ccTLD'lerin tescil ve sorumluluğunu kamu yararına çalışan veya kar amacı güden özel kuruluşlara devretmişlerdir. Özel kuruluşlara devredilen ccTLD'lerin çoğunluğu, ilgili devletin gözetimine tabidir. İspanya, Fransa, Norveç, Çin, İrlanda, Yunanistan, ilgili devletin gözetimine tabi olan özel kuruluşlara örnek olarak verilebilir. Ülkelerin bir kısmında alan adlarının yönetimi, doğrudan kamu kurumlarına aittir. Örneğin Finlandiya'da alan adlarının yönetiminden Finlandiya İletişim Düzenleme Kurumu (Finnish Communications Regulatory Authority ) sorumludur. Almanya, İngiltere gibi ülkelerde ise tescil kurumları devlet gözetiminden bağımsız çalışmaktadır<sup>44</sup>.

Tescil şartları ve tescil prosedürleri ülkeden ülkeye farklılık gösterir. Ülkelerin genelinde tescil şartları dikkate alındığında, ccTLD'lerin tescilinde 4 farklı tescil modelinin olduğu söylenilebilir. Bunlar; (I) Serbest, (II) Yarı Kısıtlayıcı (III) Kısıtlayıcı (IV) Özel tescildir.

#### ***1.2.2.2.1 Serbest tescil***

Giderek artan sayıda ülkede, ccTLD'lerin tescili herhangi bir şarta bağlanmadan gerçekleştirilmektedir. Bu tahsis uygulamalarında, tescili istenilen alan adının önceden tescil edilmemiş olması şartıyla ülke unsuru gibi başkaca hususlara bakılmaksızın tescili

---

<sup>43</sup> UDRP ile ilgili ayrıntılı bilgiye çalışmanın 3.bölümünde yer alan “Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Politikası (UDRP) kapsamında uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma” başlığı altında ulaşılabilir.

<sup>44</sup> Bettinger (2015). s. 125.

gerçekleştirilir. Bu yöntemdeki tek kısıtlama ise tescili istenilen alan adının genel hukuk normlarınınca kabul edilmiş olan ahlak kurallarına ve toplum düzenine aykırı olmamasıdır.

#### *1.2.2.2.2 Yarı kısıtlayıcı tescil*

Tescil kurumlarının çoğu yarı kısıtlayıcı tescil modelini uygulamaktadır. Bu modelde alan adları ile ilişkili karakterlerin, alan adına başvuranın hukukten tanınan adı olduğunu göstermesine gerek duyulmazken, alan adı başvurularında coğrafi alanın ccTLD'lerin tescilinde ispatı gerekmektedir. Coğrafi alanın ispatı her ülkeye göre değişiklik göstermektedir. Bazı ülkeler ispat için o ülke ile ticari ilişkilerin varlığını ararken, diğer ülkeler ise o ülkenin vatandaşı olma şartını aramaktadır. Dolayısıyla bu modelde her bir ülke için belirtilen ispat şekilleri değişebilmektedir.

#### *1.2.2.2.3 Kısıtlayıcı tescil*

Katı tescil şartları ccTLD'lerin çok az kısmı için uygulanmaktadır. Bu yöntemde tescil kurumları, alan adının tescilinde coğrafi alanın ispatının yanı sıra, alan adına başvuranın alan adı ile ilişkili olan karakterler üzerinde haklarının olduğunu ispatını aramaktadır. Tamamen katı tescil şartlarının uygulandığı bu modeli uygulayan ülkeler gün geçtikçe azalmaktadır.

Bu tescil modelinde tescil kurumları, farklı şartlar ve modeller uygulayabilmektedir. Bir kısmı alt alan adlarının tescilini daha serbest yaparken, bir kısmı ise alan adının tabi olduğu kısıtlamaları alt alan adlarına da uygulamaktadır. Dolayısıyla bu modeli uygulayan ülkelerde; ccTLD tescil başvurusunda bulunmadan önce gerekli şartların incelenmesi, alan adının tescilini yaptırmak isteyen kişilere kolaylık sağlayabilir.

#### *1.2.2.2.4 Özel tescil*

Ticari nedenlerden dolayı bazı tescil kuruluşlarına ccTLD yetkililerince özel şirketler gibi hareket etmeleri, alan adlarını küresel olarak yer terimleri içermeyen tescil etmeleri sağlanmaktadır.

Bazı ülkeler, kendi ülke kodlarının dünya çapında herkes tarafından ücretsiz olarak kullanılabilmesi amacıyla bu alan adlarının dağıtılmasına izin verirler. Örneğin “.tk (Tokaleu), .ml (Mali), .ga (Gabon), .cf (Orta Afrika Cumhuriyeti), .gq (Ekvator Ginesi)” ülke kodlu alan adları herkesin tesciline açık olan, tescil sırasında herhangi bir şart içermeyen alan adlarıdır<sup>45</sup>.

Bazı ülkeler de kendi ülke kodlu alan adlarını özel şirketlere satmaktadır. Örneğin “.tv” ülke koduna sahip olan Tuvalu, bu ülke kodunu ABD’li bir şirkete satmıştır. Benzer şekillerde kendi ülkeleri dışında tescil ettirilebilen ülke kodlarına “.bz (Belize), .cc (Cocos Adaları), .ms (Montserrat), .nu (Niue)” örnek olarak gösterilebilir.

Ülke kodlu üst seviye alan adlarının tescillerinde aranan şartlar, liberalizmin gerekliliklerine göre son yıllarda değişiklik göstermeye başlamıştır. Kısıtlayıcı tescili uygulayan ülkelerin bir kısmı, yarı kısıtlayıcı tescil modelini veya serbest tescil modelini uygulamaya başlamışlardır. Deneyimler, kısıtlayıcı tescil modelinin uygulandığı ccTLD’lerde uyuşmazlıkların sayısının az olduğunu; ancak bu katı modelin uygulandığı ülkelerde kısıtlamalardan dolayı elektronik ticaretin ve pazarlama stratejilerinin gelişmesinin engellendiğini dolayısıyla daha az tescilin olduğunu göstermiştir<sup>46</sup>.

Genel üst seviye alan adlarının tescilinin aksine, ülke kodlu üst seviye alan adlarının tescilinde UDRP kurallarını kabul zorunluluğu yoktur. UDRP kurallarının uygulanmasının seçimi yetkili tescil kurumlarının tercihine bırakılmıştır<sup>47</sup>.

#### *1.2.2.2.5 Türkiye’de alan adlarının yönetimi ve tescili*

Türkiye için ülke kodlu üst seviye alan adı “.tr” dir. Türkiye’de alan adlarının tescili ve yönetimi Ortadoğu Teknik Üniversitesi’ne (ODTÜ) verilmiştir. 1991 yılından itibaren ODTÜ bünyesindeki “.tr” Alan Adları Yönetimi tarafından alan

---

<sup>45</sup> İlgili ccTLD’lerin ayrıntılı bilgisine ulaşmak için bkz: <http://www.freenom.com/tr/index.html>. Erişim tarihi: 02.04.2016.

<sup>46</sup> Bettinger (2015). s. 128.

<sup>47</sup> UDRP’yi veya ona benzer çözüm politikasını ülke kodlu üst seviye alan adına uygulamayı kabul eden yetkili tescil kurumu sayısı 70’den fazladır.

adlarının tescili gerçekleştirilmektedir<sup>48</sup>. Ancak ülkemizdeki mevcut uygulama, son zamanlarda dünyadaki diğer ülke uygulamalarına benzer şekilde değişmektedir. Alan adlarıyla ilgili yetkinin ODTÜ'den alınarak, doğrudan kamu kurumuna verilmesi planlanmaktadır. Bu amaçla 05.11.2008 tarihinde kabul edilen 5809 Sayılı Elektronik Haberleşme Kanununun 35. maddesi gereğince internet alan adlarının tahsisini yapacak kurum veya kuruluşun tespiti ile alan adı yönetimine ilişkin usul ve esasların Ulaştırma Bakanlığı tarafından belirleneceği belirtilmiştir. Daha sonra 7 Kasım 2010 tarihinde İnternet Alan Adları Yönetmeliği yayımlanmıştır. İlgili yönetmeliğin 14. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi uyarınca Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK), “.tr” ağ bilgi sistemini (TRABİS)<sup>49</sup> kurmak ve işletmek veya belirlediği usul ve esaslar çerçevesinde TRABİS'in üçüncü bir tarafça kurulmasını ve işletilmesini sağlamak ile görevlendirilmiştir. Yeni sistemle ülkemizde, alan adlarının kamu kurumları tarafından doğrudan yönetilmesi sisteminin benimsendiği görülmektedir.

TRABİS, uluslararası platformda “.tr” operatörü olarak ICANN tarafından tanındıktan (yeniden yetkilendirme – re delegasyon işlemi) ve Nic.tr'de yer alan verilerin devredilmesinden sonra faaliyete geçirilecektir. Ancak ODTÜ ile BTK arasında yaşanan alan adı tescil işlerinin devri hususundaki hukuki süreç devam ettiğinden TRABİS halen faaliyete geçmemiştir<sup>50</sup>. Dolayısıyla çalışmanın ilgili yerlerinde mevcut sistem ile ilgili kısaca bilgi verildikten sonra TRABİS'in faaliyete geçmesinden sonraki süreç ele alınacaktır.

ODTÜ tarafından gerçekleştirilen alan adı tahsisi, belgeli ve belgesiz olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır. “.web.tr”, “.biz.tr”, “.gen.tr”, “.info.tr”, “.name.tr”, “.tel.tr”, “.bbs.tr” başvurularında belge aranmadan alan adı tahsisi anında gerçekleşmektedir.

---

<sup>48</sup> “.tr” alan adı işlemleri için gerekli olan politika ve prosedürler, 1991-1998 yılları arasında, ODTÜ - Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'nca oluşturulmuş ve uygulanmıştır. Alan adı tahsisi işleri ve gerekli olan destek ve danışmanlık hizmeti 1998 yılından itibaren “.nic.tr” tarafından sağlanmaktadır. [https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1459266600193140190220365525&USRACTN=STATICHTML&PAGE=about\\_corpident](https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1459266600193140190220365525&USRACTN=STATICHTML&PAGE=about_corpident). Erişim tarihi: 29.03.2016.

<sup>49</sup> Aynı yönetmeliğin 3. maddesinde TRABİS, “.tr” uzantılı internet alan adı sisteminin ve buna ait merkezi veritabanının işletilmesine, rehberin oluşturulmasına, güncellenmesine ve rehberlik hizmetinin sunulmasına ve alan adı başvuru işlemlerinin gerçek zamanlı olarak yapılmasına imkân veren, tüm bu faaliyetlerin güvenli ve iş sürekliliğini sağlayacak şekilde gerçekleştirildiği sistem olarak tanımlanmıştır.

<sup>50</sup> <http://www.trabis.gov.tr/tr/ajanda.html>. Erişim tarihi: 30.03.2016.

Diğer üst seviye alan adlarına başvurularında ise istenilen belgelerin alan adı idaresine ibraz edilmesi gerekir<sup>51</sup>.

**Tablo 5.** *Mevcut durumda belge istenilen ve istenilmeyen “.tr” ülke kodlu alan adları*

<b>TLD</b>	<b>Şekli</b>
.com.tr	Belgeli
.gov.tr	Belgeli
.net.tr	Belgeli
.edu.tr	Belgeli
.kep.tr	Belgeli
.pol.tr	Belgeli
.bel.tr	Belgeli
.av.tr	Belgeli
.dr.tr	Belgeli
.org.tr	Belgeli
.mil.tr	Belgeli
.k12.tr	Belgeli
.tv.tr	Belgesiz
.web.tr	Belgesiz
.biz.tr	Belgesiz
.gen.tr	Belgesiz
.info.tr	Belgesiz
.name.tr	Belgesiz*
.tel.tr	Belgesiz*

<sup>51</sup> ".tr" üst düzey alan adının altında yer alan ikinci düzey alan adlarının kimlere tahsis edilebileceği kurallarla belirlenmiştir. Alan adları politika, yöntem ve kurallarının ayrıntılarına ulaşmak için bkz: <https://nic.tr/forms/politikalar.pdf?PHPSESSID=1459325203193140190220865136>. Erişim tarihi: 30.03.2016.

.bbs.tr	Belgesiz* <sup>52</sup>
---------	-------------------------

**Kaynak:** Tablo 5, “www.nic.tr” adresinde belirtilen bilgiler dikkate alınarak hazırlanmıştır<sup>53</sup>.

Mevcut durumda "Tescil Otoritesi - Tescil Operatörü" iş modeli uygulamaları kapsamında, ".tr" uzantılı alan adları, Tescil Operatörleri<sup>54</sup> aracılığı ile tahsis edilmektedir<sup>55</sup>. “Belgeli”<sup>56</sup> alan adları başvuruları, ilgili üst seviye alan adı için öngörülen kurallar kapsamında değerlendirilerek sonuçlandırılmaktadır.

TRABİS’in faaliyete geçmesinden sonra da alan adı tahsisleri belgeli ve belgesiz olarak iki yöntemle yapılacaktır. “Belgesiz” alan adı tahsisinde “ilk gelen alır” kuralı geçerli olacaktır.

**Tablo 6.** TRABİS sisteminde belge istenilen ve istenilmeyen “.tr” ülke kodlu alan adları

TLD	Şekli
.k12.tr	Belgeli
.gov.tr	Belgeli
.tsk.tr	Belgeli
.edu.tr	Belgeli

<sup>52</sup> “.name.tr”, “.tel.tr”, “.bbs.tr” alan adı tahsisinin yapılabilmesi için, başvuru ve tahsis sırasında belge istenmeyecektir. Ancak tahsisi yapılan alan adı ile ilgili olarak çelişki, kötü niyet veya alan adı ticaretinin yapıldığına dair emare saptanması gibi durumlarda, alan adı tahsisi yapılan kişiden dayanak bilgi ve belgelerini ibraz etmesi istenebilir. Ayrıntılı bilgi için bkz: <https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1463314639193140190220603039&USRACTN=ALLCON>. Erişim tarihi: 30.03.2016.

<sup>53</sup> <https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1463314639193140190220603039&USRACTN=ALLCON>. Erişim tarihi: 30.03.2016.

<sup>54</sup> Mevcut durumda 13 adet tescil operatörünün bulunduğu belirtilmiş, 10 tanesinin bilgileri [https://www.nic.tr/index.php?USRACTN=STATICHTML&PAGE=about\\_registrars](https://www.nic.tr/index.php?USRACTN=STATICHTML&PAGE=about_registrars) adresinde verilmiştir. Bunlar: Beril Teknoloji Bilişim İnşaat Tic. ve San. Ltd. Şti., Çizgi Telekomünikasyon Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti., Doruk Bilişim Teknolojiler Ltd. Şti., FBS Bilişim Çözümleri Tic. Ltd. Şti., Hosting İnternet Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş., İHS Telekomünikasyon Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti., İşnet Elektronik Bilgi Üretim, Dağıtım Ticaret ve İletişim Hizmetleri A.Ş., Kriweb İnternet Hizmetleri A.Ş., Niobe Telekomünikasyon Bilişim Teknolojileri Yazılım Danışmanlık San. ve Tic. Ltd. Şti., Türkticaret.Net Yazılım Hizmetleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.’dir. Erişim tarihi: 30.03.2016.

<sup>55</sup>

[https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1459266600193140190220365525&USRACTN=STATICHTML&PAGE=about\\_registrars](https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1459266600193140190220365525&USRACTN=STATICHTML&PAGE=about_registrars). Erişim tarihi: 29.03.2016.

<sup>56</sup> Belgeli alan adı tahsisinde alan adını tescil ettirmek isteyen kişi, tescil ettirmek istediği alan adına ilişkin hak veya menfaati bulunduğunu belge ile ispat etmelidir. Ayrıntılı bilgi için bkz: <https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1463314639193140190220603039&USRACTN=ALLCON>. Erişim tarihi: 30.03.2016.

.dr.tr	Belgeli
.pol.tr	Belgeli
.bel.tr	Belgeli
.av.tr	Belgeli
.kep.tr	Belgesiz
.org.tr	Belgesiz
.net.tr	Belgesiz
.com.tr	Belgesiz
.tv.tr	Belgesiz
.web.tr	Belgesiz
.biz.tr	Belgesiz
.gen.tr	Belgesiz
.info.tr	Belgesiz
.name.tr	Belgesiz
.tel.tr	Belgesiz
.bbs.tr	Belgesiz

**Kaynak:** Tablo 6 oluşturulurken Alan Adı Yönetmeliği'nin ekler kısmında bulunan "belgeli alan adları" eki dikkate alınmıştır.

Tablo 6'da görüldüğü gibi yeni sistemde belgeli üst seviye alan adlarının sayısı azalmakta, belgesiz olarak başvurulup "ilk gelen alır" prensibinin uygulanacağı üst seviye alan adı sayısı artmaktadır.

Mevcut olan ".tr" ülke kodlu alan adının tescilinde, yukarıda ülke kodlu alan adlarının tescilinde belirtilen 4 farklı tescil modelinden kısıtlayıcı tescil modelinin uygulandığı söylenebilir. Çünkü ".tr" ülke kodlu alan adının tescili, Türkiye ile iş ilişkilerine sahip yerel kuruluşlar veya şirketler ile sınırlandırılmıştır<sup>57</sup>. Ancak TRABİS'in faaliyete geçmesinden sonra, başvuruda Türk vatandaşı olmak veya Türkiye'de bulunma şartları aranmayacak; ilgili alan adlarına ilişkin olarak istenilen belirli şartların varlığı aranacaktır. Dolayısıyla yeni tescil modelinin yarı kısıtlayıcı model olduğu söylenebilir<sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup> Bettinger (2015). s. 128.

<sup>58</sup> Bettinger (2015). s. 924.

Alan Adı Yönetmeliği m. 5 gereğince, “.tr” alan adlarının yapısı iki şekilde olabilecektir. Birincisinde genel üst seviye alan adı ülke kodlu alan adı ile birlikte kullanılabilir (alanadı.b.tr – google.com.tr şeklinde) , ikincisinde ise sadece ülke kodlu üst seviye alan adı kullanılabilir (alanadı.tr – google.tr şeklinde). Kişiler başvuru için BTK’nın internet sitesinde yer alan Tescil Kuruluşlarından<sup>59</sup> birini tercih ederek, ilgili tescil kuruluşunun internet sitesinde yer alan başvuru formunu doldurmak suretiyle başvuruda bulunacaklardır (Alan Adı Yönetmeliği m.7/3). Başvuran kişi, seçtiği alan adından sorumlu olacaktır. Tescilini istediği alan adının üçüncü kişilerin haklarını ihlal etmediğini garanti edecektir. Ayrıca, başvuran, alan adını hukuka aykırı bir şekilde kullanmayacaktır (Alan Adı Yönetmeliği m.7/5). Tescil kuruluşu, başvuru talebini aldıktan sonra TRABİS üzerinden gerekli işlemleri yapar. Tescil kuruluşları, başvuru sahiplerinin TRABİS üzerinden başvuru işlemlerini tam ve doğru olarak tamamladıkları ve ücretini ödedikleri alan adlarını, başvuru sahiplerine tahsis eder.

Yeni düzenlemede mevcut sistemde olmayan yeniliklerden birisi, alan adlarının satışının veya devrinin mümkün olmasıdır (Alan Adı Yönetmeliği m.13/1). Alan adlarının devrinin yasak olduğu tek durum ise, devri istenilen alan adı üzerinde uyumsuzluk çıkmasıdır. Bu durum 21 Ağustos 2013 tarihinde yayımlanan 28742 sayılı İnternet Alan Adları Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması Tebliği’nde<sup>60</sup> düzenlenmiştir. İlgili tebliğin 7/9 ve 16. maddelerinde, uyumsuzluğun çözümü için Uyuşmazlık Çözümü Hizmet Sağlayıcısına (UÇHS) başvurulmasının ardından ilgili alan adının uyumsuzluk süresince dondurulacağı belirtilmiştir. ODTÜ’nün uyguladığı sistemde ise, “.tr” ülke kodlu alan adlarının satışı, kiralanması ve devri yasaktır. Devrinin mümkün olduğu tek durum ise, alan adı tahsisine esas teşkil eden belgelendirilmiş hakların devri halidir<sup>61</sup>.

---

<sup>59</sup> Tescil kuruluşları, alan adı başvurusu, yenilemesi, iptali gibi alan adları ile ilgili işlemlerin yapılmasına aracılık eder.

<sup>60</sup> İnternet Alan Adları Uyuşmazlık Çözüm Mekanizması Tebliği, çalışmanın devamında Uyuşmazlık Çözüm Tebliği olarak ifade edilecektir.

<sup>61</sup> “.tr” Alan Adı Politikalar, Kurallar ve İşleyiş, Sürüm 5.1.2 Nic.tr Alan Adları Yönetimi Aralık 2012. <https://nic.tr/forms/politikalar.pdf?PHPSESSID=1459266600193140190220365525>. Erişim tarihi: 29.03.2016.

### 1.2.3 Uluslararası Üst Seviye Alan Adları (Internationalized Top Level Domains – iTLD)

Uluslararası üst seviye alan adları, alan adlarının farklı alfabelerin kullanılmasıyla tescil ettirilebilmesini ifade eder. İlk zamanlarda alan adları sadece Latin alfabesi ile tescil edilebiliyordu. ICANN yönetimi 16 Kasım 2009 tarihinde aldığı kararla alan adı olarak Latin alfabesinin dışında Arap ve Çin alfabesinin harf ve rakamlarından oluşan alan adlarının kullanımına onay vermiştir. ICANN tarafından Ekim 2009'da Seul'de yapılan yıllık toplantıda kabul edilen ve açıklanan iTLD, ülke veya bölgelerin kendi alfabelerinde ccTLD alabilmelerini mümkün kılmıştır<sup>62</sup>. Bu değişiklikte birlikte “.com, .org, .net” gibi genel üst seviye alan adlarının yanı sıra, “.tr (Türkiye), .sa (Suudi Arabistan), .no (Norveç)” gibi ülke kodlu alan adlarında da Latin alfabesinin dışında belirtilen dillerde alan adı tescili mümkündür<sup>63</sup>. Ayrıca Çin, Rusya gibi bazı ülkeler, ülke kodlu alan adlarının kendi alfabelerindeki karşılıklarını da kullanmaktadır. Örneğin, Rusya hem “.ru” ülke kodunu hem de Latin karakterlerde “.rf” anlamında Rusya Federasyonu'nun kısaltılmış şekli olan “.рф” yi kullanmaktadır.

### 1.2.4 Alan adlarının önemi

İnternet kullanımının yaygınlaşması, yaşamı birçok alanda etkilemiştir. İnternette arama yapılması, e-posta aracılığıyla iletişim kurulması, organizasyonların web sitelerine sahip olup kendilerine ilişkin bilgileri paylaşmaları, işletmelerin ürünlerini internette satıp müşterilerine internet kanalıyla hizmet sunmaları, öğrencilerin eğitimlerinin bir parçası olarak internet kullanımını öğrenmeleri, internetin getirdiği değişikliklerden sadece bir kısmını oluşturmaktadır.

İnternette bir varlık oluşturma ve bulunma günlük iletişimin bir parçası haline gelmiştir. Önceden adres ve telefon numaraları sorulurken değişen iletişim yöntemleri ile birlikte e-posta adresi ve web siteleri sorulmaya başlanmıştır. İnternet, bilim kuruluşları

---

<sup>62</sup> Bettinger (2015). s. 8.

<sup>63</sup> Latin alfabesinin dışındaki alfabelerde alan adının mümkün olduğu üst seviye alan adlarının ayrıntılı listesi için bkz: [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Internet\\_top-level\\_domains](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Internet_top-level_domains). Erişim tarihi: 03.04.2016.

ve araştırmacıların kullanımından daha öteye geçmiştir. İletişimden sağlığa, eğitimden ticarete kadar her alanda yaygın bir şekilde kullanılan bir kitle iletişim aracı konumundadır<sup>64</sup>.

İnternetin geniş kitlelerce yaygın olarak kullanılması, internette yapılan ticaretin, ekonominin itici gücü haline gelmesini ve bu ticaretin şirketlerin küresel çaptaki güçlü silahlarından biri olmasını sağlamıştır. Yeni teknoloji ile iş dünyası, interneti kar elde edilecek yer olarak görmeye başlamış, internet gelir getiren karlı kaynaklardan birisi haline gelmiştir<sup>65</sup>.

İnternetin bu denli önemli olması, internette istenilen adrese ulaşmayı sağlayan alan adlarını da önemli kılmaktadır. Şüphesiz ki alan adları, müşterilerin ticari web sitelerini bulmasında ve müşterilerin ilgisinin artmasında marka ve mağaza vitrini gibi işlev görmekte, işletmenin peştemaliyesini arttırarak çok değerli olabilmektedir. Benzer şekilde, ticari amaçlı kullanımların yanı sıra alan adları, insanlara ulaşmak istedikleri bilgilere ve yararlı kaynaklara ulaşmada yardımcı olduğundan dolayı da çok değerlidir<sup>66</sup>. Günümüzde internet alan adları firmaların, resmi kuruluşların ve hatta gerçek kişilerin vazgeçilmez bir parçası olmuştur.

İnternetin ticari kullanımının artması, alan adlarına ticari iş tanımlayıcısı rolü yüklemektedir. Dolayısıyla işletme sahipleri, kendilerine internette ulaşılmasını sağlayacak olan alan adlarının, markaları, ticaret unvanları ve işletme adları gibi kendilerini gerçek hayatta tanımlayan tanıtıcı ad ve işaretlerle aynı veya benzer olmasını isterler. İnternet kullanıcıları da benzer şekilde hareket etmekte, gerçek hayatta karşılaştıkları mal veya hizmetlere internet ortamında ulaşmak istediklerinde, karşılaştıkları mal veya hizmetlerin adlarını internet ortamında aramaktadırlar. Kullanıcıların gözünde, internette ulaşılacak istenilen alan adları, gerçek hayattaki tanıtıcı ad veya işaretlerle özdeşleşmektedir<sup>67</sup>. Bazı alan adlarına ise sadece sanal hayatta rastlanmaktadır. Gerçek hayatta karşılaşılmayan ancak sanal dünyada oldukça bilinen ve

---

<sup>64</sup> Güçdemir (2003). s. 375.

<sup>65</sup> J. Wiedmann (2010). *Evolving property rights in domain names*. Seton Hall Law School Student Scholarship Paper. s. 1.

<sup>66</sup> Lipton (2005). s. 1365.

<sup>67</sup> Nomer (2001). s. 400; T. Soysal (2014). *İnternet alan adları hukuku*, Ankara: Adalet Yayınları, s. 313. S. Bozbel (2010). *Bir malvarlığı değeri olarak internet alan adları üzerinde yapılabilecek hukuki ve cebri icra işlemleri*. Ankara Barosu Uluslararası Hukuk Kurultayı. s. 315.

ticari hayatta çok değerli olan bu alan adlarının ( Örneğin, [www.amazon.com](http://www.amazon.com), [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com).) kendisi marka haline gelmekte ve kullanıcılar gözünde ayırt edici nitelik kazanmaktadır<sup>68</sup>.

Alan adları, ister gerçek alemde tanınan ayırt edici ad ve işaretlerin internetteki yansımaları olsun, isterse sanal dünyada oluşturularak tanınmış olsun, ekonomik anlamda önemli bir değerdir. Özellikle kolay hatırlanabilir, akılda kalıcı olma özelliği taşıyan alan adları ticari hayatta büyük önem arz etmektedir. İnternet kullanıcıları tarafından ziyaret edilme ihtimali yüksek olan alan adları, belki de bu alan adına sahip olan ticari işletme sahibinin, rakipleri karşısında bir adım öne geçmesini sağlayacaktır<sup>69</sup>.

Genel üst seviye alan adları toplamı 1999 yılında 7 milyon iken, 2015 yılının ikinci çeyreği itibariyle 158 milyona ulaşmıştır. Ülke kodlu üst seviye alan adlarının sayısı ise aynı dönemde 138 milyondur<sup>70</sup>. Alan adlarının kıt olması ve ticari hayatta bu denli önemli olması, alan adları için ikincil pazarın oluşmasına neden olmuştur. Günümüzde alan adları, ikincil piyasada alınıp satılan varlık olarak karşımıza çıkar. Ayrıca alan adları için finansal piyasa oluşmuştur. Alan adlarının potansiyel getirisine göre bu piyasada finansman bulma olanağı da bulunmaktadır. Örneğin 2006 yılında “sex.com” alan adının 12 milyon \$’dan daha fazla bir ücrete, bir grup yatırımcı tarafından satın alındığı ve bu yatırımcıların bu işlemin bir kısmını New Jersey, Domain Capital ve LLC yatırım firmalarından aldıkları fonla karşıladıkları konuşulmaktadır. Bugün getirisinin yüksek olacağı düşünülen alan adlarına ilişkin işlemler yatırımcılar açısından oldukça çekicidir<sup>71</sup>. Kredi verenler de alan adlarını borçlar için teminat olarak değerlendirmektedir<sup>72</sup>. Görüldüğü üzere değerli alan adları, milyon dolarlardan alıcı bulmakta, alıcılar da fon bulmada zorlanmamaktadır.

Bettinger’in belirttiği gibi, internet kullanımının yaygınlaşması ve internetin ticarileşmesi, 1990’lı yılların ortalarında, alan adlarının üniversiteleri veya araştırma enstitülerini tanımlama özelliğinden ziyade kişileri, şirketleri ve ürünleri internette temsil

---

<sup>68</sup> WIPO Publication (2008). s. 3.

<sup>69</sup> Kale (2013). s. 17.

<sup>70</sup> Verisign’in “Alan Adı Endüstrisi Özeti” olarak yayınladığı rapor için bkz: [https://www.verisign.com/en\\_US/innovation/dnib/index.xhtml](https://www.verisign.com/en_US/innovation/dnib/index.xhtml). Erişim tarihi: 03.04.2015.

<sup>71</sup> Agin (2008). Alacaklılar, alan adlarının ekonomik değerinden dolayı teminat olarak değerlendirilmesini de isteyebilirler. Alan adlarının haczi konusunda ayrıntılı bilgi için bkz: Kale (2013).

<sup>72</sup> Wiedmann (2010). s. 1.

etme özelliğini ön plana çıkarmıştır. Alan adları, üzerinde uyuşmazlıkların hızla arttığı kıt kaynak haline gelmiştir<sup>73</sup>.

### 1.2.5 Alan adlarının hukuki niteliği

Alan adlarının hukuki niteliğine ilişkin tartışmalar, internetin kullanılmaya başladığı dönemden itibaren süregelmektedir<sup>74</sup>. Mevcut durumda, kanun koyucu alan adlarının hukuki niteliğini kesin olarak ortaya koymamaktadır. Öğretide ise farklı görüşler mevcuttur. Alan adları üzerindeki hak “fikri mülkiyet hakkı” mıdır, “sözleşmeden doğan hak” mıdır yoksa ikisinin karışımı mıdır? Sanal varlık olarak adlandırılan yeni bir varlık çeşidi midir? Bu sorular öğretide tartışılmıştır. Bu konuyla ilgili yargı kararları incelendiğinde ise, alan adları kimi kararlarda “adreslerle”<sup>75</sup>, “markalarla”<sup>76</sup>, kimi kararlarda “telefon numaraları”<sup>77</sup> ile karşılaştırılmıştır. Alan adlarının çeşitli yargı kararlarında ve öğretide çeşitli varlıklara benzetilmesi aslında alan adının hukuki niteliğine ilişkin yeknesaklık olmadığını ortaya koyar.

Alan adlarının hukuki niteliğine ilişkin ileri sürülen ilk tez, alan adlarının hizmet sözleşmesinden doğan haklar olduğudur. Alan adları üzerindeki hakkın hizmet sözleşmesinden doğan hak olduğunu savunanlar, hakkın tescil kuruluşları ile alan adını tescil ettirmek isteyen kişiler arasındaki tescil sözleşmesinden kaynaklanan, nisbi bir talep hakkı olduğunu kabul ederler. Gerçekte alan adları, tescil sözleşmesi ile var olmaktadır<sup>78</sup>. Bir başka ifadeyle alan adı üzerindeki hak sahipliği tescil sözleşmesine

<sup>73</sup> Bettinger (2015). s. 9.

<sup>74</sup> İlgili çalışmalardan bir kısmı: C. Caruana, “The legal nature of domain names” 2013; G. Dimitrov, “International conference on intellectual property, the internet, electronic commerce and traditional knowledge” 2001; B. Zhu, “Further discussion on hypothecateability of domain name rights” *Journal of Politics and Law*, Vol.1, No:4, 2008.

<sup>75</sup> İlgili kararlardan birisi 1998 yılında Panavision International LP ile Toepfen arasında görülen davada verilmiştir (141 F. 3d 1316 CA). Karara ulaşmak için bkz: <http://cyber.law.harvard.edu/property/domain/panavision.html>. Erişim tarihi: 03.04.2016.

<sup>76</sup> 2000 yılında Umbro International Inc ile 3263851 Canada Inc arasında görülen davada alan adları markalarla karşılaştırılmıştır (528 SE 2d 80). Karara ulaşmak için bkz: <http://law.justia.com/cases/virginia/supreme-court/2000/1991168.html>. Erişim tarihi: 03.04.2016.

<sup>77</sup> Dorer’in Arel’e 1999 yılında açtığı davada, alan adları telefon numaralarına benzetilmiştir (60 F. Supp. 2d 558 E.D. Va.). Karara ulaşmak için bkz:

<http://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp2/60/558/2580539/>. Erişim tarihi: 28.02.2016.

<sup>78</sup> M, Alramah. (2009). The legal nature of domain names rights. *Journal of International Trade Law and Policy*. Vol.8, No:1, s. 85.

dayanır. Alan adını tescil ettirmek isteyen kişi, tescil kuruluşuna tescil için başvurduğunda, ilgili alan adının uygunluğu tescil kuruluşunca uygun bulunursa, tescili gerçekleştirilir<sup>79</sup>. Alan adı tescilinin, tescil sözleşmesine dayanması dikkate alınarak, bazı mahkeme kararlarında alan adlarının sözleşmeden doğan haklar olduğu, alan adı sahibine de sözleşmeden doğan haklar bahsettiği belirtilmiştir<sup>80</sup>.

Bazı mahkeme kararlarında alan adı hakkının sadece taraflar arasında yapılan sözleşmeden doğan haklar olarak kabulünün, alan adlarının ekonomik değerlerini görmezlikten gelmek olduğu ileri sürülerek, alan adları üzerindeki hakkın gayrimaddi malvarlığı hakkı olduğu belirtilmektedir<sup>81</sup>.

Son dönemlerde ise Bettinger'in ifade ettiği gibi, fikri mülkiyet haklarının internet ortamında ihlal edildiğinin farkına varılması sonucunda, alan adları zamanla, büyük şirketlerin bilgi işlem departmanlarının sorumluluğunda olmaktan çıkmış, bağımsız fikri mülkiyet varlıkları olarak kabul edilmeye ve markalara benzer şekilde değerlendirilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla alan adları, genellikle şirketlerin hukuk departmanları tarafından takip edilmekte ve ihlaller karşısında gereği yapılmaktadır. Bu durum, alan adlarına ilişkin bakış açısındaki değişimi açık bir şekilde göstermektedir. İlk zamanlarda sözleşmeden doğan haklar olarak görülen alan adları, artık gayrimaddi bir değer olan "fikri mülkiyet hakları" olarak düşünülmektedir<sup>82</sup>.

Türk öğretisinde de alan adları tartışılmış<sup>83</sup>, Türk hukuku kapsamında bazı tespitler yapılmıştır. Nomer'e göre alan adları, marka, ticaret unvanı ve işletme adı gibi

---

<sup>79</sup> K. Komaitis (2010). *The current state of domain name regulation: Domain names as second –class citizens in a mark-dominated world*. London and New York: Routledge. s. 51.

<sup>80</sup> Bu kararlardan ilki, 1999 yılında Rose Marie Dorer ve Forrms tarafından Brian Arel'e karşı açılan dava sonucunda verilmiştir. 2000 yılında Network Solutions, Inc. ile Umbro International, Inc. ve 2003 yılında Michael Zurakov ile Register.com, Inc. davalarında alan adlarının sözleşmeden doğan haklar bahsettiği belirtilmiştir.

<sup>81</sup> Gary Kremen'in Stephen Michael Cohen'e karşı açtığı davada, 9. Temyiz Mahkemesi (The Court of Appeals for the Ninth Circuit), 2003 yılında konuya ilişkin önemli bir karar vermiştir. Gary Kremen, tescil kuruluşu Network Solution Inc.'ı sözleşmenin ihlali (breach of contract) ve davacının kendisi adına tescil ettirdiği "sex.com" alan adının silinip başkası adına tescil ettirilmesinden dolayı bahsi geçen alan adının kendisine yeniden tahsisi için dava açtı. Davaya bakan Hakim Kozinski, Kaliforniya hukuku çerçevesinde alan adını "Gayrimaddi kişisel mal: Intangible personal property" türü olarak tanımladı. Benzer kararlara; Harrods, Ltd.'nin Sixty Internet Domain Names'e karşı, 2000 yılında Caesars World, Inc.'in Caesars-Palace.com'a karşı açtığı davada ulaşılabilir.

<sup>82</sup> Bettinger (2015). s. 145.

<sup>83</sup> Alan adlarının hukuki niteliğine ilişkin olarak ayrıntılı bilgi için bkz: Soysal (2014). s. 317-337; S. Oğuz (2014), *İnternet alan adı haklarının korunması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık. s. 149-243; K. Şenocak (2009), Tescilli markanın aynısının veya benzerinin alan adı olarak kullanılması suretiyle marka hakkının ihlali. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 15(3), s. 95-104.

ayırt edici ad ve işaretler gibi tanıtma vasıtası işlevine sahip olup, marka ve ticari sırlar gibi ticari işletmenin gayrimaddi unsurlarındandır<sup>84</sup>. Benzer şekilde Poroy ve Yasaman'a göre de alan adları, ticari işletmenin gayrimaddi unsurlarından birisidir<sup>85</sup>.

Tekinalp'e göre alan adları, 6762 Sayılı mülga Türk Ticaret Kanunu m.57/5 anlamında işaret ve tanıtma aracıdır<sup>86</sup>. İlgili hüküm çerçevesinde ismen anılmayan her türlü işaret ve tanıtma araçlarının malvarlığı değeri olduğu ve bu çerçevede korunacağı belirtilmektedir. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununda ise alan adları, işletme işaretleri ve iş ürünleri kapsamına dahildir<sup>87</sup>.

Alan adlarının nisbi hak mı, mutlak hak mı olduğu öğretide tartışılmıştır. Bir görüş alan adlarının nisbi hak özelliği gösterdiğini savunmaktadır. Diğer bir görüş ise alan adlarının hem nisbi hem de mutlak hakkın birlikte bulunduğu kendine özgü (sui generis) bir hak olduğunu savunmaktadır<sup>88</sup>.

Alan adlarının fonksiyonları dikkate alındığında, tanıtma fonksiyonu alan adının şahısvarlığı yönünü vurgularken, ekonomik değerinin olması, devredilebilir, rehnedilebilir olması, miras olarak bırakılabilmesi fonksiyonları ise malvarlığı yönünü vurgulamaktadır. Dolayısıyla Oğuz'a göre, alan adları şahısvarlığı ve malvarlığı haklarının birlikte bulunduğu karma hak niteliği taşıyan bir haktır<sup>89</sup>.

Bu tartışmalar da göstermektedir ki, alan adlarının hukuki niteliğine ilişkin fikir birliği ne kanuni düzenlemelerde ne de öğretide sağlanabilmiştir.

---

<sup>84</sup> Nomer (2001). s. 401.

<sup>85</sup> R. Poroy ve H. Yasaman (2012). *Ticari işletme hukuku*. 14. Baskı, İstanbul :Vedat Kitapçılık. s. 388-391.

<sup>86</sup> 6762 sayılı TTK, m.57/5:Başkasının emtiası, iş mahsulleri, faaliyeti veya ticaret işletmesiyle iltibaslar meydana getirmeye çalışmak veya buna müsait bulunan tedbirlere başvurmak, hususiyile başkasının haklı olarak kullandığı ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtma vasıtalarıyla iltibasa meydan verebilecek surette, ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtma vasıtaları kullanmak veyahut iltibasa meydan veren malları, durumu bilerek veya bilmeyerek, satışa arz etmek veya şahsi ihtiyaçtan başka her ne sebeple olursa olsun elinde bulundurmamak dürüstlük kuralına aykırı davranışlar arasında sayılmıştır. Aynı hükmün, 6102 Sayılı TTK'da 55/a-4 fıkrası ile özdeş olduğu maddenin gerekçesinde belirtilmiştir.

<sup>87</sup> Yargıtay 11. Hukuk Dairesi tarafından 28.3.2008 tarihinde verilen bir kararda, alan adlarının TTK'nın 57/5. maddesindeki "işaret" ve "tanıtma vasıtaları" olarak nitelendirilip değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Karara ulaşmak için bkz: <http://66.221.165.115/cgi-bin/highlight/ibb/highlight.cgi?file=ibb/files/11hd-2007-1677.htm&query=%22alan%20ad%FD%22#fm>. Erişim tarihi: 16.08.2015.

<sup>88</sup> Nisbi hak olduğu yönünde, F. Bilgili (2006). *Marka hukukunda hakkın kötüye kullanılması*. Ankara: Seçkin. Nisbi ve mutlak hakkın birlikte yan yana bulunduğu kendine özgü karma bir hak olduğu yönünde Oğuz (2014).

<sup>89</sup> Oğuz (2014). s. 236.

## 2 Alan Adı Uyuşmazlıkları

### 2.1 Alan Adı Uyuşmazlıklarına Genel Bakış

İnternetin ticarileşmesinden önce geliştirilen alan adı sistemi, hukuki bir düzenlemeye bağlı olarak ortaya çıkmamıştır. İnterneti bulanlar, interneti ağırlıklı olarak teknik açıdan ele almış, potansiyel hukuki uyuşmazlıkları dikkate almamışlardır. Bir başka ifadeyle DNS oluşturulduğunda internet tanımlayıcıları ile gerçek dünya tanımlayıcıları arasında hukuki uyuşmazlıkların çıkabileceği düşünülmemiştir. Çünkü o dönemde, bugün insanlık tarihinin altıncı bilgi devrimi olarak bilinen, ticari engelleri kaldıran ve kişilerin yaşamlarını kolaylaştıran internetin, hak sahiplerinin haklarının ihlal edilmesine neden olacağı tahmini neredeyse imkansızdı<sup>90</sup>.

İnternetin ticarileşmesi, başka alanları etkilediği gibi hukuk kurallarını da etkilemiş, anılan kurallar vasıtasıyla çözülmek zorunda olan yeni sorunlarla karşı karşıya kalınmıştır<sup>91</sup>. Beklenilmeyen bu gelişme, birçok uyuşmazlığı da beraberinde getirmiştir. Hukuki düzenlemelerin yetersiz kalması, hak ihlallerinin hızla artmasına sebep olmuştur. İnternette görülen ihlallerin büyük bir kısmını ise alan adları oluşturmaktadır<sup>92</sup>.

### 2.2 Alan Adı Uyuşmazlıklarının Nedenleri

Gerçek veya tüzel kişiler alan adlarının kısa, akılda kalıcı ve kolay hatırlanabilir olmasına özen göstermekte, kendisinin tanınmasına yardımcı olan tanıtıcı ad ve işaretlerle aynı olmasını istemektedirler<sup>93</sup>. Ancak istedikleri alan adının tescili için tescil kuruluşuna başvurduklarında, alan adının başkası tarafından tescil edilmiş olduğunu görebilirler. Böyle bir durumda ilgili kişi alan adını tescil ettiren kişi ile anlaşarak ondan satın alabileceği gibi, başka bir alan adını tescil ettirebilir ya da tescil edilen alan adını hukuki yollara başvurarak geri alma olanaklarından yararlanabilir. İstenilen ancak daha önceden

---

<sup>90</sup> Lindsay (2007). s. 95.

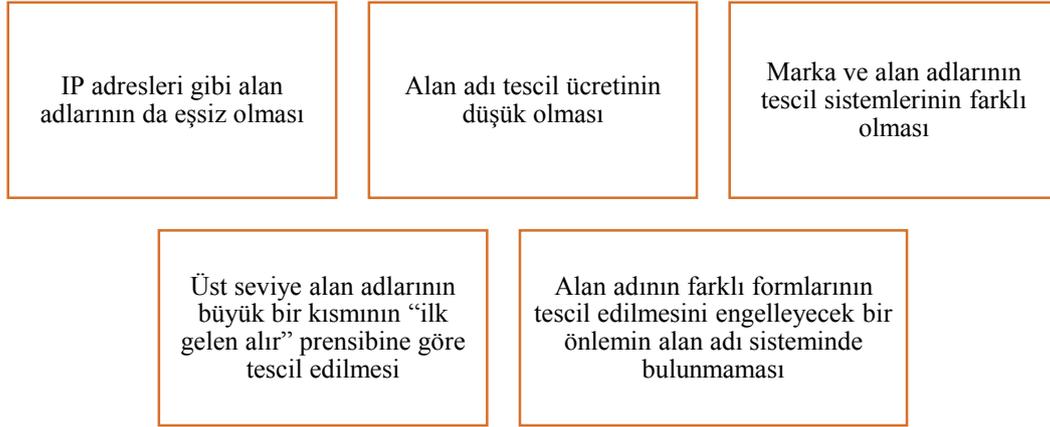
<sup>91</sup> N. Okan (2011). *Ağ reklamları ve haksız rekabet*. Ankara: Seçkin. s. 4.

<sup>92</sup> N. Bal (2013). İnternet alan adları ve internet alan adı uyuşmazlıklarının tahkim yoluyla çözümlenmesi. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. Cilt XVII, Sa. 1-2. s. 315.

<sup>93</sup> A. Nash (1999). *Domain name allocation a new set of rules for a global system*. s. 3.

başkası tarafından tescil edilen alan adını almak için verilen bu mücadeleler genel olarak alan adı uyuşmazlıkları olarak ifade edilir<sup>94</sup>.

Alan adı uyuşmazlıkları, birçok sebepten kaynaklanabilir. Şekil 3, mevcut durumda alan adı uyuşmazlıklarının çıkma nedenlerini özetlemektedir.



**Şekil 3.** Mevcut durumdaki alan adı uyuşmazlıklarının temel nedenleri

Alan adları, eşleştikleri IP adresleri gibi tek (unique) olmalıdır. Bir alan adına yalnızca bir tarafın sahip olabilmesi, alan adı uyuşmazlıklarının temelini oluşturur. Çünkü alan adına sadece belirtilen şartlarda, geçerli başvuruyu yapan ilk kişi sahip olabilir. Alan adı kullanımının sanal dünyada varoluşu önemli ölçüde etkilemesinin yanında, alan adlarının hem sosyal hem de ekonomik değer taşıması alan adlarına olan talebi artırır. Alan adı tescil ücretinin düşük olması da alan adı tescil talebini arttırmaktadır. Bu durum alan adı uyuşmazlıklarına neden olur. İlk tescil kuruluşu olan Network Solutions, tekel olduğu dönemde alan adını, 2 yıllık 70\$'a tescil etmekteyken, ICANN'ın yeni tescil kuruluşlarını yetkilendirmesi ile birlikte rekabet arttığı için alan adı tescil ücretleri yıllık 10\$'ın altına kadar düşmüştür. Tescil ücretinin düşmesi ise tescilli alan adlarından kazanç elde etmeyi düşünen kişilerin, daha fazla alan adını tescil ettirme isteklerini arttırmaktadır. Bir başka ifadeyle, alan adlarına erişimin kolaylığı ve alan adlarından gelir elde etmenin hızlılığı, alan adı endüstrisine kötü niyetli kişilerin girmesine neden

<sup>94</sup> R. Badgley (2002). *Domain name disputes*. New York: Aspen Law and Business. s. 1-3.

olmaktadır. Dolayısıyla, alan adının tescilinin ve kullanımının artması, marka sahipleri ile alan adı sahipleri arasındaki uyuşmazlıklar başta olmak üzere diğer birçok uyuşmazlığı da beraberinde getirmektedir<sup>95</sup>.

Alan adları, hem marka olmaksızın teknik amaçla internetteki bilgisayarları tanımlamak, hem de marka amacıyla internet kullanıcılarına sunulan mal veya hizmeti tanımlamak için kullanılabilir. Alan adı internette sadece adresi tanımlamak amacıyla kullanıldığında marka fonksiyonu taşımazken, mal veya hizmetin kaynağını tanımlamak amacıyla kullanıldığı zaman marka fonksiyonu taşıyabilir. Alan adları ile marka arasında görülen uyuşmazlıkların ana nedeni, her ikisinin tescil edilirlerken farklı sistemlere sahip olmasıdır. Marka tescil sistemi genellikle belirli bir coğrafi alanda bir kamu kurumu tarafından sağlanırken, alan adının tescili dünya çapında gerçekleştirilmektedir. Bir başka ifade ile marka tescil edildiği yerde bölgesel özellik taşıırken, alan adları küresel özellik taşımaktadır. Daha önceden ifade edildiği üzere, bazı üst seviye alan adları “ilk gelen alır” prensibine göre tescil edilmektedir<sup>96</sup>. Dolayısıyla markayı içeren alan adı, gerçek marka sahibi tarafından tescil edilmemiş olabilir. Düzenlemelerin yetersizliği ise alan adı sahibi ile marka sahibi arasındaki uyuşmazlıkların artmasına sebep olmaktadır. Bahsi geçen sistemde, gerçek hak sahibi olmayan kişilerin başkalarının hak sahibi olduğu markaları içeren alan adlarını kendi adlarına tescil etmeleri ve bu alan adlarını yüksek meblağdan gerçek marka sahibine veya rakiplerine satarak para kazanmalarını olanaklı kılmaktadır<sup>97</sup>.

Mevcut alan adı sistemine, yarışan menfaatler açısından bakıldığında da eksiklikler göze çarpmaktadır. Bu sistemde bir kurumun alan adının farklı formlarını tescil ettirmesini engelleyecek herhangi bir önlem yer almamaktadır. Bu durum bir adla ilgili benzer haklara sahip olan tek taraf için sorun oluşturmayabilir. Ancak aynı adla ilgili, yarışan menfaatlere sahip birden fazla taraf olduğu zaman, ilgili alan adının tekelleşmesine neden olabilir. Örneğin, “amazon” internette markalaşan bir alan adıdır. Bu alan adı sahibi, yeni ülke kodlarını içeren alan adları ve farklı jenerik alan adlarını da

---

<sup>95</sup> J. Bedord (2008). *I've got a domain name-now what? A practical guide to building a website and your web presence*. s. 12.

<sup>96</sup> Bkz: s. 12.

<sup>97</sup> Wang (2006). s. 119.

tescil ettirse (amazon.net,..gibi), “amazon” adı üzerinde meşru hakları olan diğer işletmeler için sorun oluşturabilir<sup>98</sup>.

İnternetin kapsamı çok geniş olduğu için bu alanda çıkacak uyuşmazlıkların ve nedenlerinin sınırlarının çizilmesi oldukça zordur. Çalışmada mevcut uyuşmazlık türlerinden sık karşılaşılanlar dikkate alınarak hem alan adı uyuşmazlık türlerine hem de nedenlerine ilişkin bir sınırlama yapılmaya çalışılmıştır<sup>99</sup>.

### 2.3 Alan Adı Uyuşmazlık Çeşitleri

Alan adları ile ilgili uyuşmazlıklar her geçen gün artmakta farklı anlaşmazlıklar gündeme gelmektedir. Örneğin internetin ilk zamanlarında alan adı korsanlığı, klavye korsanlığı gibi hak ihlalleri ile karşılaşılırken, günümüzde bunların yanı sıra alan adı casusluğu ve alan adı denemesi gibi uyuşmazlık türleri ile karşılaşılmaktadır. Ayrıca son dönemlerde markaların başkaları tarafından alan adı olarak tescil edilmesinin yanında, kişi adlarının, coğrafi işaretler ile genel kelime ve deyimlerin de tescil edildiği görülmektedir. Bu da marka ihlalinin ağırlıklı olduğu alan adı uyuşmazlıklarının yön değiştirmeye başladığını göstermektedir<sup>100</sup>.

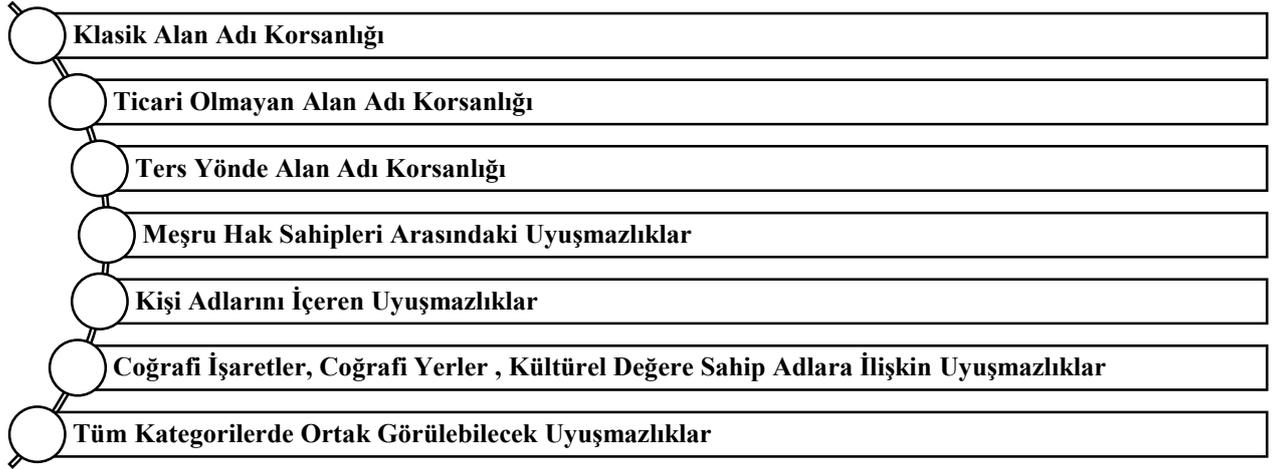
Alan adları ile ilgili mevcut durumdaki ihlaller, çalışmada gruplandırılarak ele alınacaktır. Ancak hemen belirtmek gerekir ki, bu gruplandırmada gruplar arasında kesin sınırların çizilmesi mümkün değildir. Bir uyuşmazlığın sadece tek bir uyuşmazlık türü içinde yer alacağı anlamında bir sonuca varmak doğru olmayabilir. Nitekim birçok uyuşmazlık, birden fazla gruba girmekte, farklı gruplarda benzer uyuşmazlıklar görülmektedir.

---

<sup>98</sup> J. Lipton (2010). *Internet domain names, trademarks and free speech*. UK ve USA : Edward Elgar. s. 4.

<sup>99</sup> Çalışmada alan adı uyuşmazlıklarının daha anlaşılır olması amacıyla uyuşmazlıkların çözümü için başvurulabilecek olan dava açma ve uyuşmazlık çözüm hizmet sağlayıcısına başvurma yöntemlerinden örnekler verilmiştir. Uyuşmazlıkların çözümü için başvurulabilecek yollar çalışmanın 3. bölümünde ele alınmaktadır. Bkz: s. 48 vd.

<sup>100</sup> Lipton (2010). s. 12.



Şekil 4. Alan adlarına ilişkin uyuşmazlıkların gruplandırılması

Şekil 4, mevcut durumda görülen uyuşmazlık türlerini gruplandırarak ele almaktadır. Her bir grup aşağıda ayrı ayrı ele alınarak incelenmiştir.

### 2.3.1 Klasik alan adı korsanlığı (Classic cybersquatting)

Alan adı korsanlığı, alan adlarından ticari gelir elde etme girişimlerinin kötüye kullanıldığı, internetin oluşturulmasından günümüze kadar devam eden ve yaygın olarak karşılaşılan uluslararası bir sorundur. Amerikan Temyiz Mahkemesi 2. Dairesince alan adı korsanlığı “Tanınmış markaların, marka hakkı sahibi olmayan kişilerce tescilinin gerçekleştirildikten sonra gerçek marka hakkı sahibine satılmaya çalışılması” olarak tanımlanmıştır<sup>101</sup>.

Alan adı korsanları, üçüncü kişilere ait markaları, işletme adlarını, önemli ad ve işaretleri veya bunlarla karıştırılabilecek kadar benzer olan alan adlarını; ilk gelen alır prensibini kötüye kullanarak alan adı olarak tescil ettirmektedir. Bu korsanlar, tescil edilen alan adlarını ilgili alan adı ile ilişkili olan kişilere, genellikle gerçek hak sahibi

<sup>101</sup> Alan adı korsanlığının tanımın yapıldığı dava, Sport’s Farm L.L.C.’nin Sportsman’s Market, Inc.’e karşı 2000 yılında açtığı davadır (202 F.3d 489, 493 -2d Cir.).

olanlara ya da onların rakiplerine çok yüksek meblağ ile satmaya veya internette web trafiği oluşturarak para kazanmaya kalkışmaktadırlar<sup>102</sup>.

Alan adı korsanlığı farklı aktiviteleri karşılamak için kullanılan bir ifadedir. Alan adı korsanlarının gerçekleştirdikleri farklı faaliyetlere;

- Alan adının gerçek hak sahibine yüksek fiyattan satılarak gelir sağlanması,
- Alan adlarının, ileride satın almak isteyen kişilerin olabileceği düşüncesi ile bekletilip alan adını almak isteyen kişilere aşırı yüksek fiyattan satılması örnek olarak verilebilir<sup>103</sup>.

Intermatic Incorporated'in Dennis Toeppen'e karşı açtığı dava<sup>104</sup>, alan adı korsanlığının ilk örneklerindedir. Bu davada, 1995 yılında Dennis Toeppen, içlerinde "Panavision.com", "Panaflex.com", ve "Intermatic.com" alan adlarının da bulunduğu 200'den fazla alan adının sahibidir. Kasım 1996'da hem Panavision International hem de Intermatic Inc., Toeppen'in markayı sulandırdığı<sup>105</sup> iddiası ile Toeppen'e karşı dava açmışlardır. Toeppen davasındaki tüm davacılar, Toeppen'in tescil ettirdiği alan adlarını geri almışlardır. Bahsedilen davaların hepsinde Toeppen'in, davacı şirketlerin markalarını sulandırdığı ve markalarının alan adı tescilinden dolayı kendi mal ve hizmetlerini internetten satma haklarını engellediğine karar verilmiştir.

Marka sahibinin yerine markadan gelir sağlama niyetiyle alan adını tescil ettiren kişiler için, açılan davaların birçoğunda marka sahibinin haklarının ihlal edildiğine karar verilmiştir<sup>106</sup>.

İngiltere'de alan adı korsanlığı ile ilgili akla gelen ilk davalardan birisi; British Telecommunications ve diğerleri<sup>107</sup> ile One in a Million şirketi arasında 1999 yılında görülen davadır<sup>108</sup>. One in a Million, alan adları ticaretiyle uğraşan, iyi bilinen markaları ve şirket adlarını alan adı olarak tescil ettiren bir şirketti. Amacı ise bu alan adlarını

---

<sup>102</sup> WIPO Publication (2008). s. 3.

<sup>103</sup> Wiedmann (2010). s. 6.

<sup>104</sup> Davanın ayrıntısı için bkz: <https://cyber.law.harvard.edu/property00/domain/Intermatic.html>. Erişim tarihi: 17.05.2016.

<sup>105</sup> Markanın Sulandırılması (Trademark Dilution), markanın mal ve hizmetleri ayırma ve tanıtma kabiliyetinin azalmasıdır.

<sup>106</sup> Wiedmann (2010). s. 3.

<sup>107</sup> Davadaki diğer davacılar: Marks & Spencer PLC, Ladbrokes Plc, J. Sainsbury Plc, Virgin Enterprises Ltd'dir.

<sup>108</sup> Davanın ayrıntısı için bkz: <http://www.appleyardlees.com/cyberswatting-eradicating-domain-name-pests/>. Erişim tarihi: 08.03.2016.

sahiplerine satmaktı. Tescil ettirdiği alan adlarının arasında; “marksandspencer.com”, “marksandspencer.co.uk”, “virgin.org”, “bt.org” ve “sainsbury.com” bulunuyordu. Davalının, bu alan adlarını kendi adına tescil ettirmesinin arkasındaki nedenin sahiplerine satmak olduğu çok açıktı. Mahkeme, davalının alan adlarını tescil ettirmesinin, davacıların alan adlarını tescil ettirmelerini engellemesi sebebiyle davalı aleyhine karar verilmiştir<sup>109</sup>.

Bir diğer dava Akbank ile Mehmet Kahveci arasındaki davadır. Bu dava da alan adının Akbank’a devri ile sonuçlanmıştır<sup>110</sup>. Kahveci, 50’ye yakın tanınmış markanın<sup>111</sup> alan adlarını kendi adına tescil ettirmiştir. ABD’de yaşayan Kahveci tarafından 1999 yılında alan adının tescili nedeniyle “akbank.com” sitesini kullanamayan Akbank, uyuşmazlığın çözümü için uyuşmazlık çözüm mekanizması yolunu tercih etmiş ve hizmet sağlayıcısı olarak Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi’ne (World Intellectual Property Organisation- WIPO) başvurmuştur. 6 Mart 2002 tarihinde verilen karar doğrultusunda “akbank.com” alan adının Kahveciden alınarak Akbank’a devrine karar verilmiştir. Benzer bir uyuşmazlık Koçbank ile “kocbank.com” alan adının sahibi Hasan Yağız arasında görülmüştür. Yağız, ilgili alan adını 100 bin dolara Koçbank’a devretmeyi teklif etmiştir. Ayrıca internet sitesinde uygunsuz içerikler yayınlamıştır. Koçbank yetkilileri uyuşmazlığın çözümü için WIPO’ya başvurmuş ve ilgili alan adının kendilerine devredilmesini sağlamışlardır<sup>112</sup>. 2015 yılında ise Koç Holding A.Ş. nin şikayetçi taraf olduğu iki ayrı uyuşmazlık alan adlarının devri ile sonuçlanmıştır. İlki Oğuz Tüfekçi ile “kocgroup.com” alan adına ilişkin, ikincisi ise Josh Berry ile “kocgoup.org” alan adına ilişkindir. Uyuşmazlık çözümü için başvurulmuş hizmet sağlayıcı WIPO, alan adlarının Koç Holding’e devrine karar vermiştir<sup>113</sup>.

---

<sup>109</sup> Wang (2006). s. 121.

<sup>110</sup> Uyuşmazlığın ayrıntısı için bkz : <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2001/d2001-1488.html>. Erişim tarihi: 22.04.2016.

<sup>111</sup> Mehmet Kahveci’nin sahip olduğu alan adlardan bazıları: uki.com, yapı.com, akpa.com, cebitas.com, cukurova.com, showtv.com, denizcilik.com, iktisat.com, vakif.com, turyat.com, cankurtaran.com, profilo.com, tekel.com, santeks.com, bilkont.com, tarmak.com, orsa.com, ulusoy.com, ziraat.com, transturk.com, yasar.com, tupras.com, ulker.com’dur.

<sup>112</sup> Uyuşmazlığın ayrıntısı için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2001/d2001-0849.html>. Erişim tarihi: 22.04.2016.

<sup>113</sup> Uyuşmazlıkların ayrıntısı için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/text/2015/d2015-1046.html> ; <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/text/2015/d2015-1047.html>. Erişim tarihi: 23.04.2016.

Görüldüğü üzere alan adı korsanlığı internet kullanımının yaygınlaşmasından itibaren dünyanın farklı bölgelerinde benzer şekillerde karşılaşılan bir uyuşmazlık türüdür. Günümüzde alan adı korsanlığının kılıf değiştirmiş şekilleri ile de karşılaşılmaktadır. Örneğin, sosyal medyanın gücünden faydalanmak isteyen alan adı korsanları, Twitter, Facebook, Myspace gibi sosyal medya sitelerinde hak ihlallerinde bulunmaktadır. Diğer kullanıcılar adına hesap açmak, kişiler adına profiller düzenlemek, bildirim göndermek, hesapları rezerve ederek adlarına hesap açılan kişilere bu hesapları satmak gibi amaçları olan korsanlar sosyal medyada da görülmeye başlanmıştır.

Sosyal medyada görülen alan adı korsanlığına ilişkin olarak açılan ilk dava, Tony La Russa'nın Twitter aleyhine 5 Haziran 2009 tarihinde açtığı davadır. Beyzbol takımı St. Louis Cardinal'ın yöneticisi olan La Russa adına, gizli bir kullanıcı tarafından Twitter hesabı açılmıştır. La Russa'nın resminin olduğu ana sayfanın başlığında da “ Tony La Russa şimdi Twitter kullanıyor!” şeklinde ifade kullanılarak dikkat çekilmiştir. Profilde de kullanıcıların La Russa'nın güncel paylaşımlarını takip etmeleri teşvik edilmiştir. Ancak sahte profilden basit ve aşağılayıcı paylaşımlarda bulunulmuştur. La Russa, profili açan kişinin kötü niyetli olduğunu, internet kullanıcılarını La Russa'nın kendi web sitesine gitmelerinden ziyade Twitter'dan takibinin ziyaretçi sayısını azalttığını ve La Russa markasını zarara uğratarak kazanç elde ettiğini iddia etmiştir. Dava açıldıktan birkaç saat sonra, Twitter sahte La Russa sayfasını ve gönderilerini silmiştir. La Russa da davadan vazgeçmiştir<sup>114</sup>. Bu dava, sosyal medya sitelerinin alan adı korsanlığına konu olduğu ilk uyuşmazlıktır.

### **2.3.2 Ticari olmayan alan adı korsanlığı (Noncommercial cybersquatting)**

Uyuşmazlık türlerinin bu kategorisinde alan adları, hak sahibi olmayan kişilerce kazanç elde etme amacı olmadan tescil edilmektedir. Alan adı korsanlığı olarak ifade edilmesinin sebebi ise, gerçek hak sahibi olunmadan üçüncü kişilerin hak sahibi olduğu alan adlarının tescil ettirilmesidir. Alan adı korsanlığı açısından bakıldığında hak

---

<sup>114</sup> T. Curtin (2011). *The name game: cybersquatting and trademark infringement on social media websites*. Journal Of Law and Policy. s. 357. Kararın ayrıntısı için bkz: <http://www.dmlp.org/threats/la-russa-v-twitter-inc#description>. Erişim tarihi: 10.04.2016.

sahibinden kazanç elde etme beklentisi içerisinde olunmayan bu uyuşmazlık türünde genellikle kötü niyet de görülmemektedir. Alan adının tescilini gerçekleştiren birçok kişi, sosyal sorunları dile getirmek, almış olduğu mal veya hizmetin kalitesini değerlendirmek, işletmelerin stratejilerini eleştirmek amaçlı hareket etmektedir.

İnternet kullanıcıları genellikle eleştirmek, yorum yapmak, değerlendirmek istedikleri alan adlarının sonuna “sucks, parody, fun,...”<sup>115</sup> gibi ekler ilave ederek bu alan adlarını tescil ettirmektedir. Bu uyuşmazlık çeşidinde, alan adı sahibinin tescil ettirme niyeti ve kullanım şekli önem arz etmektedir. Kimi alan adı sahipleri, tescil ettirdikleri alan adlarını, ifade özgürlüğü çerçevesinde dürüst şekilde kullanmaktadır. İlgili alan adında kişi eleştirdiği, yorum yaptığı kişi veya kişilerin haklarını ihlal etmiyorsa genellikle dürüst kullanımdan bahsedilmekte iken, diğer kişilerin haklarını ihlal ediyorsa kötü niyetli kullanım olarak kabul edilmektedir.

Bally Total Fitness Holding Corp.’in 1998 yılında Faber’e karşı açtığı dava, mahkemelerin genellikle eleştiri amaçlı açılan siteler lehine karar verdiğini gösterir niteliktedir. Faber, Bally Fitness Merkezini eleştirmek için “ballysucks.com” alan adını tescil ettirmiştir. Davada belirtildiği üzere Andrew Faber, kendi adına tescil ettirdiği alan adını, Bally Total Fitness Holding Corp.’un müşterilerinin şikayet ve eleştirilerine yer vererek kullanmaktadır. Ziyaretçiler Faber’in alan adını ziyaret ettiklerinde “bally” markasının sonundaki “sucks” ekini, sitede “bally’ye ilişkin şikayetler” başlığını ve “resmi site değildir” yazısını görmektedir. Bunun yanı sıra sitede Bally spor kulübü zincirleri üyeliğinden nasıl çıkılabileceği ile eski ve yeni müşterilerin şirket hakkındaki eleştirilerinin yer aldığı “ziyaretçi şikayet bölümü” de bulunmaktadır. Bally, Faber’e karşı marka ihlali, marka sulandırılması ve haksız rekabet çerçevesinde dava açıp belirtilen sitenin kullanımının durdurulmasını istemiştir. Amerikan Temyiz Mahkemesi (The United States District Court for the Central District of California), Bally’nin markasının tescilli olduğunu tespit etmiş olmasına rağmen marka ihlali istemini reddetmiştir. Ayrıca Faber’in kullanımının müşterileri aldatma veya müşterilerde marka ile ilgili karışıklığa sebep olma gibi bir durum olmadığını belirtmiştir. Mahkeme, Faber’in web sitesini kullanımının ticari olmadığını belirtmiş ve markanın sulandırılma iddiasını da

---

<sup>115</sup> Bir alan adına “...sucks” ilave edildiğinde genellikle, eklenen alan adına sahip olunan mal veya hizmetin ne kadar kötü olduğu, “...parody, fun” ekleri eklenildiğinde ise dalga geçilecek şekilde basit olduğu vurgulanmak istenir.

reddetmiştir. Faber'in web sitesindeki spor kulübünden dolayı tatsızlığını ve mutsuzluğunu dile getirmesinin onun eleştirisi hakkı olduğunu, bu durumun ABD Anayasası'nda korunan "ifade özgürlüğü" kapsamında olduğunu belirtmiştir<sup>116</sup>.

İfade özgürlüğüne dayanılarak tescil ettirdikleri alan adını, alay edici şekilde kullanan ve uyuşmazlık için hukuki yollara başvurulduğunda parodi savunması<sup>117</sup> yapan alan adı sahipleri de bulunmaktadır. Markaların alaya alınarak alan adlarında kullanılmasının ifade özgürlüğü olduğunun iddia edildiği savunmaların çoğu mahkemelerce reddedilmiştir. Alan adlarına ilişkin açılan davaların birçoğunda davalının parodi savunması, mahkemeleri ikna etmeye yetmemiştir. Nitekim Doughney adına Hayvanlara Etik Muamele için Mücadele Edenler Organizasyonu (People for the Ethical Treatment of Animals Inc.-PETA) tarafından açılan davada, davalının parodi iddiası reddedilmiştir. İlgili davada davacı PETA, hayvanlara etik muamele için mücadele eden bir hayvan hakları organizasyonudur<sup>118</sup>. Davalı 1995 yılında "peta.org" alan adını tescil ettirmiştir. İlgili sitede et yemeyi, kürk giymeyi ve avlanmayı seven kişilere hitap etmeyi amaçlayarak "People Eating Tasty Animals (Lezzetli Hayvanların Etlerini Yiyen İnsanlar)" başlığını kullanmıştır. Mahkeme, davalının Lezzetli Hayvanların Etlerini Yiyen İnsanlar Organizasyonu şeklinde kurgusal organizasyon oluşturduğu, parodi yaptığı iddialarını reddetmiştir<sup>119</sup>.

### 2.3.3 Ters yönde alan adı korsanlığı (Reverse domain name hijacking)

Alan adını hukuki yolları deneyerek, kötü niyetle alan adı sahibinden elde etmeye teşebbüs etmek ters yönde alan adı korsanlığı olarak adlandırılmaktadır<sup>120</sup>. Bir başka

---

<sup>116</sup> İlgili davanın ayrıntısı için bkz : <http://www.finnegan.com/BallyTotalFitnessHoldingCorpVfFaber/>. Erişim tarihi: 11.04.2016.

<sup>117</sup> Parodi: Belli sanat tarzını, bir şahsı veya belli bir grubu taklit ederek, onun gülünç veya abartılı yanlarını ön plana çıkartmak ve abartmak yoluyla eleştirmeyi ya da sadece güldürmeyi amaçlayan bir eser ortaya koymayı hedefleyen sanat dalıdır.

<sup>118</sup> <http://www.peta.org/>. Erişim tarihi: 11.04.2016.

<sup>119</sup> Uyuşmazlığın ayrıntısı için bkz: <http://www.finnegan.com/People-for-the-Ethical-Treatment-of-Animals-Inc-v-Doughney-01-01-2001/>. Erişim tarihi: 11.04.2016.

<sup>120</sup> Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Politikası Usul Kuralları (Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy –RUDRP)'nın tanımlar başlığını taşıyan 1. maddesinde karşıt alan adı korsanlığı tanımlanmıştır.

ifadeyle alan adı üzerinde meşru hakkı olan alan adı sahibine, alan adının kendisine devredilmesine yönelik olarak üçüncü kişiler tarafından gerçekleştirilen girişimlerdir<sup>121</sup>.

Personal Communication Systems, Inc. ile CDN Properties Incorporated arasında “healthwave.com” alan adına ilişkin çıkan uyuşmazlık 2014 yılında WIPO tarafından karara bağlanmıştır. Şikayetçi, bulut tabanlı iletişim teknolojisini tıbbi uygulamalar için kullanan bir şirkettir. “Healthwave” adını marka olarak 2012 yılında tescil ettirmiştir. Şikayet edilen ise “healthwave.com” alan adını 2002 yılında tescil ettirmiş ve ilgili alan adından tıklama başına ücret elde etmektedir. Şikayetçi, uyuşmazlık konusu alan adının markası ile aynı olduğunu ispatlamış ancak alan adının şikayet edilen tarafından kötü amaçlı kullanımını ispat edememiştir. Şikayet edilen, alan adını, markanın tescilinden çok önce tescil ettirdiğini, health=sağlık –wave=dalga kelimelerinin genel kelimeler olduğunu ve genel kelimelerin alan adını ilk tescil ettiren kişilere verilmesi sebebiyle alan adı üzerinde meşru hakkı olduğunu iddia etmiştir. Ayrıca şikayetçinin bunları bilmesine rağmen şikayette bulunmasının, ters yönde alan adı korsanlığı olduğunu ileri sürmüştür. Hakem, tüm unsurları göz önünde bulundurduktan sonra, şikayetçinin uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurmasının ters yönde alan adı korsanlığı olduğuna karar vermiştir<sup>122</sup>. Benzer bir karar 2013 yılında M/s. Core Diagnostics ile Herr Guenter Keul arasında, “corediagnostics.com” alan adına ilişkin verilmiştir. İlgili uyuşmazlıkta da şikayetçi, markasını 2011 yılında tescil ettirmesine rağmen, alan adının tescili şikayet edilen tarafından 2001 yılında gerçekleştirilmiştir. Şikayet edilenin alan adını çok önce tescil ettirmesi, kötü amaçla kullanmaması hususlarını dikkate alan hakem, şikayetçinin alan adının kendisine devri talebini reddetmiş, şikayet edilenin ters yön alan adı korsanlığı iddiasını kabul etmiştir<sup>123</sup>.

---

<sup>121</sup> Oğuz (2014). s. 318.

<sup>122</sup> Uyuşmazlığın ayrıntısı için bkz : <http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2014-0664>. Erişim tarihi: 23.04.2016.

<sup>123</sup> Uyuşmazlığın ayrıntısı için bkz : <http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2013-1238>. Erişim tarihi: 23.04.2016.

### 2.3.4 Meşru hak sahipleri arasındaki uyuşmazlıklar

Aynı alan adı üzerinde iki veya daha fazla kişinin meşru haklarının olduğu, aynı alan adına sahip olmak isteyen gerçek hak sahipleri arasında görülen uyuşmazlıklardır. Bahsedilen uyuşmazlık türü, alan adı korsanlığı olarak belirtilen önceki uyuşmazlık türlerinden tamamen farklıdır. Çünkü burada alan adı sahibi, tescil ettirdiği alan adı üzerinde meşru bir hakka veya menfaate sahiptir. Gerçek hak sahibinin başkalarının haklarını ihlal etme gibi bir amacı bulunmamaktadır.

Gerçek dünyada farklı bölgelerde, farklı alanlarda aynı tanımlayıcı ad ve işaretlere farklı kişilerce sahip olunabilirken, sanal dünyada alan adlarının tekliği sebebiyle aynı alan adına sadece bir kişi sahip olabilir. Dolayısıyla aynı alan adı üzerinde hakları olan kişilerden, geçerli başvuruyu yapan ilk kişi ilgili alan adına sahip olmaktadır. Örneğin “delta.com” alan adı üzerinde meşru hakları olan “Delta Air Lines Inc, Delta Financial ve DeltaComm İnternet Hizmetleri” şirketlerinden ilk olarak geçerli başvuruyu yapan DeltaComm, ilgili alan adını tescil ettirmiştir. Ardından bu alan adını Delta Financial’a satmıştır. Delta Financial de aynı alan adını Delta Air Lines Inc’ye satmıştır<sup>124</sup>.

Hasbro Inc. ile Clue Computing Inc.<sup>125</sup> şirketleri arasında 1999 yılında çıkan uyuşmazlık, meşru hakka sahip olan taraflar arasında çıkan uyuşmazlık türüne verilebilecek bir diğer örnektir. İlgili alan adı Clue Computing tarafından tescil ettirilmiştir. Hasbro ise masa oyunları için marka olarak tescil ettirdiği “clue” adını alan adı olarak kullanmak istediğinde, markası ile aynı olan alan adının başkası tarafından tescil ettirildiğini görmüştür. Hasbro, marka ihlali iddiası ile alan adının kendisine devri için dava açmıştır. Ancak burada Clue Computing’in, tescil ettirdiği alan adı üzerinde meşru hakkı bulunmaktadır. Dolayısıyla davacı, davalının markasını ihlal ettiği ya da internet kullanıcıları üzerinde karışıklığa sebep olduğu gibi hususları ispat edememiştir. Dava, davacının talebinin reddi ile sonuçlanmıştır.

Uyuşmazlıklarda “ilk gelen alır” prensibi ile birlikte “üstün hakkın” da değerlendirilmesi gerekebilir. Alan adı üzerindeki hakkın hangi taraf için daha üstün bir

---

<sup>124</sup> Lipton (2005). s. 1406.

<sup>125</sup> Kararın ayrıntısı için bkz : <https://cyber.law.harvard.edu/property00/domain/HasbroShort.html>. Erişim tarihi: 10.04.2016.

hak olduğunun belirlenmesinde, hakkaniyet göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca üstün hakkın, hukuk düzenince korunmaya daha değer bir hak olduğunun belirlenmesi gerekir.

Uyuşmazlıkların çözümünde “tea-rose” ilkesinden yararlanılabilir. Bu ilkeye göre, markayı ilk kullanan ilk tescil ettirene göre korunur. Ancak kullananın iyi niyetli olması gerekir<sup>126</sup>. Yarışan hak söz konusu olduğunda ilk gelen alır prensibinin uygulanması adil bir sonuç vermeyebilir. Üstün hak hususunun da davada değerlendirilmesi daha adil bir sonuca ulaşılmasını sağlayabilir.

### 2.3.5 Kişi adlarını içeren uyuşmazlıklar

Kişi adlarını içeren alan adlarıyla ilgili uyuşmazlıklar bu grupta yer almaktadır. Kişi adlarına çeşitli sosyal değerler atfedilmektedir. Ünlülerin adları, siyasetçilerin adları ve ünlü olmayan bireylerin adları uyuşmazlıklara konu olabilmektedir.

Ünlü kişilerin adlarının alan adı olarak üçüncü kişiler tarafından tescilinde:

- Alan adının alan adı sahibine yüksek meblağdan satılarak kazanç elde edilmesi (alan adı korsanlığı),
- Ünlü kişilerin eleştirilmesi,
- Hayranlarının fan kulübü oluşturması,
- Adını alan adı olarak tescil ettirdiği ünlü kişi ile tanışmak gibi farklı amaçlar söz konusu olabilmektedir.

Farklı amaçlarla hareket eden kişilerce ünlülerin adlarına yönelik ihlallerle daha fazla karşılaşılmaktadır. Örneğin, oyuncu Julia Roberts’in adı, “juliaroberts.com” alan adı olarak Russell Boyd tarafından 1998 yılında tescil ettirilmiştir. 2000 yılında görülen uyuşmazlığın sonucunda, alan adı sahibinin alan adı üzerinde herhangi bir hakkı veya haklı kullanımı olmadığı için, alan adı oyuncuya devredilmiştir<sup>127</sup>.

---

<sup>126</sup> R. Nupp (2003). Concurrent use of trademarks on the internet: reconciling the concept of geographically delimited trademarks with the reality of the internet. *Ohio State Law Journal*, Vol. 64, s. 624.

<sup>127</sup> Wipo tarafından çözüme kavuşturulan uyuşmazlığın ayrıntısı için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html>. Erişim tarihi: 10.04.2016.

2016 yılında Lady Gaga olarak bilinen Stefani Germanotta, “ladygaga.mobi” alan adının kendisine devredilmesi amacıyla alan adını tescil ettiren Nancy Faralysz’e karşı WIPO’ya şikayette bulunmuştur. Lady Gaga markasının dünyaca tanınan bir marka olduğunu, alan adının bu marka ile karıştırılabilecek derecede benzer olduğunu ispat etmiştir. Alan adı sahibinin diğer birçok ünlü kişinin alan adını tescil ettirmesi ve ilgili alan adının yüksek meblağdan gerçek hak sahibine satışını gerçekleştirebileceğini teklif etmesi, kötü niyetli olduğunu göstermektedir. Hakem, belirtilen hususları göz önünde bulundurarak alan adının Stefani Germanotta’ya devrine karar vermiştir<sup>128</sup>.

Cem Yılmaz, “cemyilmaz.com” alan adını tescil ettiren Roman Club International’dan alan adının kendisine devri talebiyle WIPO’ya 2001 yılında başvurmuştur. Şikayet edilen, 15 Nisan 1999 tarihinde alan adını tescil ettirmiş, şikayetçinin fotoğrafını ilgili sitede yayımlayarak “Cem Yılmaz’ın resmi sitesi 30 Ağustos 2000 tarihinde açılacaktır” şeklinde açıklamada bulunmuştur. Şikayetçi, 17 Ağustos 2000 tarihinde adını birçok sınıfta marka olarak tescil ettirmek için başvuruda bulunmuştur. Şikayet dilekçesinde Yılmaz, alan adının kendisinin adı ve markası ile karıştırılacak derecede benzer olduğunu, alan adı sahibinin alan adı üzerinde herhangi bir hakkı veya haklı menfaati olmadığını, alan adı sahibinin kötü niyetli olduğunu ispat etmiştir. İlgili alan adı, şikayetçiye devredilmiştir<sup>129</sup>.

### **2.3.6 Coğrafi işaretler, coğrafi yerler, kültürel değere sahip adlara ilişkin uyumsuzluklar**

Coğrafi işaretler ve kültürel değerlere sahip olan adlara ilişkin uyumsuzlukların çerçevesinin belirlenmesi, daha önceden belirtilen dört gruptan daha zordur. Çünkü sosyal ve kültürel normlar üzerindeki hakların belirlenmesi, bu hakların ait olduğu kişi veya toplulukların saptanması zordur.

---

<sup>128</sup> Kararın ayrıntısı için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2016-0298>. Erişim tarihi: 23.04.2016.

<sup>129</sup> Kararın ayrıntısı için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-1541.html>. Erişim tarihi: 23.04.2016.

Birçok ünlü şehrin adını içeren alan adları uyuşmazlıklara konu olmaktadır. İlk gelen alır prensibi çerçevesinde ünlü şehir adları farklı kişilerce tescil edilmiştir. İlgili şehirlerin genellikle belediyeleri, bu alan adlarının kendilerine devri için dava açma ya da uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma yollarını denemektedir. Ancak birçok uyuşmazlık, alan adı sahibi lehine sonuçlanmaktadır. Örneğin, Easylink Services Corporation (Easylink Hizmet A.Ş), aralarında berlin.com, madrid.com, dublin.com, london.com, munich.com, paris.com'un da bulunduğu birçok şehir ismini alan adı olarak tescil ettirmiştir. Easylink'in tescil ettirdiği "madrid.com" alan adına ilişkin 2003 yılında Madrid Belediyesi, ilgili alan adının devri amacıyla WIPO uyuşmazlık hizmet sağlayıcısına başvurmuştur. Alan adı; otel rezervasyonları, turlar, araç kiralama gibi turistik amaçlı genel bilgiler içermektedir. Şikayetçi, "Madrid" adının, tescil ettirdiği birçok markası ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer olduğunu iddia etmiştir. Şikayet edilen ise "Madrid" adının coğrafi işaret içerdiğini, kimseye ait bir marka olamayacağını belirtmiştir. Ayrıca alan adının başkasının hakkını da ihlal etmediğini ispat etmiştir. Bu hususları dikkate alan hakem, alan adının şikayet edilende kalmasına karar vermiştir<sup>130</sup>. 2004 yılında "mexico.com" alan adına ilişkin uyuşmazlıkta da benzer karar verilmiş, şikayet WIPO tarafından alan adı sahibi lehine sonuçlandırılmıştır<sup>131</sup>.

### **2.3.7 Tüm kategorilerde ortak görülebilecek uyuşmazlıklar**

Yukarıda ayrıntılı olarak açıklanan gruplarda ortak olarak görülebilecek uyuşmazlık türleri, bu başlık altında değerlendirilecektir.

#### **2.3.7.1 Klavye korsanlığı (Typosquatting)**

Başkalarına ait olan alan adlarının internet kullanıcılarının yazım hatalarının öngörülerek farklı şekillerde tescil ettirilmesidir. Klavye korsanları, tescil ettirecekleri alan adlarını belirlerken, internet kullanıcıları tarafından yapılabilecek hataları göz

---

<sup>130</sup> Kararın ayrıntısı için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-1110.html>. Erişim tarihi: 22.04.2016.

<sup>131</sup> Kararın ayrıntısı için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2004/d2004-0242.html>. Erişim tarihi: 22.04.2016.

önünde bulundururlar. Klavye korsanlarının tescil ettirmek istedikleri alan adlarını belirlerken genellikle başvurdukları yöntemler;

- Aranılacak kelimenin yazılışının yanlış bilinmesi hususunu dikkate almak,
- Ulaşılması istenilen alan adına ilaveler yapmak,
- Ulaşılması istenilen alan adını kısaltmak,
- Alan adlarının genel üst seviye alan adlarını değiştirmektir.

Klavye korsanlarının başvurduğu yöntemlerden birisi de “görsel ikiz alan adlarını” kullanmaktır. İlgili uyuşmazlık türünde, gerçek alan adında bulunan “.”, “/” işaretlerin eklenmesi veya çıkarılması gibi ufak değişikliklerle alan adına tıpatıp benzeyen yeni alan adı oluşturulmaktadır. Örneğin: [www.google.com](http://www.google.com) yerine [wwwgoogle.com](http://wwwgoogle.com) alan adının tescil ettirilmesi durumunda marka sahibinin hakkı “görsel ikiz alan adları” kullanılarak ihlal edilmektedir<sup>132</sup>.

Klavye korsanlığına ilişkin olarak görülen davalardan birisi 2000 yılında Bargain Bid’in Ubid Inc’e karşı açtığı davadır<sup>133</sup>. Davacı “bargainbid.com.” alan adı altında bilgisayar mal ve hizmetleri sunmaktadır. Davalı ise “barginbid.com,” alan adını tescil ettirmiştir. Davalıya ait olan “barginbid.com” davacının alan adının telaffuzu ile çok yakındır ve davacının müşterileri tarafından ayırt edilemeyecek kadar benzerdir. Davanın sonunda Hakem Wexler, Bargain Bid’in tanıtıcı ad ve işaretlerinin davalı tarafından kullanılmasını yasaklamıştır.

Benzer durum “philipmorris.com”, “microsoft.com” gibi tanınmış markalara ilişkin alan adlarının harf değişikliği ile oluşturmuş “phillipmorris.com”, “microsof.com” alan adlarında da görülmüştür. Tanınmış birçok marka benzer uyuşmazlıklara konu olmaktadır. Çünkü klavye korsanlığı, günümüzde de sıkça karşılaşılan uyuşmazlık türlerindedir. Öyle ki yapılan araştırmalara göre, alan adının sıkça ziyaret edilmesi, sık klavye hatalarıyla karşılaşılmaması anlamına geldiğinden, klavye korsanlarının hedeflerinde popüler web sitelerinin olmasını daha muhtemel kılmaktadır. 2010 yılında Moore ve Edelman’ın yaptığı araştırmaya göre en çok yazım hatalı tescil ettirilen alan adları:

---

<sup>132</sup> Bettinger (2015). s. 144.

<sup>133</sup> Davanın ayrıntısı için bkz: <http://www.finnegan.com/BargainBidLlcvsUbidInc/>. Erişim tarihi: 11.04.2016.

“Google.com, youtube.com, myspace.com, freecreditreport.com ve hotels.com” dur. Her bir site için ortalama 281 adet yazım hatalı alan adı bulunmaktadır. Aynı çalışmada 938.000’den fazla alan adının “typo-squatted” (klavye korsanlığı yapılmış) olarak kullanımda olduğu, bir kişinin 1.8 milyon adet alan adına sahip olduğu, bu alan adlarından da 1100 tanesinin sadece “dell” markası sahibinin haklarını ihlal ettiği belirtilmiştir<sup>134</sup>.

Türkiye’de görülen bir davada ise klavye korsanlarının davranışlarına benzer bir davranış sergilenerek başkasının markasıyla karışıklığa sebep olacak şekilde alan adının tescili gerçekleştirilmiştir. Davacının “gecce+şekil” ibareli markaları bulunmakta ve “[www.gecce.com](http://www.gecce.com)” alan adı ile tanınmaktadır. Davalı ise “[www.egedegece.com](http://www.egedegece.com)” alan adını tescil ettirmiştir. Mahkeme, markalar arasında görsel ve işitsel manada benzerlik bulunduğu, davacının marka üzerinde öncelik hakkı nedeniyle gerçek hak sahibi olduğuna karar vermiştir. Ayrıca davalının tescilli markasının hükümsüzlüğüne ve sicilden terkinine karar vermiştir<sup>135</sup>.

### **2.3.7.2 Alan adlarının park edilmesi (Domain name parking)**

İnternet kullanıcıları tarafından tıklanma ihtimalleri yüksek olan web sitelerinin tescil ettirilmesinden sonra, bu sitelerin ilgili alan adını park eden firmalara başvurularak siteye reklam yönlendirmesini sağlayarak para kazanılmasıdır.

Alan adı park etme ve park edilen siteden reklam geliri elde etme sürecinde, ilk olarak internet kullanıcıları tarafından tıklanma ihtimali yüksek olan alan adı tescil ettirilir. Sonra park eden firma ile anlaşılır. İnternet kullanıcısı, ilgili alan adını ziyaret ettiğinde eğer bu sitede yer alan reklamlardan veya bağlantılardan birisini tıklarsa, reklamı veren kişi park eden firmaya para öder. Park eden firmada elde ettiği gelirin bir kısmını alan adı sahibine öder. Alan adı sahipleri bu yolla gelir elde edebilmektedir. Alan adının park edilmesi her zaman uyuşmazlıklara sebep olmayabilir. Uyuşmazlıklara konu

---

<sup>134</sup> T. Moore ve B. Edelman. (2010). *Measuring the perpetrators and funders of typosquatting*. 14th International Conference on Financial Cryptography and Data Security, Tenerife, Spain. <http://www.benedelman.org/typosquatting/>. Erişim tarihi: 9.04.2016.

<sup>135</sup> 11. Hukuk Dairesi E. 2015/5104, K. 2015/12014.

edilen alan adlarının üçüncü kişilerin hak ihlallerine neden olup olmadığı somut olaya göre değerlendirilmelidir.

2010 yılında Enterprise Holdings Inc.'in Domain Admin'e karşı Ulusal Arabuluculuk Forumu (NAF)'na başvurduğu uyuşmazlıkta, uyuşmazlığın konusu "enterprpise.com" alan adıdır. İlgili alan adında Enterprise şirketinin rakiplerine ve park edilmiş web sitelerine bağlantı verilmektedir. Gelir amaçlı verilen bağlantılar ve reklam yönlendirmeleri sebebiyle şikayetçinin zarara uğradığı, şikayet edilenin kötü niyetli olduğu tespit edilmiş, ilgili alan adının şikayetçiye devredilmesine karar verilmiştir<sup>136</sup>.

### **2.3.7.3 Tıklama başına ücret (Pay per click)**

Alan adlarının çeşitli ürünlere ilişkin bilgileri arayan internet kullanıcılarına yönelik olarak üçüncü kişilerin web sitelerine bağlantı vermek suretiyle her tıklamada belirli miktarda para kazandıran bir site olarak kullanılmasıdır. Tıklama başına ücretin alındığı her alan adı, hak ihlallerine sebep olmayabilir. İlk gelen alır prensibi ile tıklanma ihtimali yüksek olan alan adlarının tescilinin ardından bu yolla kazanç elde edilebilir.

Tıklama başına ücret elde edilen alan adları üçüncü kişilerin haklarının ihlal edilmesine neden olabilir. Nitekim 2010 yılında "googledoc.com" alan adına ilişkin görülen uyuşmazlıkta, hak ihlali bulunmuştur. İlgili alan adının sahibi Ravi Mani'dir. Şikayetçi "Google.Inc", uyuşmazlığın çözümü için hizmet sağlayıcı olarak NAF'ı seçmiş ve şikayet dilekçesinde alan adının kendisine devrini talep etmiştir. Alan adı sahibi, uyuşmazlık konusu adı, "Google.com" dan farklı sitelere yönlendirerek, ilgili sitelerden tıklama başına ücret kazanmaktadır. Hakem, ticari amaçla hareket eden Ravi'nin kötü niyetli olduğunu tespit etmiş ve ilgili alan adının "Google.Inc" e devrine karar vermiştir<sup>137</sup>.

---

<sup>136</sup> Kararın ayrıntısı için bkz: <http://www.adrforum.com/domaindecisions/1347297.htm>. Erişim tarihi: 22.04.2016.

<sup>137</sup> Kararın ayrıntısı için bkz: <http://www.adrforum.com/domaindecisions/1330290.htm>. Erişim tarihi: 22.04.2016.

#### **2.3.7.4 Tescil kuruluşu vurgunu (Domain name slamming)**

Alan adı sahipleri veya marka sahipleri tescil kuruluşlarınca kandırılabilir. Bu aldatma yönteminde tescil kuruluşları, marka sahibi ya da alan adı sahibi ile irtibata geçerek, başka müşterilerinin, marka sahibinin veya alan adı sahibinin haklarını ihlal edecek alan adları için tescil talebinde bulunduğunu söyler. Gerçekte tescil kuruluşu böyle bir tescil talebini hiç almamıştır. Buradaki amaç, tescil talebinde bulunulduğu iddia edilen alan adının (gerçekte böyle bir talepte bulunulmamaktadır) marka sahibi tarafından o tescil kuruluşuna tescilinin gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Bu durumlara genellikle Çin’de rastlanılmaktadır. Kendisine bu taleple ulaşılan marka veya alan adı sahibi, bu durumu görmezlikten gelebilir, tescil kuruluşunun yaptığını ilgili tescil kurumuna bildirebilir ya da dava açma gibi başkaca yöntemlere başvurabilir<sup>138</sup>.

Benzer bir uyuşmazlık türü de “sahte uzatma hatırlatıcılığı (fake renewal reminders)” dır. Bahsi geçen yöntemde; gerçekte alan adı kullanım süresi dolmamasına rağmen, belirli bir süre içerisinde bu sürenin dolacağını ve alan adının kullanım süresinin uzatılması isteniliyorsa; uzatmanın verilen bağlantıdan gerçekleştirilebileceğini içeren e-postalar alan adı sahiplerine gönderilmektedir. Bu yöntemle kişilerden olmayan yenileme ücretleri alınabileceği gibi kişisel bilgilere erişim de gerçekleştirilebilir.

#### **2.3.7.5 Alan adı denemesi (Domain name tasting)**

Alan adı sahiplerine, ekle/bırak süresi (add grace period ) olarak bilinen tescilin gerçekleştirildiği beş gün içerisinde silme hakkı tanınmıştır. Alan adı sahibi bu süre içerisinde tescil ücretini ödemediği alan adını kullanabilmektedir. Bahsi geçen bu hak ise alan adlarına olan ilgi trafiğini bilen kişilerce kötü niyetli kullanıma açıktır. Alan adı denemesi, alan adlarının ücretsiz olarak deneme süresi içerisinde kullanılmasının ardından ekle/bırak süresinin sonunda bırakılmasıdır. Belirtilen sürede alan adlarından

---

<sup>138</sup> Bettinger (2015). s. 144.

reklam geliri, tıklama başına ücret gibi yöntemlerle kazanç elde edilebilmektedir. Ancak bu durum üçüncü kişilerin haklarının ihlal edilmesine neden olabilmektedir.

Alan adı denemesi son dönemlerde oldukça ilgi gören bir yöntemdir. Coull ve diğerleri yaptıkları çalışmada, gündemde olan konulara ilişkin olarak tescil ettirilen alan adlarının %66'sının süre bitmeden tescil edildiğini, kalanların ise sadece denenip, süre sonunda tescil edilmeden bırakıldığını tespit etmiştir<sup>139</sup>.

### 3 Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Yolları

İnternetin bölgelerle sınırlı olmaması, uyuşmazlıkların da sınırsız olmasına sebep olmaktadır. Uyuşmazlıkların çözümünün, bölgesellikten arındırılarak küreselliğe kavuşturulması istenilen bir durumdur. Ancak alan adları ile ilgili uyuşmazlıklara küresel bir çözüm henüz sağlanamamıştır. Bölgesel olarak ise, ülkelerin kendilerine özgü çözümleri ile karşılaşılabilir.

Alan adı uyuşmazlıklarında, dava açmak başvurulabilecek yollardandır. Davalar genellikle marka ihlali, markanın sulandırılması, haksız rekabet ve alan adı korsanlığı ile ilgili olup, bu nedenlere dayandırılmaktadır<sup>140</sup>.

Uyuşmazlığın çözümlenmesi için yargı yoluna başvurarak dava açılabilir gibi, alternatif uyuşmazlık çözüm yollarına da başvurulabilir. Çalışmada bahsedilen, ICANN tarafından UDRP kuralları kapsamında yer alan ve Uyuşmazlık Çözüm Tebliğinde öngörülen uyuşmazlık çözüm mekanizması, alternatif uyuşmazlık çözüm yoludur. Öğretilen tahkim benzeri<sup>141</sup>, kendine özgü bir online alternatif çözüm şekli<sup>142</sup>, ICANN tahkim usulü<sup>143</sup> şeklinde nitelendirilen bu çözüm mekanizması; Alan Adı Yönetmeliği ve

---

<sup>139</sup> S. Coull, A. White, T. Yen, F. Monrose, M. Reiter. (2012). Understanding domain registration abuses. *Computers & Security*, 31. s. 810.

<sup>140</sup> Guo (2015). s. 155.

<sup>141</sup> Tahkim ile benzerlikleri, farklılıkları hususunda, UDRP çözüm usulünün tahkim benzeri olarak değerlendirilmesi hususunda bkz: Oğuz (2014). s. 381.

<sup>142</sup> Soysal (2014). s. 402.

<sup>143</sup> S. Bozbel. (2006). *İnternet alan adlarının (domain names) korunmasında ICANN tahkim usulü*. Ankara: Seçkin. s. 55.

Uyuşmazlık Çözüm Tebliği dikkate alınarak, çalışmada uyuşmazlık çözüm mekanizması olarak ifade edilmiştir.

Alan adının tescili kolay olmasına karşın alan adıyla ilgili uyuşmazlıkların önlenmesi için yasal düzenlemelerin oluşturulması zordur. Ayrıca bir uyuşmazlığa ilişkin hukuki bir düzenleme yapıldığında, ilgili uyuşmazlıklar çözüme kavuşturulabilse de, her geçen gün artan uyuşmazlık çeşidi sebebiyle tam bir çözüm sağlanamamaktadır. Bu durum öğretide “whac a mole”<sup>144</sup> oyununa benzetilmiştir<sup>145</sup>. Hukuki düzenlemeler yapıp uyuşmazlığa yönelik çözüm, yasa koyucular tarafından sağlandığında, alan adlarından haksız kazanç elde eden kişiler yeni bir yol bularak farklı uyuşmazlıklara sebep olmaktadır.

Çalışmada, genel üst seviye alan adlarına ve Türkiye'nin “.tr” ülke kodlu alan adına ilişkin olarak çıkan uyuşmazlıklarda başvurulabilecek çözüm yolları incelenecektir. Ayrıca Amerikan hukukunda alan adı uyuşmazlıkları için başvurulabilecek yollardan “dava açma” yöntemi ile ilgili bilgi verilecektir.

### **3.1 Genel Üst Seviye Alan Adlarına İlişkin Çıkan Uyuşmazlıklarda Başvurulabilecek Yollar**

Genel üst seviye alan adlarında, uyuşmazlıkla karşılaşıldığında, uyuşmazlığın çözümü için başvurulabilecek çözüm yollarını genel olarak üç başlık altında toplamak mümkündür.

- i. Tarafların anlaşması
- ii. Dava açma
- iii. UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma<sup>146</sup>

---

<sup>144</sup> Whac a mole, deliklerden çıkan nesnelere bir çekiç yardımıyla vurarak puan kazanmaya dayalı oyundur. Çekiç yardımı ile vurulan nesne, başka bir delikten daha çıkmaktadır. Sonuç olarak, ne kadar çekiç ile vurulsa da farklı bir delikten tekrar nesne çıktığı için, alan adına ilişkin uyuşmazlıklar ve hukuki düzenlemeler bu oyuna benzetilmiştir.

<sup>145</sup> S. Sunderland (2010). Domain name speculation: Are we playing whac-a-mole? *Berkeley Technology Law Journal*. Vol. 25, 465-492.

<sup>146</sup> ICANN tarafından düzenlenen farklı genel üst seviye alan adlarına uygulanabilen farklı çözüm mekanizmaları bulunmaktadır. Çalışmanın kapsamı bakımından tüm genel üst seviye alan adlarına uygulanabilen UDRP kurallarında yer alan uyuşmazlık çözüm mekanizması ele alınmıştır. Çalışmada ilgili çözüm mekanizması, UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması olarak ifade edilmiştir. UDRP dışındaki diğer

### 3.1.1 Tarafların anlaşması

Alan adına ilişkin çıkabilecek her türlü uyuşmazlıkta, taraflar birbirleri ile iletişime geçip uyuşmazlığı diğer hukuki yollara başvurmadan çözebilirler. Normal şartlarda alan adının kime ait olduğu, tescil edilirken verilen bilgiler çerçevesinde “WHOIS” veritabanında tutulmaktadır. Dolayısıyla ilgili alan adına kimin sahip olduğu bu veritabanından öğrenilebilir<sup>147</sup>.

Çıkan uyuşmazlıklarda genellikle alan adı sahibi, gerçek hak sahibine ulaşarak tescil ücreti için verdiği meblağdan çok yüksek meblağlar karşılığında alan adını devretme teklifinde bulunmaktadır. Böyle bir durumda gerçek hak sahibi, önünde bulunan alternatifleri değerlendirebilir, isterse teklifi kabul edebilir, isterse de diğer hukuki yollara başvurabilir.

### 3.1.2 Uyuşmazlığın dava yoluyla çözülmesi

Alan adına ilişkin uyuşmazlık çıktığında taraflar her zaman dava açabilir. İster ülke kodlu üst seviye alan adlarına isterse genel üst seviye alan adlarına ilişkin olsun, tüm üst seviye alan adlarına ilişkin uyuşmazlıklarda taraflar dava açabilir. Ülkelerin hukuk sistemlerinde uyuşmazlıklar genellikle, marka hukuku, haksız rekabet hukuku, ifade özgürlüğü ile ilişkilendirilmekte, bu kavramlara dayanılarak dava açılmaktadır. Çıkan uyuşmazlıklar farklı sebeplere dayanabilmektedir. Dolayısıyla her bir özel durumun mahkemelerce ayrı ayrı ele alınması gerekir<sup>148</sup>. Dava açma çözüm yolu çalışmanın ilerleyen kısımlarında hem Amerikan Hukuku<sup>149</sup> hem de Türk Hukuku<sup>150</sup> açısından ayrıntılı olarak ele alınacağı için burada konuya kısaca değinilmiştir.

---

uyuşmazlık çözüm mekanizmaları için bkz: <https://www.icann.org/resources/pages/dndr-2012-02-25-en>. Erişim tarihi: 21.11.2015.

<sup>147</sup> Whois veritabanına, <http://www.whois.com/> adresinden, Türkçe hizmet veren ilgili web sitesine <http://www.whois.com.tr/> adresinden erişilebilir. Erişim tarihi: 11.04.2016.

<sup>148</sup> Okan (2011). s. 5.

<sup>149</sup> Bkz: s. 70 vd.

<sup>150</sup> Bkz: s. 84 vd.

### 3.1.3 Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Politikası (UDRP) kapsamında uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma

Joshua Quittner'in<sup>151</sup> 1994 yılında "mcdonalds.com" alan adını tescil ettirmesi ve tescil ettirdiği bu alan adını marka sahibine satması ile başlayan deneyim, alan adına ilişkin hukuki olmayan eylemlerin marka sahibi ya da marka ile ilişkili olan kişilere ne kadar zarar verebileceğini göstermiştir. Doksanlı yılların başından ortalarına kadar, alan adlarının kötü niyetli tescili ile ilgili endişeler önemli ölçüde artmıştır. Bu gelişmeler marka sahiplerinin kötü niyetli alan adı tescillerine karşı korunmasına yönelik önlemleri gündeme taşımıştır. Bu önlemler çerçevesinde, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde, hukuki ve düzenleyici tedbirler alınmıştır. WIPO'nun tavsiyeleri üzerine 26 Ağustos 1999 tarihinde ICANN, bu süreçte sorunlara hızlı çözüm sağlayan, maliyeti düşük olan çözüm mekanizmasını kapsayan UDRP kurallarını düzenlemiştir. İlgili çözüm mekanizması, alan adlarına ilişkin uygulamada küreselliğe kavuşmuş, alan adı korsanlığı ile mücadelede etkili çözüm sunan ilk hukuki düzenlemedir<sup>152</sup>.

1 Kasım 1999 tarihinde yürürlüğe giren UDRP'ye tüm tescil kuruluşları tabidir. Tescil kuruluşları UDRP'yi kabul ettiklerinde, o tescil kuruluşlarında yapılan tüm alan adı tahsislerinde tescili yaptıran kişi UDRP çözüm mekanizmasını kabul etmiş olur<sup>153</sup>. Bir başka ifade ile alan adı sahibi herkes, sözleşme bağı gereğince UDRP'de düzenlenen uyuşmazlık çözüm mekanizmasına tabidir<sup>154</sup>. Çünkü UDRP tüm genel üst seviye alan adı tescil anlaşmalarının uyuşmazlık çözüm maddesine dahil edilir. Bu bağlamda genel üst seviye alan adı sahibi, UDRP ile getirilen her prosedüre uymak zorundadır. UDRP

---

<sup>151</sup> Gazeteci Quittner, ünlü fast food firması "McDonalds"ın alan adının 1994 yılında henüz tescil ettirilmediğini fark eder. Bununla ilişkili olarak firma yetkilileri ile irtibata geçer ancak geri dönüş alamaz. Bunun üzerine alan adını kendisi tescil ettirir. Üçüncü kişilerin bu alan adına ilişkin olarak yorumlarını almak ve ilgili alan adı ile ne yapılabileceğine onlarla birlikte karar vermek için Quittner "ronald@mcdonalds.com" e-posta adresini açar. Ancak niyeti alan adını gerçek sahibine devretmektir. Bu amaçla firma yetkilileri ile görüşerek ilgili alan adını, firmanın bir okulun tüm bilgisayar ekipmanlarını kurması karşılığında devredebileceğini söyler. Firma yetkilileri gene Quittner'in bu isteğine karşılık vermezler. Firma yetkilileri, tescili gerçekleştiren InterNic'e alan adının kendilerine devri hususunda baskı yapar ancak hiçbir sonuç elde edemezler. Sonunda Quittner'in isteklerini yerine getirerek alan adının kendilerine devrini sağlarlar. Ayrıntılı bilgi için bkz: <http://paleofuture.gizmodo.com/5-domain-name-battles-of-the-early-web-1660616980>; <http://www.wired.com/1994/10/mcdonalds/>. Erişim tarihi: 20.01.2016.

<sup>152</sup> Lipton (2010). s. 92.

<sup>153</sup> Bozbel (2006). s. 60.

<sup>154</sup> Lipton (2010). s. 34.

uyuşmazlık çözüm mekanizması zorunlu olarak tüm genel üst seviye alan adlarında uygulanmaktadır. Ayrıca isteyen ülkeler de kendi ülke kodlu alan adı uyuşmazlıklarında bu mekanizmanın uygulanmasını talep ve kabul edebilir<sup>155</sup>.

Uyuşmazlıklar yetkili hizmet sağlayıcılar tarafından çözümlenir. Genel üst seviye alan adları için hizmet sağlayıcılar ICANN tarafından yetkilendirilir. UDRP'yi gönüllü olarak kabul eden ülke kodlu üst seviye alan adlarında ise hizmet sağlayıcıları, söz konusu ülke kodlu alan adları için yetkili olan tescil otoritelerince yetkilendirilir<sup>156</sup>.

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması, mahkemelere göre nispeten daha hızlı ve ucuz olarak alan adı uyuşmazlıklarına uygulanabilen uluslararası online çözüm yoludur<sup>157,158</sup>. Uyuşmazlıklarda, görevlendirilen hakem ya da hakem heyeti kararlarını duruşmasız dosya üzerinden verirler. Çözüm mekanizması çerçevesinde verilebilecek kararlar alan adı tescilinin iptali veya alan adının şikayetçiye devredilmesidir<sup>159</sup>.

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması uygulanırken; UDRP, RUDRP (Usul Kuralları) ve Ek Kurallar (seçilen uyuşmazlık çözümü hizmet sağlayıcısının internet sitesinde yer alan ek kuralları) dikkate alınır. Ek Kurallar ile Usul Kuralları arasındaki çelişkilerde Usul Kurallarının uygulanacağı, 28 Eylül 2013'de ICANN tarafından kabul edilen ve 31 Temmuz 2015 tarihinde yürürlüğe giren Usul Kurallarında belirtilmiştir.

### **3.1.3.1 Başvuru şartları**

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasında şikayetler genellikle başkasının markasını ihlal eden alan adlarına ilişkindir. Şikayetçi, alan adı uyuşmazlığının çözümüne ilişkin hizmet sağlayıcılarından birine başvurduğu zaman iddiasını şu temellere dayandırmalıdır (UDRP 4 (a)):

---

<sup>155</sup> WIPO Publication (2008). s. 5.

<sup>156</sup> WIPO Publication (2008). s. 5.

<sup>157</sup> UDRP çözüm mekanizmasında bir uyuşmazlığın başvurusunun yapılmasından sonuçlanmasına kadar geçen süre ortalama 2 aydır. Alan adlarıyla ilgili bir uyuşmazlığın yerel mahkemelerde çözümü yaklaşık olarak 1-2 yıldır.

<sup>158</sup> Bir alan adı uyuşmazlığının tek kişilik hakem tarafından görülmesinin maliyeti avukat ücreti ile beraber ortalama 1500 \$ iken yerel mahkemece görülen davalarda yapılan harcamalar yüzlerce bin dolar olabilmektedir.

<sup>159</sup> Black (2002). s. 410.

- 1- Alan adının, şikayetçinin hak sahibi olduğu marka<sup>160</sup> ile aynı veya karışıklığa neden olacak şekilde benzeri olduğu,
- 2- Alan adı sahibinin alan adı üzerinde herhangi bir hakkı veya haklı menfaati olmadığı,
- 3- Tescil edilen alan adının kötü niyetli olarak tescil edildiği ve kötü niyetli olarak kullanıldığı.

Çözüm mekanizmasının işletilmesi sürecinde şikayetçi, belirtilen bu üç şartın mevcudiyetini ispatlamak zorundadır. ICANN'ın yetkili hizmet sağlayıcıları tarafından uygulanan çözüm mekanizması, markanın alan adı olarak tescil ve kullanılmasından doğan uyuşmazlıklara uygulanmaktadır.

#### *3.1.3.1.1 Şikayet edilenin alan adı üzerinde haklı menfaatinin bulunması*

UDRP, şikayetçinin iddialarını çürütmek için şikayet edilene yol gösterici nitelikte olan hükümlere yer vermiştir. Alan adı sahibinin tescil ettirdiği alan adı üzerindeki hakkını veya haklı menfaatini gösterebilme imkanı bulunmaktadır. UDRP'de tescil ettirenin ihtilafli alan adı üzerindeki haklı menfaatini ispatlaması için kullanabileceği bazı faktörler gösterilmektedir. Bu çerçevede alan adı sahibi, alan adı üzerindeki haklı kullanımını şu hususları ileri sürerek ispat edebilir (UDRP m.4-c):

- 1- Şikayet edilene uyuşmazlığa ilişkin herhangi bir bildirim (tebliğ) yapılmadan önce, alan adını ya da alan adı ile ilişkili olan adı iyi niyetli olarak mal veya hizmet arzı için kullandığı ya da kullanmak için açıkça hazırlıkta bulunduğu,
- 2- Şikayet edilen, herhangi bir ticari marka veya hizmet markası olmamasına rağmen kendisinin toplumun geneli tarafından ilgili alan adıyla bilindiğini,

---

<sup>160</sup> UDRP'nin orijinal metninde "ticari bir marka veya hizmet markası (trademark or service mark)" olarak kullanılan tabir, çalışmada her iki ifadeyi de kapsamı sebebiyle "marka" olarak kullanılmaktadır. UDRP, hem tescilli markaları hem de tescil edilmemiş markaları korumaktadır. Lindsay (2007). s. 177.

- 3- Şikayet edilen, alan adını iyi niyetli ve ticari kazanç amacı olmadan haklı şekilde kullandığını, müşterileri yanlış yönlendirerek veya markayı sulandırarak ticari kazanç elde etme niyeti olmadan dürüst bir şekilde kullandığını.

Alan adı sahibi, alan adı üzerindeki hak veya haklı menfaatini, belirtilen hususlardan birisi veya hakem heyetince kabul edilen ve değerlendirilen diğer bulgular ile ispat ederse şikayet reddedilir. Çünkü alan adına ilişkin uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvuruda bulunulmasında gerekli olan “alan adı sahibinin alan adı üzerinde herhangi bir hakkı veya haklı menfaati olmadığına ispatı” şartı gerçekleştirilmemiş olur.

#### *3.1.3.1.2 Kötü niyetli tescil ve kullanımın ispatlanması*

Kötü niyetli kullanımın ispatlanması açısından UDRP, alan adının kötü niyetli kullanımını gösterebilecek faktörlerin münhasır olmayan listesini içermektedir. Bunların birçoğunun temeli, 1990’lı yılların ortalarında artış gösteren alan adı korsanlığına dayanmaktadır. Şikayetçinin tespitleri (şikayetleri doğrultusunda) ile ilişkili kötü niyet faktörleri UDRP’de gösterilmektedir. Kötü niyetli tescile örnek olarak UDRP m. 4 (b)’de şu hususlar belirtilmiştir:

- 1- Alan adı tescilinin veya iktisabının marka sahibine (şikayetçiye) ya da şikayetçinin rakiplerine, tescil masraflarının çok üzerinde bir fiyata satmak, kiralamak ya da başka türlü devrini sağlamak amacıyla yapılmış olduğunu gösteren durumlar,
- 2- Alan adının, marka sahibinin markası ile ilişkili olan alan adını kullanmasını engellemek için tescil ettirildiğini gösteren durumlar,
- 3- Alan adının ticari rakiplerin işlerine zarar vermek amacıyla tescil ettirilmesi,
- 4- Alan adını kullanarak, şikayetçinin markası ile kendi internet sitesi ya da internet sitesindeki bir ürün veya hizmet arasında kaynak, sponsorluk, ticari bir bağlantı veya onay varmış gibi göstererek karışıklık yaratmak suretiyle ticari kazanç elde

etmek için internet kullanıcılarının kendi internet sitesine veya başka online adrese kasıtlı olarak yönlendirilmesi.

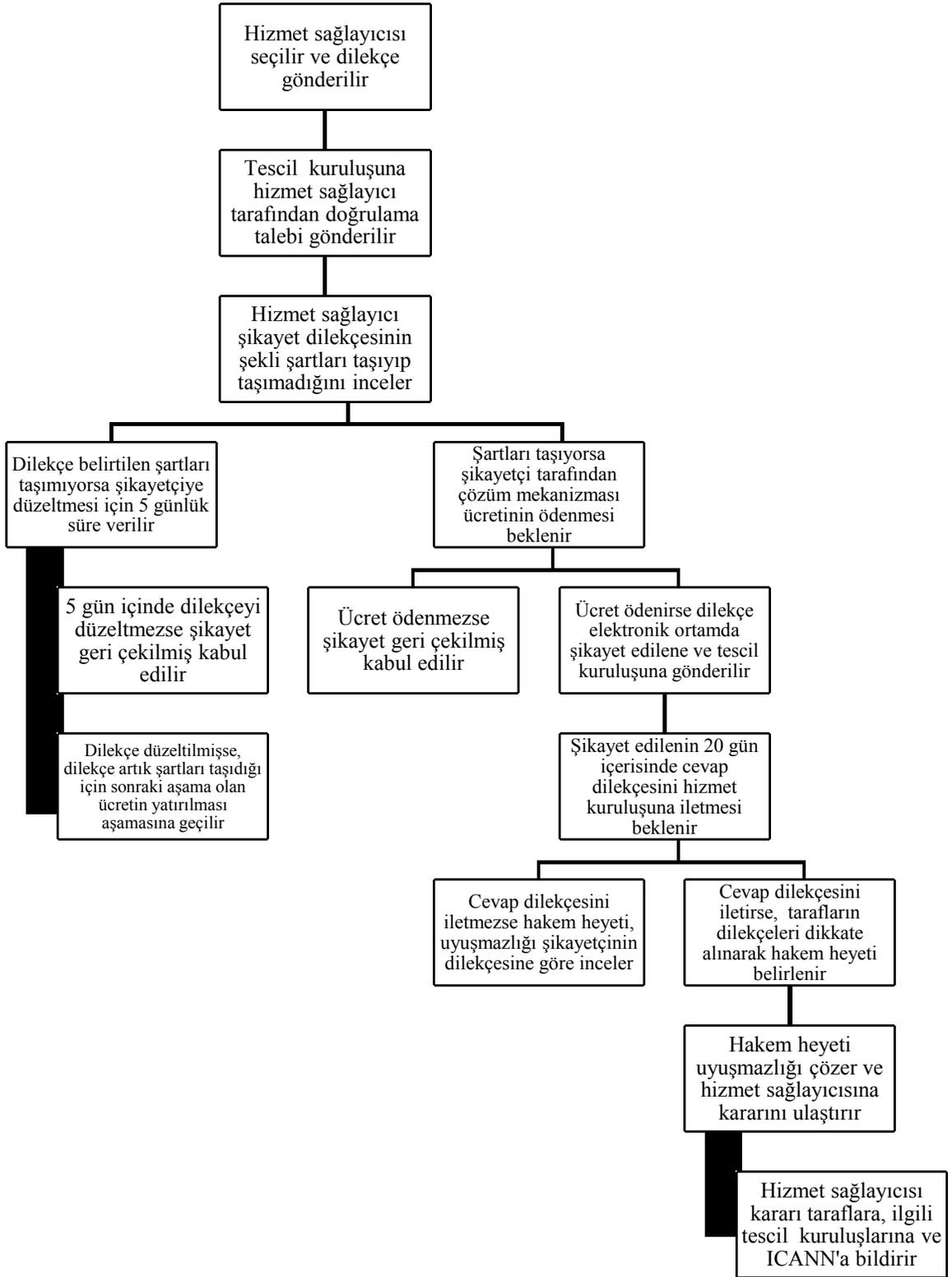
UDRP’de yukarıda sıralananlar örnek kabilinden verilmiştir. Bu durumlardan birinin mevcudiyetinin hakem heyeti tarafından tespit edilmesi halinde, Madde 4 (a) (iii) de belirtilen alan adının kötü niyetle tescili ve kullanımı şartının ispat edildiği kabul edilmektedir. UDRP’de alan adının kötü niyetli tescili ve kullanımı şartı birlikte aranmaktadır. Ancak bir alan adı tescilinin kötü niyetli olarak yapılmamasına rağmen ileride kötü niyetli olarak kullanılması durumu ile karşılaşılabılır. Böyle bir durum UDRP’nin hükümlerini teknik olarak ihlal etmeyeceği için bu tür bir uyuşmazlığa UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması uygulanamaz. Bu durumda çözüm mekanizması dışındaki diğer hukuki yollara başvurulabilir<sup>161</sup>.

### **3.1.3.2 Başvuru Süreci**

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvuruda bulunmak isteyen şikayetçi, öncelikle hizmet sağlayıcısını seçmelidir. Ardından, ilgili hizmet sağlayıcısına şikayet dilekçesini göndererek başvuruda bulunmalıdır. Şikayet dilekçesini alan hizmet sağlayıcı, tescil kuruluşuna doğrulama talebi gönderir. Tescil kuruluşu, doğrulama talebini teyit ettikten sonra, hizmet sağlayıcı, şikayet dilekçesini incelemeye başlar. İstenilen şartları taşıyan şikayet dilekçesi, şikayet edilene gönderilir ve çözüm mekanizması böylece işlemeye başlar. Şikayet edilenin dilekçeye cevap vermesi beklenir. Cevap dilekçesinin iletilmesi için gerekli olan süre dolduğunda hakem heyeti seçilir. Hakem heyeti ise uyuşmazlığa ilişkin karar verir ve kararını taraflara bildirir. Şekil 5, bu süreci özetlemektedir.

---

<sup>161</sup> Lipton (2010). s. 38.



Şekil 5. UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması süreci

### 3.1.3.2.1 Hizmet sağlayıcısının seçimi

UDRP'ye tabi şikayetçi, ICANN tarafından yetkilendirilen hizmet sağlayıcılarından<sup>162</sup> herhangi birisine çözüm mekanizmasının işletilmesi için başvurabilir. Seçilen hizmet sağlayıcı, birden fazla uyuşmazlığın birleştirilmesi gibi istisnai haller dışında, anlaşmazlık sürecini yürütecektir.

Hizmet sağlayıcıların seçimi yapılırken, buldukları coğrafi konumları, kendi web sitelerinde yer alan ek kuralları incelenebilir ve ek kurallarında belirtilen hakem heyeti ücreti gibi hususlar göz önünde bulundurulabilir. Ayrıca, kendi web sitelerinde mevcut uyuşmazlığa benzer uyuşmazlıklar için verilen kararlar incelenebilir<sup>163</sup>. Her hizmet sağlayıcıya başvuru için takip edilmesi gereken yollar birbirinden farklı olabilir. Tüm kriterler birlikte ele alınıp hizmet sağlayıcılar arasında değerlendirme yapılabilir<sup>164</sup>.

Şikayetçiler, RUDRP ve kendi ek kurallarını uygulayabilen ICANN tarafından yetkilendirilmiş aşağıdaki hizmet sağlayıcılarına başvurabilir.

#### 3.1.3.2.1.1 Asya Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Merkezi (Asian Domain Name Dispute Resolution Centre - ADNDRC)

Asya Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Merkezi (ADNDRC), Çin Uluslararası Ekonomik ve Ticaret Arabuluculuk Merkezi (China International Economic and Trade Arbitration Commission - CIETAC) ve Hong Kong Uluslararası Arabuluculuk Merkezi (Hong Kong International Arbitration Centre - HKIAC) tarafından ortaklaşa 2002 yılında kurulan bir kurumdur. ADNDRC kurulduğundan beri, Pekin Ofisi CIETAC tarafından, Hong Kong Ofisi HKIAC tarafından ICANN'ın UDRP politikaları çerçevesinde alan adı uyuşmazlıkları hizmet sağlayıcılığı yapmaktadır. Kore İnternet Alan Adı Uyuşmazlık

---

<sup>162</sup> ICANN tarafından yetkilendirilen mevcut uyuşmazlık çözüm hizmet sağlayıcıları: Asya Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Merkezi (ADNDRC), Ulusal Arabuluculuk Forumu (NAF), Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi (WIPO), Çek Cumhuriyeti Alan Adı Uyuşmazlık Arabuluculuk Merkezi (CAC), Arap Alan Adı Uyuşmazlıkları Çözüm Merkezi (ACDR) olmak üzere 5 tanedir. <https://www.icann.org/resources/pages/providers-6d-2012-02-25-en>. Erişim tarihi: 11.10.2015.

<sup>163</sup> WIPO Publication (2008). s. 7.

<sup>164</sup> W. Finkelstein, J. Sims (2005). *The intellectual property handbook: a practical guide for franchise, business and IP counsel*. American Bar Association. s. 158.

Çözüm Kurulu (Korean Internet Address Dispute Resolution Committee -KIDRC) 2006 yılında, ADNDRC'ye katılarak Seul Ofisi olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. 2009 yılında ise ADNDRC, Kuala Lumpur Bölgesel Arabuluculuk Merkezi'nin (KLRCA) Kuala Lumpur Ofisi'ni açtığını duyurarak, bünyesinde 4 adet hizmet sağlayıcı ofis olduğunu bildirmiştir<sup>165</sup>.

ADNDRC'ye tüm dünyadan özellikle de Asya ülkelerinden alan adı uyuşmazlıklarına ilişkin başvurular yapılmaktadır.

#### *3.1.3.2.1.2 Ulusal Arabuluculuk Forumu (National Arbitration Forum - NAF)*

1986 yılında kurulan Forum, 1999'dan beri ICANN'ın yetkili hizmet sağlayıcıları arasında yer almaktadır<sup>166</sup>. Şirketin menşei ABD'dir. Merkezi Minnesota eyaletinin Minneapolis şehrinde yer almaktadır. Ayrıca New Jersey'de ofisi bulunmaktadır. Hakemleri, ABD başta olmak üzere 35 farklı ülkede ikamet eden, ağırlıklı olarak avukatlar ve eski hakimlerden oluşmaktadır. Forum'a tüm dünyadan, özellikle de ABD'den alan adı uyuşmazlıklarına ilişkin başvurular yapılmaktadır<sup>167</sup>.

#### *3.1.3.2.1.3 Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi (World Intellectual Property Organization - WIPO)*

WIPO Tahkim ve Arabuluculuk merkezi 1999 yılında ICANN tarafından ilk yetkilendirilen ve UDRP kapsamında yapılan başvuruyu çözüme kavuşturan ilk hizmet sağlayıcıdır. Merkezi İsviçre'nin Cenevre şehri olan bu hizmet sağlayıcının Singapur'da

---

<sup>165</sup> ADNDRC ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz: <http://www.adndrc.org/mten/AboutUs.php?st=2>. Erişim tarihi: 14.11.2015.

<sup>166</sup> <http://www.adrforum.com/Domains>. Erişim tarihi: 14.11.2015.

<sup>167</sup> [http://icannwiki.com/National\\_Arbitration\\_Forum](http://icannwiki.com/National_Arbitration_Forum). Erişim tarihi: 15.11.2015.

da ofisi bulunmaktadır. Merkeze, tüm dünyadan özellikle de Avrupa ülkelerinden alan adı uyuşmazlıklarına ilişkin başvurular yapılmaktadır<sup>168</sup>.

Merkez, genel üst seviye alan adlarının yanı sıra mevcut durumda 71 ülkenin ülke kodlu üst seviye alan adlarına ilişkin uyuşmazlıklara bakmaktadır<sup>169</sup>.

#### *3.1.3.2.1.4 Çek Cumhuriyeti Alan Adı Uyuşmazlık Arabuluculuk Merkezi (The Czech Arbitration Court Arbitration Center for Internet Disputes – CAC)<sup>170</sup>*

Çek Cumhuriyeti'nin Prag şehrinde bulunan, 2005 yılından beri “.eu” ülke kodlu alan adı uyuşmazlıkları tahkim kurumu olarak görev yapan merkez, 2009 yılının Ocak ayında ICANN tarafından hizmet sağlayıcı olarak yetkilendirilmiş ve böylece genel üst seviye alan adlarına ilişkin uyuşmazlıklara bakmaya başlamıştır<sup>171</sup>.

Alan adına ilişkin uyuşmazlıklarda Avrupa ülkeleri tarafından ağırlıklı olarak tercih edilen hizmet sağlayıcısıdır.

#### *3.1.3.2.1.5 Arap Alan Adı Uyuşmazlıkları Çözüm Merkezi (Arap Center For Domain Name Dispute Resolution - ACDR)*

ICANN tarafından Mayıs 2013 tarihinde yetkilendirilen Arap Alan Adı Uyuşmazlıkları Çözüm Merkezi, 1987 yılında Almanya'da kurulan Arap Fikri Mülkiyet Topluluğu (The Arab Society for Intellectual Property -ASIP) ile yine 1987 yılında Ürdün'de kurulan Arap Fikri Mülkiyet Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi'nin (The Arab Center for Mediation and Arbitration in Intellectual Property –AIPMAS) ortak girişimlerine kurulmuştur. Merkez, Ürdün'ün başkenti Amman'da bulunmaktadır. Orta

---

<sup>168</sup> WIPO Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi hakkında ayrıntılı bilgi için bkz: <http://www.wipo.int/about-wipo/en/>. Erişim tarihi: 15.11.2015.

<sup>169</sup> Fransa “.fr”, İspanya “.es”, İrlanda “.ie” ve Hollanda “.nl” nin da bulunduğu 71 ülkenin güncel listesi için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/cctld/>. Erişim tarihi: 12.10.2015.

<sup>170</sup> Çek Cumhuriyeti Alan Adı Uyuşmazlık Arabuluculuk Merkezi, ADR.eu olarak da adlandırılmaktadır.

<sup>171</sup> ADR.eu ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz: <http://udrp.adr.eu/>. Erişim tarihi: 15.11.2015. ADR.eu'da ayrıca “.co.nl”, “.co.no” ve “.sx” alan adlarına ilişkin uyuşmazlıklar da görülmektedir.

Doğu ve Kuzey Afrika bölgelerinde kurulan ilk hizmet sağlayıcıdır. ICANN tarafından alan adı uyuşmazlıkları çözümü için en son yetkilendirilen hizmet sağlayıcısıdır<sup>172</sup>.

### 3.1.3.2.2 Hizmet sağlayıcısına şikayet dilekçesinin gönderilmesi

Hizmet sağlayıcısının belirlenmesinden sonra, bu sağlayıcıya şikayet için başvurulması gerekmektedir. Başvuru için gerekli olan şikayet dilekçesi hazırlanırken<sup>173</sup>, UDRP’de, Usul Kurallarında ve hizmet sağlayıcının ek kurallarında yer alan hususlar dikkate alınmalıdır. Dilekçede, Usul Kurallarının 3 (b) (ix) maddesinde belirtildiği üzere; UDRP’nin 4 (b)<sup>174</sup> ve 4 (c)<sup>175</sup> maddelerindeki hususlar göz önünde bulundurularak her birinin mevcudiyeti ispatlanmalıdır. Ayrıca hizmet sağlayıcının ek kurallarında yer alan kelime sayısı veya sayfa sayısı gibi kıstaslar da dikkate alınmalıdır.

Usul Kurallarının 3 (b) maddesine göre şikayetçi veya yasal temsilcisi şikayet dilekçesini elektronik ortamda imzalayarak şikayetin dayandırıldığı markanın tescil belgesini de içeren ek belge veya delilleri dilekçeye eklemelidir. Şikayet dilekçesi, tüm ekleri ile birlikte hizmet sağlayıcılarına elektronik ortamda ulaştırılmalıdır<sup>176</sup>.

---

<sup>172</sup> ACDR ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz: [http://www.tagorg.com/page.aspx?page\\_key=arab-center-for-dispute&lang=en](http://www.tagorg.com/page.aspx?page_key=arab-center-for-dispute&lang=en), [http://acdr.aipmas.org/page.aspx?page\\_key=Introduction](http://acdr.aipmas.org/page.aspx?page_key=Introduction). Erişim tarihi: 15.11.2015.

<sup>173</sup> Usul kurallarının 3.maddesinde şikayet dilekçesinde yer alması gereken bilgiler düzenlenmiştir. Buna göre şikayet dilekçesinde: 1- Şikayetçinin UDRP ve usul kuralları çerçevesinde alan adına ilişkin talebi, 2- Şikayet edilen ve varsa şikayet edilenin yasal temsilcisinin adları, posta ve e-posta adresleri ile telefon ve fax numaraları, 3- Şikayet edilen ile iletişimde tercih edilen iletişim yöntemi, 4- Şikayetçinin, çözüm sürecinin tek hakem ile mi yoksa 3 hakem ile mi görülmesini istediği ve eğer 3 hakem heyetini tercih ediyorsa; bu hakem heyeti için ICANN tarafından yetkilendirilen hizmet sağlayıcıların sitesinde yer alan hakem listesinden 3 aday hakemin belirtilip, bu hakemlerin adları ile iletişim bilgilerinin verilmesi, 5- Şikayet edilene ilişkin şikayetçi tarafından erişilebilecek ad-adres- telefon numarası gibi bilgiler, 6- Uyuşmazlık konusu alan adı-adları, 7- Şikayette bulunulduğu sırada uyuşmazlığa konu alan adı-adlarının tescil edildiği tescil kuruluşunun adı, 8- Uyuşmazlığın dayandırıldığı markanın adı, markanın kullanıldığı mal veya hizmetler ile dilekçenin gönderildiği sırada ileride kullanılma niyeti olunan diğer mal ve hizmetler, 9- UDRP’ye göre dilekçenin dayandırıldığı gerekçeler, 10- UDRP çerçevesinde talep edilen çözüm, 11- Uyuşmazlığa konu alan adına ilişkin veya ilişkili başlamış veya sonlandırılmış diğer hukuki süreçler, 12- Çözüm mekanizmasında verilen iptal veya devri kararı ile ilgili olarak en az 1 ortak yetkili mahkemenin yetkisinin kabul edildiği, 13- Şikayetçinin hakem heyetinin kasıtlı ve kötü niyetli olarak verdiği zararlar dışındaki zararlarda tazmin talebinde bulunmayacağını, bütün hak ve taleplerini sadece şikayet edilene karşı ileri süreceğinin, dilekçede belirttiği tüm bilgilerin tam ve doğru olduğunun beyanı, yer alır.

<sup>174</sup> UDRP’nin 4 (b) maddesinde kötü niyetli tescil ve kullanımın ispatı yer almaktadır.

<sup>175</sup> UDRP’nin 4 (c) maddesinde alan adı üzerindeki hak ve haklı menfaatlerin ispatı yer almaktadır.

<sup>176</sup> 31 Temmuz 2015 tarihinde yeni düzenlemeler ile yürürlüğe giren RUDRP’nin bu tarihten önceki şeklinde şikayetçinin dilekçesini elektronik ortamda gönderme zorunluluğu bulunmuyordu. Getirilen yeni

Dilekçenin elektronik ortamda ulaştırılma şekli, hizmet sağlayıcılarının ek kuralları ve web sitelerindeki bilgiler ışığında belirlenmelidir. Buna göre;

- i- Hizmet sağlayıcısı olarak ADNDRC belirlenmişse, ADNDRC'nin dört ofisinden birisinin seçilmesi ve ilgili ofisine şikayet dilekçesinin elektronik ortamda ulaştırılması gerekir. İlgili ofisin internet sitesinde yer alan şikayet formunun doldurulması ve doldurulan dilekçenin ekleriyle birlikte belirtilen e-posta adresine gönderilmesi veya online ortamda dilekçenin doldurulup sisteme yüklenmesi ile şikayetçi şikayeti için başvuruda bulunmuş olur<sup>177</sup>.
- ii- NAF'ın hizmet sağlayıcı olarak seçilmesi durumunda, Forum ek kurallarının 4 (b) maddesinde belirtildiği gibi, şikayet dilekçesi Forum'a ya e-posta aracılığı ile gönderilmeli ya da dilekçe online ortamda sisteme yüklenmelidir<sup>178</sup>.
- iii- Hizmet sağlayıcı WIPO olarak belirlenmişse, şikayet dilekçesi tüm ekleri ile birlikte, şikayet dilekçesinde doldurulması gereken yerler doldurulduktan sonra, belirtilen adrese e-posta olarak gönderilebilir ya da şikayet online olarak doldurup yüklenilebilir<sup>179</sup>.
- iv- ADR.eu hizmet sağlayıcısına başvuruda bulunmak için sadece online olarak sisteme yükleme seçeneği bulunmaktadır. Bu sağlayıcıya şikayette bulunmak isteyen şikayetçi, ilk olarak tescil yaptırmalı ve sisteme tescil bilgileri girildikten sonra “yeni uyuşmazlık başlat” bölümü tıklanarak şikayet için istenilen dil tercihi gerçekleştirilmelidir. Ardından “şikayeti oluştur”

---

kurallara göre, yürürlük tarihinden sonraki dilekçelerin, elektronik ortamda hizmet sağlayıcısına ulaştırılması gerekmektedir.

<sup>177</sup> Şikayeti online olarak doldurup yüklemek için bkz:

[http://www.adndrc.org/mten/klcn/UDRP\\_form.php?st=3](http://www.adndrc.org/mten/klcn/UDRP_form.php?st=3). Erişim tarihi: 15.11.2015.

<sup>178</sup> Şikayeti online olarak doldurup yüklemek için bkz: <https://secure.adrforum.com/DDFiling/Default.aspx?Ruleset=UDRP>. Erişim tarihi: 15.11.2015.

<sup>179</sup> Şikayeti online olarak doldurup yüklemek için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/filing/udrp/eudrpcomplaint.jsp>. Erişim tarihi: 10.11.2015.

bölümüne girilerek şikayet formu doldurulup, ekleri eklenilerek şikayette bulunulabilir<sup>180</sup>.

- v- ACDR hizmet sağlayıcısına başvuruda bulunmak isteyen şikayetçi, hem online olarak doğrudan web sitesinden şikayetini iletebilir hem de belirtilen şikayet formunu doldurduktan sonra belirtilen e-posta adresine ekleri ile birlikte gönderebilir<sup>181</sup>.

### *3.1.3.2.3 Tescil kuruluşuna doğrulama talebinin gönderilmesi ve bilgilerin doğru olduğunun teyidi*

Usul Kurallarının şikayetin bildirilmesi başlığını taşıyan 4 (a) maddesine göre, hizmet sağlayıcı, ilgili tescil kuruluşuna<sup>182</sup>, <sup>183</sup> doğrulama talebi gönderir. Doğrulama talebi, alan adının dondurulması ( domain name locking) istemini de içerir. Belirtilen dondurulma sistemi, 31 Temmuz 2015 tarihinde Usul Kurallarında yapılan değişiklik ile eklenmiştir. Bu sistem tescil kuruluşunca uyuşmazlık konusu alan adına uygulanan geçici önlemdir. Şikayet edilen tarafından tescil kuruluşu ve alan adı sahibinin bilgilerinin değiştirilmesini engellemektedir. Ancak alan adını yenilemeyi ya da alan adına ilişkin çözümü etkilememektedir. Dondurma işlemi ile çözüm mekanizması devam ederken uyuşmazlığa konu alan adının başkasına devrinin engellenmesi amaçlanmaktadır<sup>184</sup>.

Usul Kurallarının 4 (b) maddesine göre tescil kuruluşu, hizmet sağlayıcının doğrulama talebini aldığı tarihten itibaren iki iş günü içerisinde doğrulama talebinde yer

---

<sup>180</sup> ADR.eu hizmet sağlayıcısına online olarak başvuruda bulunmak için bkz: [https://eu.adr.eu/adr/faq/complainant.php#fillComplaint\\_s2](https://eu.adr.eu/adr/faq/complainant.php#fillComplaint_s2). Erişim tarihi: 15.11.2015.

<sup>181</sup> Şikayeti online olarak doldurup yüklemek için bkz: <http://acdr.aipmas.org/CompliantForm.aspx>. Erişim tarihi: 15.11.2015.

<sup>182</sup> Tescil kuruluşu, uyuşmazlığa konu alan adının şikayet edilen tarafından tescilinin gerçekleştirildiği kurumdur. Tescil kuruluşu uyuşmazlıkla veya UDRP çözüm süreci ile idari anlamda herhangi bir ilişki içinde değildir. Ancak alan adının dondurulmasında ve hakem / hakem heyetinin verdiği kararın yerine getirilmesinde kritik öneme sahiptir.

<sup>183</sup> Yetkili kayıt kuruluşları listesi için bkz: <http://www.internic.net/regist.html>. Erişim tarihi: 10.11.2015. Türkiye’de ICANN tarafından onaylı mevcut tescil kuruluşları 8 tanedir. Bunlar: 1- Aerotek Bilisim Taahut Sanayi Ve Ticaret Ltd Sti., 2- Alantron Bilisim Ltd Sti., 3- Atak Domain Hosting Internet ve Bilgi Teknolojileri Limited Sirketi d/b/a Atak Teknoloji, 4- FBS Inc., 5- Ground Internet, Inc., 6- IHS Telekom, Inc., 7- Nics Telekomünikasyon Ticaret Ltd. Şti., 8- Reg2C.com Inc.’dir.

<sup>184</sup> RUDRP’nin tanımlar kısmında alan adının dondurulmasının tanımı yer almaktadır.

alan bilgilerin doğru olduğunu ve alan adının dondurulduğunu teyit etmelidir<sup>185</sup>. Dondurulma işlemi gerçekleşmedikçe, Tescil Kuruluşu şikayet edileni<sup>186</sup> bilgilendirmez. Alan adının dondurulması UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması sonuçlanıncaya kadar devam eder. Şikayet edilenle ilgili bilgilerdeki değişiklikler, ya doğrulama talebinin alınması, onaylanması ve alan adının dondurulması için verilen iki iş günü geçmeden önce ya da tescil Kuruluşunca bilgilerin doğruluğu teyit edilmeden ve alan adının dondurulması onaylanmadan önce gerçekleştirilebilir.

#### *3.1.3.2.4 Şikayet dilekçesinin incelenmesi, şikayet edilene gönderilmesi ve çözüm mekanizmasının işletilmeye başlaması*

Tescil kuruluşunun teyidinden sonra, Usul Kuralları'nın 4(c) maddesine göre, hizmet sağlayıcı, şikayet dilekçesinin UDRP'de ve Usul Kuralları'nda belirtilen şartları taşıyıp taşımadığını inceler. Şekli incelemenin ardından, dilekçenin belirtilen şartları taşıdığı belirlenirse, şikayetçinin çözüm mekanizması ücretini<sup>187</sup> ödemesi gerekir<sup>188</sup>. Hizmet sağlayıcı, şikayetçi tarafından çözüm mekanizması ücretinin ödendiğine dair makbuzun alınımından itibaren üç gün içerisinde dilekçeyi ekleri ile birlikte elektronik ortamda şikayet edilene ve tescil kuruluşuna gönderir. Hizmet sağlayıcı ayrıca, "yazılı

---

<sup>185</sup> Belirtilen sürenin 2 iş günü gibi kısa bir süre olması, UDRP çözüm mekanizmasında yaşanan gecikme problemlerini aza indirecektir. Tek bir dakikanın bile "tıklama başına ücret" yöntemini kullanan alan adı korsanları için önemli olduğu ortamda, tescil kuruluşunun hızlıca hizmet sağlayıcıya geri dönüş yapmasının planlanması iyi bir adım olmuştur. <http://www.gigalaw.com/2015/08/04/new-udrp-rules-what-you-need-to-know/>. Erişim tarihi: 16.11.2015.

<sup>186</sup> 31 Temmuz 2015 tarihinden itibaren şikayetçinin, şikayet dilekçesini şikayet edilene göndermesine gerek yoktur. Hizmet sağlayıcı dilekçeyi, tescil kuruluşu alan adının durumunu "donduruldu" olarak değiştirdikten sonra, şikayet edilene gönderecektir.

<sup>187</sup> Çözüm mekanizmasının başlatılması için gereken ücret hizmet sağlayıcılarının ek kurallarına göre belirlenmektedir. Ücret ödemeleri genellikle kredi kartı ile gerçekleştirilmektedir. Nakit para gönderimi kabul edilmemektedir. Ancak NAF ve ACDR ödemelerde çekin de kullanılabileceğini belirtmektedir (<http://www.adrforum.com/GlossaryAllDomain>, [http://acdr.aipmas.org/page.aspx?page\\_key=faq](http://acdr.aipmas.org/page.aspx?page_key=faq), Erişim tarihi: 15.11.2015). ACDR, ayrıca banka havalesini de kabul etmektedir. Dolayısı ile hangi hizmet sağlayıcı seçilecekse o hizmet sağlayıcı tarafından belirtilen ek kurallara uygun olarak ödemeler gerçekleştirilmelidir.

<sup>188</sup> Belirtilen ücret, uyuşmazlığa konu şikayette belirtilen alan adı sayısına ve uyuşmazlığa bakılması istenen hakem heyeti sayısına göre değişmektedir.

bildirim” i<sup>189</sup> de şikayet edilene posta ve faks yoluyla göndererek çözüm mekanizmasının başlatıldığını bildirir (RUDRP m.2/a-RUDRP m.4/c).

Hizmet sağlayıcı, dilekçede belirtilen şartların taşınmadığını tespit ederse, derhal şikayetçiye ve şikayet edilene bildirir. Şikayetçi beş gün içerisinde belirtilen eksiklikleri gidermelidir. Belirtilen sürenin sonuna kadar eksiklikler giderilmezse şikayet geri çekilmiş kabul edilir. Ancak şikayetçi isterse tekrar şikayette bulunabilir (RUDRP m.4/d).

Çözüm mekanizmasının işlemeye başladığı tarih, hizmet sağlayıcının şikayet edilene şikayet dilekçesinin gönderilmesi ile ilgili sorumluluklarını tamamladığı andır. Bu tarihi hizmet sağlayıcı şikayetçiye, şikayet edilene, ilgili tescil kuruluşu (kuruluşlarına) ve ICANN’a derhal bildirmelidir (RUDRP 4-g).

### 3.1.3.2.5 Şikayet edilenin cevap dilekçesini vermesi

Usul kurallarının “Dilekçeye Cevap” başlığını taşıyan 5.maddesine göre çözüm mekanizmasının işlemeye başladığı tarihten itibaren 20 gün içerisinde, şikayet edilen, cevabını hizmet sağlayıcıya iletmelidir. Cevap dilekçesi<sup>190</sup>, herhangi bir elektronik formatta, şikayet edilen veya yasal temsilcisi tarafından imzalanarak, tüm ekleri ile birlikte elektronik ortamda gönderilmelidir.

Şikayet edilen, şikayete cevap vermek için hizmet sağlayıcıdan ek süre isteyebilir. Şikayet edilen, cevap dilekçesinin uzatılmasını istediğinde, 31 Temmuz 2015 tarihinden

---

<sup>189</sup> RUDRP’nin tanımlar kısmında, “yazılı bildirim”: Hizmet sağlayıcısı tarafından şikayet edilene, uyuşmazlık çözüm mekanizmasının işletilmesi için Usul kurallarınca şikayet dilekçesinin şikayet edilen aleyhine doldurulup ulaştırıldığının iletildiği bildirim olarak ifade edilmiştir. Bu bildirim, şikayet dilekçesini veya şikayet dilekçesinin eklerini içermez. Bildirim ile çözüm mekanizmasının işletilmeye başlandığı şikayet edilene yazılı olarak iletilmektedir.

<sup>190</sup> Usul kurallarının 5. maddesinde şikayete cevap dilekçesinde yer alması gereken bilgiler düzenlenmiştir. Buna göre cevap dilekçesinde: 1- Hizmet sağlayıcısının ek kurallarında belirtilen kurallar çerçevesinde, uyuşmazlığa konu alan adı ile ilgili şikayet dilekçesinde yer alan iddialara cevap içermeli, 2- Şikayet edilenin veya yasal temsilcisinin adı ve iletişim bilgileri, 3- Çözüm mekanizması süresince tercih edilen iletişim kanalı, 4- Şikayetçinin tek hakemle uyuşmazlığın görülmesini belirttiği durumda, şikayet edilen 3 hakem tarafından görülmesini istiyorsa bu talebi, 5- Uyuşmazlığın 3 hakemle görülmesinin şikayetçi veya şikayet edilen tarafından talep edilmesi durumunda, şikayet edilenin ilgili hizmet sağlayıcının web sitesinde listelenen 3 hakemi belirleyip, aday hakemlerin adları ve iletişim bilgileri, 6- Uyuşmazlığa konu alan adı ile ilgili veya ilişkili devam eden veya sonuçlanmış hukuki süreçlere ilişkin bilgiler, 7- Cevap dilekçesinin tüm ekleriyle birlikte şikayetçiye ulaştırıldığına dair beyanı ile şikayet edilen veya yasal temsilcisi tarafından imzalanan ve dilekçede belirttiği tüm bilgilerin tam ve doğru olduğunun beyanı yer almalıdır.

önce hakem heyetinin ya da hizmet sağlayıcısının takdirinde olan uzatma günü, yeni düzenlemede dört gün olarak belirlenmiştir. Süre uzatıldığında bu durum taraflara bildirilir. Dört günlük bu süre istisnai hallerde, şikayet edilenin talebi ile hizmet sağlayıcı tarafından uzatılabileceği gibi; taraflar arasında sürenin uzatılmasına ilişkin yazılı bir anlaşma varsa ve bu sağlayıcı tarafından onaylanmışsa uzatılabilir (RUDRP m. 5-e).

Şikayet edilenin şikayet dilekçesine cevap vermediği durumlarda ek süre talep edilmemişse, sürenin dolması ile istisnai durumlar olmadıkça, hakem heyeti uyuşmazlık kararını şikayetçinin şikayet dilekçesine göre verir ( RUDRP m. 5-f).

### *3.1.3.2.6 Hakem heyetinin seçimi, karar vermesi ve kararın taraflara bildirilmesi*

Hizmet sağlayıcı, tarafsız ve bağımsız olan bir veya üç kişiyi hakem /hakem heyeti olarak atar. UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasında taraflar, uyuşmazlığın tek hakem tarafından ya da üç hakem tarafından görülmesini kararlaştırabilir. Bu durumda hakem heyetinin oluşumu tarafların kararına göre belirlenir.

Şikayetçi, dilekçesinde uyuşmazlığın kaç hakem tarafından görüleceğini belirtmelidir. Taraflar üç hakem talebinde bulunmadıkça hizmet sağlayıcı hakem heyeti listesinden tek hakem belirler<sup>191</sup>. Hakem /hakem heyeti, hizmet sağlayıcıdan, ICANN'dan, ilgili tescil kuruluşu/kuruluşlarından ve taraflardan bağımsızdır<sup>192</sup>. Belirlenen bu hakemin ücretini şikayetçi öder (RUDRP m. 6-b).

Şikayetçi üç kişilik hakem heyetini tercih ederse, hizmet sağlayıcısının listesinde<sup>193</sup> bulunan hakemlerden üç aday hakemin adlarını ve iletişim bilgilerini dilekçede belirtmelidir (RUDRP m. 3-b). Şikayetçi, üç kişilik hakem heyetini seçerse şikayet edilenin de cevap dilekçesinde tercih ettiği aday hakemlerin adlarını ve iletişim

---

<sup>191</sup> Hakemi, şikayet edilenden şikayete cevap dilekçesinin hizmet sağlayıcıya ulaşmasından veya şikayete cevap süresinin bitiminden itibaren 5 gün içinde belirler.

<sup>192</sup> WIPO Publication (2008). s. 7.

<sup>193</sup> Hizmet sağlayıcılar, hakem listelerinde bulunan hakemlerin adları, hangi alanda çalıştıkları, özellikleri gibi durumları web sayfalarında herkesin erişimine açarlar. Seçilen hizmet sağlayıcının web sitesinde, hakemlerin nitelikleri de dikkate alınarak seçim yapılabilir.

bilgilerini bildirmesi gerekir. Üç kişilik hakem heyetini tercih eden şikayetçi, heyet ücretini ödemek zorundadır (RUDRP m. 6-c).

Şikayetçinin uyuşmazlığın tek hakem tarafından çözümlenmesini istemesine rağmen, şikayet edilen üç kişilik hakem heyeti isteyebilir. Bu talebini ve hakemlerin adlarını ve iletişim bilgilerini cevap dilekçesinde belirtir. Bu durumda, hakem heyeti ücretinin yarısını şikayet edilen öder<sup>194</sup>. Belirtilen ödeme, şikayet edilenin hizmet sağlayıcıya cevap dilekçesini gönderdiği anda dilekçe ile birlikte yapılmalıdır. Gerekli olan bu ödemenin yapılmaması durumunda, uyuşmazlığa tek hakem tarafından karar verilecektir (RUDRP m. 6-c).

Şikayetçi veya şikayet edilen tarafından hakem heyetinin üç kişiden oluşmasının istenmesi dilekçelerde belirtildiğinde, hizmet sağlayıcısı hakem heyetini Usul Kuralları madde 6 (e) ye göre belirler. Bu hükme göre hizmet sağlayıcı, tarafların sundukları üçer kişilik aday hakem üyelerinden birer kişiye hakem heyetinde yer vermeye çalışır. Hizmet sağlayıcı beş gün içinde tarafların gösterdikleri listeden hakem heyeti belirleyemezse, hakemleri kendi hakem heyeti listesinden seçer. Hizmet sağlayıcı üçüncü hakemi belirlemeden önce taraflara beş kişilik aday hakem listesini gönderir. Tarafların bu listeden yaptıkları hakem tercihlerini de değerlendirip, hakem listesini taraflara gönderdiği tarihten itibaren beş gün içerisinde, makul nedenleri göz önünde bulundurarak üçüncü hakemi belirler.

RUDRP madde 7 uyarınca belirlenen hakemler, ilgili uyuşmazlık için çözüm mekanizmasının işletilmesine başlamadan önce, hizmet sağlayıcıya “kabul bildirimi” ve “tarafsızlık ve bağımsızlık beyanı” gönderir. Hizmet sağlayıcı, uyuşmazlık dosyasını hakeme/hakem heyetine gönderir. Hizmet sağlayıcı istisnai durumlar dışında, hakem heyetinin ne zaman toplanacağını ve kararı ne zaman vereceğini taraflara bildirir<sup>195</sup> (RUDRP m. 6-f).

---

<sup>194</sup> Ücretlerin hangi taraf tarafından ödeneceği UDRP'nin 4. maddesinde, ücretlerin miktarı ise ilgili hizmet sağlayıcılarının ek kurallarında düzenlenmiştir.

<sup>195</sup> Çözüm mekanizmasının işletilmesi süresince her bir uyuşmazlığa bir süreç yöneticisi (case administrator) atanır. Taraflar ile hakem heyeti veya hizmet sağlayıcısı arasındaki her türlü iletişim süreç yöneticisi aracılığıyla gerçekleştirilir.

Hakem heyeti, uyuşmazlığın çözümünde taraflarca verilen dilekçe ve belgeleri<sup>196</sup> değerlendirir; UDRP'ye, Usul Kuralları'na ve uygulanabilir hukuk kurallarına göre, atanmasından itibaren 14 gün içinde (istisnai haller dışında) karar verir<sup>197</sup> ve verdiği bu kararı<sup>198</sup> ilgili hizmet sağlayıcısına gönderir (RUDRP m. 15-b). Hizmet sağlayıcısı, kararın verilmesinden itibaren üç iş günü içerisinde kararın tam metnini taraflara, ilgili tescil kuruluşuna (kuruluşlarına) ve ICANN'a bildirir. İlgili tescil kuruluşu (kuruluşları), hizmet sağlayıcının kararı bildirmesinden itibaren üç iş günü içerisinde, kararın uygulanma tarihini taraflara, hizmet sağlayıcıya ve ICANN'a bildirir (RUDRP m. 16). Kararın ilgililere tebliğinin ardından hakem heyetince verilen kararın ilgili tescil kuruluşu tarafından yerine getirilmesi için on işgünü beklenir. On işgünü içerisinde taraflarca, yetkili mahkemelerin birinde dava açılmazsa hakem heyetinin kararı yerine getirilir. Belirtilen süre içerisinde dava açılırsa, yetkili mahkemenin uyuşmazlığa ilişkin vereceği karar beklenir (UDRP m. 4-k).

### ***3.1.3.3 UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının değerlendirilmesi***

Syracuse Üniversitesi<sup>199</sup> Dr. Milton Mueller öncülüğünde UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması ile ilgili çalışma yapmıştır. UDRP kapsamında verilen ilk 500 kararın tamamı ile ilk 1200 kararın belirli bölümlerinin dikkate alındığı çalışmada, dikkat çekici sonuçlar yer almıştır.

---

<sup>196</sup> Çözüm mekanizmasının hangi dilde işletileceği RUDRP'nin 11. maddesinde düzenlenmiştir. Uyuşmazlığın değerlendirilme dili, taraflarca başkaca kararlaştırılmadıkça veya tescil anlaşmasında başkaca belirlenmedikçe tescil anlaşmasının yapıldığı dildir. Aynı maddenin devamında hakem heyetine, çözüm mekanizmasının özelliklerinin dikkate alınmasıyla başkaca bir dilin kullanılmasına karar verme yetkisi tanınmıştır. Ayrıca, hakem heyeti, belirtilen dilin dışında bir dilde sunulan herhangi bir belgenin tamamının veya bir kısmının çözüm mekanizmasında kullanılan dile tercüme edilmesini isteyebilir.

<sup>197</sup> 3 kişilik hakem heyetinde, karar oy çokluğuyla alınır. Yazılı olarak verilen kararda, kararın gerekçesi, alındığı tarih, kararı veren hakemlerin adları yer alır. Hakem heyeti kararı ve karşıt görüş, hizmet sağlayıcının yardımcı kurallarında yer alan uzunluk kıstaslarına uygun olmalıdır. Karşıt görüşler, çoğunluk kararına eklenmelidir.

<sup>198</sup> Çözüm mekanizmasının işletilmesinde şikayetçinin talepleri alan adının iptali veya devri ile sınırlıdır. Hakem heyeti, çözüm mekanizmasının işletilmesinin sonucunda; alan adının iptaline, devrine, uyuşmazlığın UDRP'nin 4 (a) maddesi kapsamında olmadığına ya da uyuşmazlık talebinin reddine karar verebilir. Tazminata veya ihtiyati tedbire karar verilemez.

<sup>199</sup> M. Mueller, Syracuse University School of Information Studies Convergence Center, ilgili çalışmaya, <http://ccent.syr.edu/wp-content/uploads/2014/05/roughjustice.pdf>. adresinden ulaşılabilir. Erişim tarihi: 20.03.2016.

- Ekim 1999'da belirlenen UDRP politikasında ilk karar Aralık 1999'da verilmiştir. İlk şikayet ortalama iki ay içerisinde sonuçlandırılmıştır.
- 1 Kasım 2000 tarihine kadar, kuralların kabulünden neredeyse bir sene sonunda UDRP, 3938 alan adını içeren 2166 uyuşmazlığa uygulanmıştır.
- Şikayetçi ile şikayet edilene karşı uyuşmazlık çözüm hizmet sağlayıcılarının eğilimleri farklılık içermektedir. Karar veriş hızları ve şikayetçinin uyuşmazlığı UÇHS'nin seçiminde rol oynamaktadır.
- Alan adlarına ilişkin uyuşmazlıklar genellikle alan adının tescilinden üç ay ile bir yıl sonra görülmektedir.

Çalışmada daha önce vurgulandığı gibi ICANN, uyuşmazlık çözüm hizmet sağlayıcısı seçimini şikayetçilere bırakmaktadır. Şikayet sonuçlandırılırken UÇHS'ler arasında şikayetçi – şikayet edilen açısından farklılıklar bulunmaktadır. Kararlara bakıldığında; WIPO ve NAF şikayetçi lehine karar verirken, eresolution şikayet edilen lehine karar vermektedir.

UÇHS'lar arasında değerlendirme yapıldığında, WIPO uyuşmazlıkların %61'ine, NAF %31'ine bakarken eresolution %7'sine bakmaktadır. Kalan %1 uyuşmazlıklara ise diğer UÇHS'ler bakmaktadır. UÇHS'ler arasındaki farklılıkların temelinde çeşitli faktörler rol oynamaktadır. Çalışmada, eresolution'un tercih edilmeme nedeni olarak şikayet edilenden yana olduğu ortaya konulmuştur. Şikayetçinin ülkesi, bulunduğu coğrafi yer ve UÇHS'nin karar veriliş sürelerinin de tercihleri etkilediği görülmektedir. Ortalama karar veriliş süreleri: NAF'ın 37, WIPO'nun 45 ve eresolutin'un 55 gündür.

Genel üst seviye alan adlarında UDRP'nin uygulanması zorunlu iken, ülke kodlu üst seviye alan adlarında bu durum yetkili tescil otoritelerinin takdirindedir. Ancak çalışma, alan adlarının neredeyse %65'inin UDRP'ye tabi olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun nedeni genel üst seviye alan adlarının yanı sıra, 245'in üzerinde ülke kodlu üst seviye alan adlarına da bu kuralların uygulanıyor olmasıdır.

### 3.1.3.3.1 UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının avantajları ve dezavantajları

ICANN tarafından oluşturulan uyuşmazlık çözüm mekanizmasının birtakım avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Alan adlarına ilişkin uyuşmazlıklarda, uygulanabilecek çözüm yolları dikkate alınarak oluşturulan Tablo 7, UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının avantajlarını ve dezavantajlarını göstermektedir.

**Tablo 7.** UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının avantajları ve dezavantajları

<b>Avantajları</b>	Uluslararası olması
	Dava açmaya engel olmaması
	Uyuşmazlığın duruşma yapılmadan karara bağlanması
	Kısa sürede çözüm sağlaması
	Düşük maliyetli olması
	Etkili, verimli ve tutarlı olması
<b>Dezavantajları</b>	Sınırlı karar verilmesi (alan adının devrine veya iptaline karar verilebilmesi, tazminata hükmedilememesi)
	Kapsamının dar olması
	Markayı korurken bile bazı konularda yetersiz olması
	Sınırlı konulara uygulanabilmesi

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması, geleneksel hukuki sürecin eksikliklerini gidermiş; alan adı ile marka arasındaki kısıtlı uyuşmazlıkları etkili bir şekilde çözmek amacıyla geliştirilmiştir<sup>200</sup>. UDRP, tam anlamıyla kanun değildir. Ancak alan adını kaydettirmek isteyen kişiler sözleşmede bu uyuşmazlık çözüm mekanizmasını kabul etmek zorunda olduklarından bir nevi kanun gibidir<sup>201</sup>. UDRP, alan adı sahibinin, tescil kuruluşunun ya da marka sahibi şikayetçinin nerede olduğuna bakılmaksızın, uluslararası

<sup>200</sup> A. Christie (2014). *Research handbook on cross-border enforcement of intellectual property research handbooks in intellectual property series*. Edited by Paul Torremans. Edward Elgar Publishing. s. 644.

<sup>201</sup> Badgley (2002). s. 5-3.

çerçevede tek bir çözüm mekanizması sunmaktadır. Bir başka ifade ile alan adının hangi ülkede kim tarafından tescil ettiğinin önemi yoktur. Ülke sınırı olmadan uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurulabileceği için yabancılık unsuru gibi hususların dikkate alınmasına gerek yoktur<sup>202</sup>.

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması, kabul edildiği tarihte sadece “com, net, org” genel üst seviye alan adlarına uygulanırken, bu sayı yeni genel üst seviye alan adlarının uygulanmaya başlaması ile birlikte 1500’ün üzerine çıkmıştır. Uyuşmazlık çözüm mekanizmasının öneminin anlaşılmasıyla birlikte; ülke kodlu alan adı için yetkili otoriteler, kendi alan adlarına ilişkin uyuşmazlık çözümlerinde UDRP benzeri çözümleri getirmiş ya da doğrudan UDRP’nin kendi alan adlarına ilişkin uyuşmazlıklara uygulanmasını kabul etmişlerdir<sup>203</sup>. 2015 sonu itibariyle UDRP benzeri veya birebir UDRP’nin uygulandığı ülke kodlu alan adlarının sayısı 120 den fazladır<sup>204</sup>.

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurulduğunda iki çözüm yolu söz konusudur. Birincisi alan adının iptali, ikincisi ise alan adının şikayetçiye devridir. Ancak uygulamada neredeyse tek çözüm yolu olarak alan adının şikayetçiye devri sağlanmaktadır. 2015 yılı sonu itibariyle görülen uyuşmazlıklarda “alan adının iptali” kararının verildiği uyuşmazlıklar %2 den de azdır<sup>205</sup>. Alan adı iptali talebinin az olmasının sebebi, alan adının iptaline karar verildiğinde, iptal edilmiş olan bu alan adının tekrardan tescilinin mümkün olmasıdır. Bu nedenle iptal edilen alan adı, üçüncü kişilerce yeniden tescil edildiğinde, şikayetçi aynı alan adına ilişkin yeni bir uyuşmazlıkla karşı karşıya kalmaktadır<sup>206</sup>.

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması, uyuşmazlığa ilişkin mahkemelerde dava açılmasına engel olmaz. Uyuşmazlığın çözümü için şikayetçi tarafından ilgili hizmet sağlayıcısına başvurulduğunda, alan adı sahibi sürece dahil olmalıdır. Bununla birlikte, şikayetçinin veya şikayet edilenin bu süreçten önce, süreç sırasında veya sonrasında aynı uyuşmazlıkla ilgili dava açmasına engel bir durum söz konusu değildir.

---

<sup>202</sup> WIPO Publication (2008). s. 5.

<sup>203</sup> Christie (2014). s. 652.

<sup>204</sup> Güncel liste için bkz: [http://www.wipo.int/amc/en/domains/cctld\\_db/output.html](http://www.wipo.int/amc/en/domains/cctld_db/output.html). Erişim tarihi: 12.04.2016.

<sup>205</sup> Güncel istatistikler için bkz: [http://www.wipo.int/amc/en/domains/statistics/decision\\_rate.jsp?year](http://www.wipo.int/amc/en/domains/statistics/decision_rate.jsp?year). Erişim tarihi: 12.04.2016.

<sup>206</sup> Christie (2014). s. 654.

UDRP marka hakkı sahiplerine, üçüncü kişilerin markalarıyla ilişkili alan adlarının kötü niyetli tescil ve kullanımlarından dolayı çıkan uyuşmazlıkların çözümü için etkili bir çözüm mekanizması sunar<sup>207</sup>. UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması ile ortalama iki ayda uyuşmazlıklar çözüme kavuşur. Sürenin kısa olması nedeniyle maliyet de azalmaktadır. Zaman, maliyet ve yargısal avantajlarının göz önünde bulundurulması, alan adı uyuşmazlıklarında genellikle UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının tercih edilmesini sağlar. Çözüm sürecinde şikayet edilenin şikayetçinin yan komşusu veya dünyanın diğer bir ucunda olması arasında bir fark olmaması ve uyuşmazlığın çözümünde duruşma yapılmaması, farklı yargı çevrelerine sahip taraflar için önemli bir avantajdır<sup>208</sup>.

Çözüm mekanizmasında içtihat kuralları uygulanmamaktadır. Hakemler, UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması çerçevesinde önceden verilen kararlara bağlı değildir. Bunun iyi veya kötü olması duruma göre değişebilir. Örneğin, içtihat kurallarının olmaması nedeniyle hakemler, UDRP'yi kolaylıkla farklı uyuşmazlıklara uygulayabilir. Ancak içtihat kurallarının uygulanmaması belirsizliklere sebep olabilir. Bu endişeler doğrultusunda Mart 2005'te "Seçilmiş UDRP Soruları Üzerine Oluşturulan WIPO Panel Görüşlerine Genel Bakış" adlı bir çalışma yayınlamıştır<sup>209</sup>. Bu çalışmada belirtildiği üzere hakemler her ne kadar UDRP kurallarını uygulamada önceki karara bağlı karar vermek zorunda olmasalar da, kararlarını verirken geçmişte benzer uyuşmazlığa verilen kararları dikkate alırlar. Bu da UDRP sisteminin adil, etkili ve taraflar için tahmin edilebilir olduğunu; hakemlerin aksini düşünseler bile ortak görüşten ayrılmayacaklarını ortaya koyar. UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması hakemleri, zorunlu olarak ortak görüşten ayrılma nedenleri olmadıkça, bu görüşlere uyarlar<sup>210</sup>. Nitekim Christie<sup>211</sup>, 2014 yılında uyuşmazlık çözüm mekanizmasının uygulamadaki "etkililik, verimlilik, tutarlılık" özelliklerini ele aldığı çalışmada, bu görüşü destekleyecek sonuçlara ulaşmıştır. Çalışmaya göre, uyuşmazlık çözüm mekanizmasının verimliliğinin ölçümünde, çözüm için geçen süre, çözümün maliyeti gibi hususlar dikkate alındığında,

---

<sup>207</sup> WIPO Publication (2008). s. 5.

<sup>208</sup> Lipton (2010). s. 35.

<sup>209</sup> WIPO overview of WIPO panel views on selected UDRP questions, second edition, 2011. Çalışmanın ayrıntısına ulaşmak için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/overview/>. Erişim tarihi: 24.05.2016. Çalışmanın ilk versiyonuna ilişkin Dilek Üstün Ekdial tarafından bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışmanın ayrıntısı için bkz: "Seçilmiş UDRP Soruları Üzerine Oluşturulan WIPO Panel Görüşlerine Genel Bakış". *Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 2006, sayı: 2.

<sup>210</sup> Lipton (2010). s. 39.

<sup>211</sup> Christie (2014). s. 642-681.

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının verimli olduğu görülmektedir. Etkililiği ölçmede şikayeti getiren tarafa bakılarak “başvurunun olumlu sonuçlanması” dikkate alındığında, hakem heyeti tarafından değerlendirilen uyuşmazlıklarda şikayetçi genel olarak istediğini elde ediyor. Çalışmada cevap dilekçesinin verilmediği uyuşmazlıklarda şikayetçi lehine verilen kararların ortalama %83 olduğu belirtilmiştir. UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının tutarlılığının ölçülmesinde ise, verilen kararlarda, önceki kararlara atıfta bulunma oranına bakılmıştır. 2013 te verilen 200 karar incelendiğinde bu oran ise %78 dir. Bu sonuç, UDRP çerçevesinde verilen kararların tutarlı olduğunu ortaya koymaktadır.

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının avantajlarının yanında birtakım dezavantajları da bulunmaktadır. Bu dezavantajlardan ilki, şikayetçinin, şikayet edilenin alan adını hem tescilinde hem de kullanımında kötü niyetli olduğunu ispat etme zorunda olmasıdır. Başvuru şartlarında yer alan “kötü niyetli tescil ve kullanımın” gerekli olması UDRP’nin kapsamını daraltmaktadır. Çözüm mekanizmasında tazminata hükmedilmemesi de bir diğer olumsuz yönüdür.

UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının belirli şartlarda sınırlı konular için uygulanıyor olması bir diğer dezavantajıdır. Çünkü UDRP ile sadece marka sahiplerinin alan adının kötü niyetli tescil ve kullanımına karşı koruma sağlanmaktadır. Şikayetçi, şikayet edilenin kötü reklam veya haksız rekabet gibi davranışları nedeniyle haksızlığa uğradığını düşünüyorsa, bu durumda UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurmak doğru değildir. Aynı şekilde, haklı kullanım, taraflar arasındaki ticari ilişki, örtülü kabul gibi karışık veya zor davalar için de bu çözüm mekanizması uygun olmayabilir. Böyle durumlarda yargı yolunun tercih edilmesi daha doğru olur<sup>212</sup>. Ayrıca çözüm usulünde keşif süreci yoktur. Eğer şikayetçi, şikayet edilenin “kötü niyeti”ni ispatlamak niyetinde değilse, hakem heyeti keşif isteyerek kötü niyetin ispatını ortaya çıkaramaz. Bu durumda keşif sürecini sağlamak için dava açılması daha doğru olur.

UDRP kuralları alan adı ile ilgili markaları kapsar. Ancak işletme adlarını kapsamaz<sup>213</sup>. İşletme adı ile ilgili uyuşmazlıklarda diğer çözüm yolları uygulanabilir. Sadece marka alanında bile, mevcut alan adı çözüm mekanizması yetersizdir. Marka

---

<sup>212</sup> Black (2002). s. 411.

<sup>213</sup> Bozbel (2006). s. 67.

sahipleri için kötü niyetli alan adı korsanlığıyla mücadelede UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması çok faydalı ve etkilidir ancak aynı markayı kullanma hakkına sahip olan iki kişi arasındaki uyuşmazlığı çözmekte yetersizdir<sup>214</sup>.

Mevcut uyuşmazlık çözüm politikasının sadece markaların korunmasına odaklanması, alan adının özünde olan diğer önemli sosyal haklara zarar verme olasılığı vardır. Küresel bilgi toplumu hakları bu şekilde korumaya devam ederse, internet kullanımına ilişkin diğer önemli normlar gelişme şansı bulamaz ve internet sadece marka yatırımlarının yapıldığı bir yer haline gelir.

UDRP kuralları ilgili idari organ tarafından kabul edilmedikçe ülke kodlu üst seviye alan adlarına ilişkin kötü niyetli alan adı korsanlığı ile mücadelede bu kurallar uygulanamaz. Yeknesaklığın sağlanabilmesi için, tüm dünyada ülke kodlu üst seviye alan adlarının UDRP'yi kabul etmesi ve ülke kodlu üst seviye alan adları ile ilgili uyuşmazlıklarda UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının uygulanması gerekir.

### **3.2 Amerikan Hukukunda Alan Adı Uyuşmazlıkları İçin Başvurulabilecek Yollar**

Çalışmanın bu kısmında tarafların anlaşması ve UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma yolları bir önceki başlıkta anlatılanlarla aynı olduğundan tekrara düşmemek amacıyla bu konulardan bahsedilmeyecek, sadece dava açma yolu değerlendirilecektir.

Alan adları ile ilgili olarak çıkan uyuşmazlıklarda uyuşmazlığın çözümü için dava açılabilir. Alan adı çerçevesinde kişinin markası ihlal ediliyorsa, marka sahibi alan adı sahibine karşı marka ihlali, haksız rekabet ya da markanın sulandırılması davası açabilir. Marka ihlali davasında marka sahibi, alan adı korsanı olarak iddia edilen kişinin alan adını marka gibi kullandığını ispat etmelidir. Alan adını tescil ettirip başka hiçbir eylemde bulunmayan alan adı korsanlarının, bu kullanımlarının ispatı ise marka hakkı sahibi için çok zor olabilir. Marka sahibi, markanın sulandırılması iddiası ile de dava açabilir. Federal Markaların Sulandırılması Kanunu kapsamında açılacak bu davayı yalnızca tanınmış marka sahipleri açabilir. İlgili davada alan adının kullanılması ile davacının

---

<sup>214</sup> Lipton (2010). s. 7.

markasının sulandırıldığıının ispatlanması gerekmektedir<sup>215</sup>. Alan adı uyuşmazlıklarının çözümlenmesi için başvurulabilen Marka Kanunu da Markaların Sulandırılması Kanunu da istenilen çözümün sunulmasına yetmediği için 1999 yılının Kasım ayında “Alan Adı Korsanlarına Karşı Tüketiciyi Koruma Kanunu (Anticybersquatting Consumer Protection Act- ACPA)” çıkarılmıştır. Görüldüğü üzere ICANN’ın alan adı uyuşmazlıklarının çözümü için arayışta olduğu dönemlerde, uyuşmazlıklar Amerikan Hukukunda marka hukuku düzenlemelerine dayanılarak çözülmüştür. Aşağıda alan adı düzenlemelerine ilişkin olarak Marka Kanunu, Markaların Sulandırılması Kanunu ile Alan Adı Korsanlığına Karşı Tüketicilerin Korunması Kanunu ele alınacaktır.

### 3.2.1 Marka Kanunu (Lanham Act) kapsamında dava açılması

1946’da yürürlüğe giren bu kanun, Amerikan hukukunda marka hukukuyla ilgili temel düzenlemedir. İlgili Kanunla tescilli ve tescilsiz markalar, haksız rekabete karşı ve menşinin yanlış gösterilmesi gibi davranışlara karşı korunmaktadır. Kanunun temel amacı tüketicilerin karışıklığa karşı korunmasıdır. Lanham Kanunu ayrıca işletmelerin peştemaliye oluşturulması için harcadıkları masrafları ve uğraşları da korumaktadır<sup>216</sup>.

Alan adı uyuşmazlıklarında, tescilli marka sahibi Lanham Kanununun 32. bölümünde yer alan kurallara göre marka hakkı ihlali davası, tescilsiz marka sahibi ise 43. bölümünde yer alan kurallara dayanarak haksız rekabet davası açabilir<sup>217</sup>. Her iki dava için de davalının markayı ticari amaçlı kullanıyor olması gerekir. Ticari gelir amaçlı olmayan kullanımlar bu kanunun kapsamı dışında kalır.

Lanham Kanunu kapsamında açılan davalar, davalının markayı ticari kullanımının tüketiciler nezdinde karışıklığa neden olarak davacının markasına zarar vermesi temeline dayanır. Bu nedenle uyuşmazlığa konu olan alan adı ve markanın karışıklık oluşturup oluşturmadığının değerlendirilmesi gerekir. Bu değerlendirme yapılırken de iki marka arasında birçok mahkemece birtakım unsurlar dikkate alınır. “Karışıklığa neden olma”

---

<sup>215</sup> Badgley (2002). s. 2-3.

<sup>216</sup> Badgley (2002). s. 2-3.

<sup>217</sup> Badgley (2002). s. 2-5.

kıstaslarının ele alındığı davalardan birisi Polaroid Corp.'nın Polarad Elect. Corp.'na karşı açtığı, 1961 yılında sonuçlanan davadır<sup>218</sup>. Davada hakim;

- Davacının markasının gücü
- Uyuşmazlığa konu olan markalar arasındaki benzerlik derecesi
- Tarafların ürünleri arasındaki yakınlık
- Davacı ile ilişkilendirilme
- Fiili tüketici karışıklığı
- Davalının markasını seçerkenki iyi niyeti
- Davalının ürün veya hizmetinin kalitesi
- İlgili tüketicilerin bilgi düzeyi

kriterlerini dikkate alarak uyuşmazlığa konu olan iki marka arasında karışıklığa neden olma ihtimalini değerlendirmiştir. Alan adları ile markalar arasında çıkan uyuşmazlıklarda da hakimler kararlarını benzer hususları dikkate alarak vermektedir.

Marka kanunu çerçevesinde özellikle alan adları ile markalar arasında görülen uyuşmazlıklarda; mahkemeler, tüketici karışıklığı türü olarak “İlk İlgi Karışıklığı (initial interest confusion)” nı dikkate almaktadır. Bu ilke çerçevesinde, eğer tüketici davalının markayı kullanmasından dolayı karışıklık yaşamışsa, karışıklık hemen giderilse bile bu husus dava edilebilecektir<sup>219</sup>.

Green Products ve Independence Corn By-Products (ICBP) şirketleri mısır koçanı ve yan ürünlerini satan firmalardır. ICBP, 1997 yılının Ağustos ayında, "greenproducts.com" alan adını tescil ettirmiştir. Green Product şirketi, Marka Kanununun 43 (a) maddesinin ihlali sebebiyle haksız rekabete dayanarak "greenproducts.com" alan adına ilişkin dava açmıştır. Marka ihlali davasında davacının ispatlaması gereken “karışıklığa neden olma” iddiası, mahkeme tarafından uygulanan analiz kapsamında tespit edilmiştir. Tüketiciler internette mağazanın adı olarak “Green Products” yazdıklarında, davalının sahip olduğu alan adına ulaşacakları için müşteriler de

---

<sup>218</sup> Davanın ayrıntısı için bkz:

<https://cyber.law.harvard.edu/metaschool/fisher/domain/tmcases/polaroid.htm>. Erişim tarihi: 14.04.2016.

<sup>219</sup> Badgley (2002). s. 2-25.

ilk ilgi karışıklığının olacağı belirtilmiştir. Mahkeme, ilgili alan adının davacıya devrine karar vermiştir<sup>220</sup>.

Lanham Kanunu çerçevesinde, devir kararının yanı sıra davalının elde ettiği karın, davacı tarafından iddia edilen zararların ve davanın masraflarının ödenmesine de karar verilebilir. Ayrıca nadiren, kazanan tarafın avukat ücretlerinin, kaybeden tarafından ödenmesine ve hakkaniyet gereği daha yüksek bir tazminata hükmedilebilir. Gerekli görüldüğü takdirde ihtiyati tedbir kararı da verilebilir<sup>221</sup>.

### **3.2.2 Federal Markaların Sulandırılması Kanunu (Federal Trademark Dilution Act –FTDA) kapsamında dava açılması**

Marka Kanunu kapsamı, Federal Markaların Sulandırılması Kanunu ile tanınmış markaların lehine genişlemiştir. FTDA, Marka Kanununda “karışıklığa neden olma” ispatını aramadan tanınmış markaların korunmasını sağlar. İlgili kanun kapsamında açılacak olan davada “markanın sulandırılması” teorisi ile karşılaşılır. Kanunun 1125. maddesinin c bendinde marka sahiplerine “sulandırma” olduğu zaman dava açma imkanı tanınmaktadır. Tanınmış marka sahibine, markasının tanınmaya başlamasından sonra başkasının markayı veya işletme adını ticari kullanımı markanın ayırt edicilik kabiliyetini azaltırsa, kullanımının men edilmesini isteme yetkisi verilmiştir. Marka sahibi açtığı davada,

- Tanınmış bir markaya sahip olduğunu
- Markasının veya işletme adının (trade name) davacı tarafından eyaletlerarası ticarete kullanıldığı
- Davalının markayı tanıdıktan sonra kullanmaya başladığını
- Davalının kullanımının davacının markasının mal veya hizmetleri ayırt etme kabiliyetini azalttığını

---

<sup>220</sup> Davanın ayrıntısı için bkz: <http://cyber.law.harvard.edu/property/domain/green.html>. Erişim tarihi: 14.04.2016.

<sup>221</sup> Badgley (2002). s. 2-31.

ispatlamalıdır<sup>222</sup>. FTDA sadece tanınmış markaları korumaktadır. Davacının markasının tanınmış olup olmadığı ise çeşitli hususlar dikkate alınarak belirlenmektedir. 2006 yılında yapılan değişiklikle, Marka Sulandırma Revizyon Kanununun (Trademark Dilution Revision Act) 2. bölümünün tanımlar başlığını taşıyan kısmında örnek kabilinden sayılan şu hususlar çerçevesinde markanın tanınmış olup olmadığı belirlenebilmektedir:

- Markanın reklamlarının ve tanıtımlarının ulaştığı coğrafi bölgesi, süresi ve kapsamı
- Marka ile sunulan mal ve hizmetlerin coğrafi satış kapsamı, hacmi ve miktarı
- Markanın ulaştığı tanınmışlık derecesi

Belirtilen hususlar da dikkate alınarak mahkemeler, davacının markasının tanınmış bir marka olup olmadığını değerlendirir.

Tanınmış markaya sahip olduğu belirlenen davacı, markasının tanınmasından sonra davalı tarafından markanın ticari amaçlı kullanıldığını, davalının kullanımın markasını sulandırdığını ispatlamalıdır<sup>223</sup>. Davacının markası, davalının kullanımından sonra tanınmışsa ve davalı markayı ticari amaçlı kullanmıyorsa, davacı bu kanun çerçevesinde belirtilen korumadan yararlanamaz. Sonuç olarak, ilgili kanun hükümlerinden faydalanılabilmesi için davacı tarafından belirtilen dört şartın da ispatlanması gerekir.

1998 yılında Mattel, Inc.' in McBride'e açtığı markanın sulandırılması davasında, "'barbiesplaypen.com" alan adının marka sahibi Mattel'e devrine karar<sup>224</sup> verilmiştir. Davada marka sahibi Mattel, "Barbie"nin FTDA kapsamında tanınmış bir marka olduğunu, markanın tanındıktan sonra davalı tarafından kullanıldığını, davalının alan adında pornografik içerikler yayınlarak markayı sulandırdığını ispatlamıştır<sup>225</sup>.

---

<sup>222</sup> J. Mermin (2001). Interpreting the Federal Trademark Dilution Act of 1995: the logic of the actual dilution requirement. *Boston Collage Law Review*. Vol: 42. Issue 1, Number: 1. s. 208.

<sup>223</sup> Badgley (2002). s. 3-18.

<sup>224</sup> FTDA kapsamında verilebilecek kararlar, Marka Kanunu kapsamında verilebilecek kararlarla hemen hemen aynıdır. Ayrıntılı bilgi için bkz: Badgley (2002). s. 3-25.

<sup>225</sup> Davanın ayrıntısı için bkz: <http://cyber.law.harvard.edu/ilaw/DomainNames/MattelvInternetDimensions.htm>. Erişim tarihi: 14.04.2016.

Markalarının alan adı olarak kullanımlarının üçüncü kişilerce engellendiği dönemlerde markanın sulandırılması kriterinin davada uygulanıp, marka sahiplerinin tüm genel üst seviye alan adları için korunması sağlanmıştır<sup>226</sup>.

Kanunu destekleyenlerden Senator Leahy; bu kanunun başkalarının ürünleri ve ünleriyle ilişkili olarak seçilen internet adreslerinin aldatıcı kullanımlarından yakınan kişilere çözüm olacağını belirtmiştir. Alan adları ile markalar arasında çıkan uyuşmazlıklar mahkemelerce FTDA'nın sulandırma kavramı kapsamında çözülmeye çalışılmıştır<sup>227</sup>. Ancak FTDA, sadece tanınmış markaların korunmasını sağladığı, alan adına ilişkin uyuşmazlıklarda uygulanabilirlik sınırlarının belirlenmesinin zor olduğu vb. yönlerden eleştirilmiştir. Eleştirilere cevaben 1999 yılında yeni bir kanun tasarısı hazırlanmıştır<sup>228</sup>.

### **3.2.3 Alan Adı Korsanlarına Karşı Tüketiciyi Koruma Kanunu (Anticybersquatting Consumer Protection Act- ACPA) kapsamında dava açılması**

Alan adı uyuşmazlıklarına ilişkin uluslararası gelişmeler, ulusal düzeydeki kanuni düzenlemeleri de etkilemiştir. Marka sahiplerinin ve ünlü kişilerin çabalarının sonucu 29 Kasım 1999 tarihinde ABD'de alan adı korsanlığını durdurmak amacıyla ACPA yürürlüğe girmiştir. Kanun, mevcut marka hukukunun alan adı uyuşmazlıklarının çözümü için eksik olan kısımlarını tamamlamak, alan adı korsanlığı ve kötü niyetli tescillerle mücadele etmek için oluşturulmuştur<sup>229</sup>. ABD, alan adının kötü niyetli kullanımına ilişkin bir kanuna sahip tek ülkedir.

ACPA, kötü niyetli tescillere karşı markalarla ve kişi adları ile ilgili alan adlarını korumak için Marka Kanunu hükümlerine eklenmiştir<sup>230</sup>. UDRP gibi bu kanun da, alan

---

<sup>226</sup> Komaitis (2010). s. 123.

<sup>227</sup> Guo (2015). s. 157.

<sup>228</sup> Badgley (2002). s. 3-5.

<sup>229</sup> Komaitis (2010). s. 119.

<sup>230</sup> ACPA'ya, Marka Kanununun 1051-1141 hükümleri arasında yer verilmiştir (1125 (d) (1) (A)).

adı korsanlığına ilişkin endişeleri gidermek için kabul edilmiştir. Bu kanun, alan adları için ve kişisel adlarla ilgili alan adları için daha fazla koruma sağlamaktadır.

ACPA'da alan adı korsanlarını durdurmak için diğer kanunlardan farklı olarak birtakım kurallar öngörmüştür. Bu düzenlemelere göre<sup>231</sup>;

- 1- Önceden alan adı korsanlarına sorumluluktan kaçma fırsatı veren geleneksel marka incelemelerindeki boşluklar doldurulmuştur.
- 2- Adları korsanlar tarafından alınan kişiler için dava hakkı veren özel bir düzenleme getirilmiştir.
- 3- Alan adı korsanlarının, kendileri aleyhine açılan davalarda sorumluluktan kurtulmaları engellenmiştir.
- 4- Her bir alan adı için tazminat miktarını 1000 \$ ile 100.000 \$ arasında belirlenerek alan adı korsanlığı önlenmeye çalışılmıştır.
- 5- Tescil kuruluşlarının sorumluluklarını sınırlandırarak ve onların alan adı korsanlığını durdurmaları için özel politikalar çıkarmaları teşvik edilerek tescil kuruluşları arasında işbirliği ve uyum kolaylaştırılmıştır.

### ***3.2.3.1 Davada ispatlanması gereken hususlar***

ACPA<sup>232</sup>, marka veya kişi adı ile ilgili alan adını kötü niyetli olarak tescil ettirene, kullanana, ticaretini yapana ya da kar elde etmek niyetinde olan kişilere karşı dava açma imkanı tanımaktadır (1125 (d) (1) (A)).

Alan adı korsanlığı iddiasında bulunan davacı;

- Alan adı sahibinin alan adını kötü niyetli olarak tescil ettirdiği veya kullandığını,
- Alan adı sahibinin alan adının ticaretini yaptığını veya alan adını ticarete kullandığını,
- Alan adında kullanılan markanın tanınmış veya ayırt edici olduğunu,

---

<sup>231</sup> Wang (2006). s. 121.

<sup>232</sup> ACPA, m. 1125 (d)(1).

- Alan adının davacının markası veya ismi ile aynı veya ayırt edilemeyecek derecede benzer olduğunu

ispatlamalıdır<sup>233</sup>.

Kötü niyet, “bilerek ve yetkisi olmadan davacının alan adıyla benzer olan marka haklarına saldırılması” şeklinde tanımlanabilir (1125-d-1-b-i). Kötü niyetle alan adının kullanılması ile ilgili ACPA, UDRP’nin kötü niyet testine benzer bir yaklaşım sergilemektedir. Kötü niyetin belirlenmesinde bazı hususlar mahkemeye yol gösterici olmaktadır. Aşağıda belirtilenler ve bunlara benzer haller kötü niyetin tespitinde mahkemece dikkate alınabilir<sup>234</sup>;

- 1- Alan adını tescil ettiren kişinin ilgili ad üzerinde marka ya da diğer fikri mülkiyet hakkının olması
- 2- Alan adının, alan adını tescil ettiren kişinin kanuni adını ya da o kişiyi tanımlamak için yaygın olarak kullanılan bir adı kapsamaması
- 3- Eğer varsa, alan adını tescil ettiren kişinin mal veya hizmet sunumu ile bağlantılı olan alan adını önceki iyiniyetli kullanımı
- 4- Alan adını tescil ettiren kişinin markayı alan adına erişimde iyiniyetli ticari olmayan kullanımı veya dürüst kullanımı
- 5- Alan adı sahibinin, tüketicilerin marka ile alan adını karıştırmalarını sağlayarak marka sahibi ile aralarında sponsorluk, bayilik veya herhangi bir ilişki olduğu izlenimini vermesi ve böylece kullanıcıları kendi sitesine çekmeye çalışması ya da ticari kazanç amacıyla veya markanın itibarını zedelemek amacıyla hareket etmesi
- 6- Alan adı sahibinin, alan adını iyi niyetli şekilde kullanmadığını veya kullanma niyeti olmadığını gösteren şekilde alan adını marka sahibine veya üçüncü kişilere devretmeyi, satmayı ya da ayırmayı teklif etmesi veya alan adı sahibi ile geçilen irtibatın buna benzer durumlara işaret etmesi

---

<sup>233</sup> T. Scaturro (2011). The Anticybersquatting Consumer Protection Act and The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy the first decade: looking back and adapting forward. *Nevada Law Journal*. Vol:11. s. 885.

<sup>234</sup> ACPA (1125-d-1-b-i-I -VIII).

- 7- Alan adı sahibinin, alan adını tescil ettirirken verdiği irtibat adreslerinin yanlış olması ya da kendisine ulaşılmaması için çaba sarf etmesi
- 8- Alan adı sahibinin tescil ettirdiği başka alan adlarının bulunması ve bu alan adlarının başkasının ayırt edici olan markası ile aynı veya benzer olması ya da başkasının tanınmış markasının ününden yararlanacak şekilde olması
- 9- Alan adı ile ilgili olan markanın Marka Kanunu anlamında ayırt edici karaktere sahip olup olmaması veya tanınmış marka olup olmaması hali

Belirtilen hususlar ve benzerleri mahkemece değerlendirildikten sonra kötü niyetin varlığı ya da yokluğu tespit edilir. Görüldüğü üzere UDRP'nin kötü niyet faktörlerindeki gibi ACPA'daki kötü niyet faktörleri de ağırlıklı olarak alan adı korsanlığı varsayımlarına dayanmaktadır. ACPA'da UDRP'den farklı olarak davada kötü niyetli tescilin veya kullanımın ispatı yeterlidir<sup>235</sup>.

ACPA'da marka sahibinin hakları ile diğer web kullanıcılarının eleştiri yapma, yorum yapma, karşılaştırmalı reklam yapma gibi haklı kullanımları arasında bir denge sağlanmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede alan adı sahiplerine, Amerikan marka hukukunca alan adını kullanmada haklı sebeplerinin olduğuna inanmışlarsa ya da inanmaları için geçerli sebepleri varsa, kendilerini bu sebeplere dayanarak savunabilme imkanı tanınmıştır (1125-d-1-b-i-ii).

UDRP'de yer almayan bazı kötü niyet faktörleri ACPA'da düzenlenmiştir. Örneğin alan adı tescilinde, tescili yaptıran kişinin iletişim bilgilerini bilerek yanlış vermesi, davalının davayı kaybetmesine neden olan kötü niyet faktörlerindedir<sup>236</sup>. ACPA, mevcut markalarla ilişkili birden fazla alan adının tescilinin de kötü niyetin bir göstergesi olabileceğini açıkça ortaya koymaktadır<sup>237</sup>.

Kötü niyetli tescil ya da kullanımın tespitinin dışında davacı, tescil ettiren kişinin alan adının ticaretini yaptığını veya alan adını ticarete kullandığını da ispatlamalıdır. Bunun ispatlanması için, davalının alan adını bedel karşılığında satması, ödünç vermesi,

---

<sup>235</sup> UDRP'de hem kötü niyetli tescil hem de kötü niyetli kullanım aranmaktadır. İlgili kısmın ayrıntısına çalışmanın 3. bölümünde yer alan "Alan Adı Uyuşmazlık Çözüm Politikası (UDRP) kapsamında uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma" başlığı altında ulaşılabilir.

<sup>236</sup> 15 U.S.C. § 1125(d)(1)(B)(i)(VII).

<sup>237</sup> 15 U.S.C. § 1125(d)(1)(B)(i)(VIII).

rehnetmesi, lisans vermesi, devretmesi gibi davranışlarda bulunduğunun ispatı yeterlidir<sup>238</sup>.

Davacı, alan adında kullanılan markanın tanınmış ya da ayırt edici olduğunun ispatında, markanın ulaştığı coğrafi çevre, satış hacmi ve miktarı gibi hususları kullanabilir. Son olarak ise davacı alan adının davacının markası ya da ismi ile aynı veya ayırt edilemeyecek derecede benzer olduğunu ispat etmek zorundadır. Bunun ispatında ise mahkemeler basit yöntemlerle ispatı kabul etmektedirler. Örneğin, müşterilerin uyumsuzluğa konu alan adının marka sahibine ait olduğunu düşündüklerinin ispatı ile alan adının davacının markası ile ayırt edilemeyecek derecede benzer olduğunu ispat edebilir<sup>239</sup>.

### **3.2.3.2 Kişi adlarının ACPA kapsamında korunması**

ACPA, kişi adlarının alan adı olarak kullanılmasını önlemeyi amaçlayan düzenlemeler içermektedir. ACPA’da kişi adları ile ilgili 1129. bölümde (1) (A) özel bir koruma yer almaktadır. İlgili maddeye göre;

“Kişinin rızası olmaksızın, yaşayan başka kişinin adının ya da adının karıştırılacak kadar benzerinin o kişiye ya da üçüncü kişilere satılarak kar elde etme niyetiyle alan adı sahipleri haklarında açılacak davada sorumlu olabilirler.”

UDRP’de yer almayan, ACPA’da düzenlenen bu hüküm, davada kişi adlarının şikayetin kaynağı (temeli) olarak kullanılmasına izin vermektedir. Kişi isimleri ile ilgili taleplerde sadece mahkeme masrafları ve avukatlık ücretine hükmedilir. Bunun dışında gerçek zarar (actual damages), menfaat ya da yasal tazminata hükmedilmeyecektir.

---

<sup>238</sup> Scaturro (2011). s. 886.

<sup>239</sup> Scaturro (2011). s. 887.

### 3.2.3.3 ACPA'ya göre karara bağlanan uyuşmazlıklar

William S. Purdy, Coca Cola, Pepsi, Washington Post ve McDonalds gibi şirketlere ait markaları içeren “drinkcoke.org”, “mycoca-cola.com”, “mypepsi.org”, “my-washingtonpost.com” ve “mymcdonalds.com” gibi alan adlarını 2002 yılının Temmuz ayında tescil ettirdi. Kürtaj karşıtı olan Purdy, “abortionmurder.com” web sitesine, tescil ettirdiği adlardan bağlantı kurdu. Kürtaj karşıtı söylemlerin olduğu bu siteden, anti kürtaj sloganlarını içeren ürünlerin satın alınabileceği ve ziyaretçilere kürtaj karşıtı davalara destek olmak için bağış yapma olanağı sunulan sitelere bağlantılar bulunmaktaydı.

Purdy'nin yaptıklarını öğrenen Washington Post, ihtarname (cease and desist letter) gönderdi ve Purdy'nin internet servis sağlayıcısını “my-washingtonpost.com” a hizmet vermemesi konusunda ikna etti.

Purdy, başka bir internet servis sağlayıcısı ile bu web sitesinden cevap verdi. Ayrıca Purdy, “drinkcoke.org” ve “my-washingtonpost.com” sitelerinden, “washingtonpost.com” un ana sayfası gibi görünen ve manşetinde Washington Postun, “Kürtaj bir cinayettir” şeklinde haber yaptığını belirttiği sahte bir web sitesine bağlantı verdi. Bu sitede ayrıca “Kola ile her zaman işler iyiye gitmez” şeklinde içerikleri olan grafikler de bulunuyordu.

Davacılar, Purdy'nin ACPA kurallarını ihlal ettiğini ileri sürerek dava açtılar. Yerel mahkeme (District Court), ihtiyati tedbir kararı ile birlikte Purdy'nin davacıların markalarıyla ilişkili olan alan adlarını kullanmasını yasakladı. Ayrıca davacıların markalarıyla ilişkili olan 9 adet alan adının davacılara devredilmesine karar verdi. Bu karar, marka ihlallerine karşı koruma sağlayan Marka Kanununun yanı sıra ACPA'nın da markanın ihlal edilmesi durumunda marka sahipleri için koruma sağladığını göstermiştir.

ACPA, “ayırt edici veya “tanınmış” marka sahiplerine, alan adı sahipleri tarafından markadan haksız kazanç elde etme niyetiyle hareket edildiğinin (a bad faith intent to profit from that mark) gösterilmesi durumunda (15 USC sec. 1125 (d)(1)(A)) dava açma hakkı tanımıştır. Eğer marka tanınmış olmasına rağmen ayırt edici değilse, bu durumda marka

sahibine, alan adının markayı sulandırdığını iddia ederek dava açma hakkı verilmiştir. Bu sayede ACPA, alan adlarına ilişkin olarak Marka Kanunundaki boşluğu doldurmaktadır.

### **3.3 ACPA Kapsamında Dava Açma ve UDRP Uyuşmazlık Çözüm Mekanizmasına Başvurma Yöntemlerinin Karşılaştırması**

Tablo 8, ACPA ve UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizması arasındaki önemli benzerlik ve farklılıkları göstermektedir. ACPA, mahkemeler tarafından uygulanırken UDRP çözüm mekanizması alternatif bir uyuşmazlık çözüm yoludur, dava açılmasını engellemez. Çözüm mekanizmasının belirgin avantajı, daha hızlı ve nispeten daha ucuz olmasıdır. Çözüm mekanizması süreci ortalama 6-8 hafta sürerken, ACPA'da çözüm yıllarca sürebilir. ACPA'da tanınmış ve ayırt edici markalar korunurken, çözüm mekanizmasında tüm markalar korunur. ACPA'da her türlü kişi ismi korunurken, çözüm mekanizmasında kişinin ünlü olması gerekir. Çözüm mekanizmasında belirtilen çözümler, ACPA'ya göre daha sınırlıdır. ACPA'da davanın reddi, alan adının iptali, devri, ihtiyati tedbir, gerçek veya yasal zarar, avukat masraflarının ödenmesi istenebilir ve bu yönde karar verilebilir. UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasında ise sadece alan adı devri, iptali ve talebin reddi kararı verilebilir.

**Tablo 8.** ACPA kapsamında dava açma ve UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma yöntemlerinin karşılaştırması

Davanın-şikayetin gerekçesi	UDRP	ACPA
<i>Marka ile aynı veya karıştırılabilecek kadar benzer olması</i>	✓	✓
<i>Markanın sulandırılması</i>	-	✓
<i>Hakkı veya haklı menfaati olmama</i>	✓	-
<i>Kötü niyet</i>	✓	✓
<b>Kötü niyet değerlendirilmesinde dikkate alınan hususlar</b>		
<i>Satma, kiralama veya devretme amacı</i>	✓	✓
<i>Marka sahibinin markayı yansıtan alan adını kullanmasını engelleme</i>	✓	-
<i>Rakibin işini bozma amacı</i>	✓	-
<i>Karıştırılacak kadar benzerlik</i>	✓	✓
<i>Alan adında fikri mülkiyet hakları</i>	-	✓
<i>Kişiyi tanımlayan hukuki kişisel adı içermek</i>	-	✓
<i>İyi niyetli, ticari olmayan veya haklı kullanım</i>	-	✓
<b>Çözümler</b>		
<i>Alan adının devri, iptali</i>	✓	✓
<i>Gerçek veya yasal zararlar</i>	-	✓
<i>İhtiyati tedbir</i>	-	✓

**Kaynak:** Wang (2006), s. 125 ; Fang ve Lui (2002), s. 590<sup>240</sup>.

Alan adı korsanlığının hiç olmadığı kadar yaygın olduğu dikkate alındığında, mevcut düzenlemelerin bu konudaki yetersizliği açıkça ortaya çıkmaktadır. Hem UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasının hem de ACPA'nın önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Yasal düzenlemelerdeki eksiklikler göz önünde bulundurularak çıkabilecek uyuşmazlıklar dikkate alınmalı, hem alan adı korsanlığı hem de benzer

<sup>240</sup> F. Fang ve J. Lui (2002). Does what works for “.com” also work for “.cn”? Comparative study of anti-cybersquatting legal systems in the United States and China. *J. Marshall J. Computer & Info. L.* 541-594.

uyuşmazlıklar için yeni yasal çözüm modeli oluşturulmalıdır. Yeni yasal düzenlemeler ise hukuki durumda önemli değişikliklerle gerçekleşebilecektir.

Uyuşmazlıkların daha etkin çözümü için özellikle alan adı düzenlemelerinin uluslararası uyumlaştırılması ve alan adı sisteminin geliştirilmesi yerinde olacaktır.

Alan adı sistemi (DNS) geliştirilebilir, sistem yeniden şekillendirilebilir. Sistem kullanıcı dostluğu devam ettirilerek geliştirilebilir. DNS sisteminde izin veya geçitler kullanılabilir. Bir kullanıcı alan adını yazdığında, bir geçit sistemi veya izin sistemi görecek, bu geçit veya dizinde o alan adına sahip olan kişi veya kuruluşların adları ile tanımlamaları kişinin önüne serilecektir. Kişi, hangi siteye ulaşmak istiyorsa o siteyi seçip ulaşacaktır. Bu sistem, çevrimiçi ayırt edici kimlik oluşturmak isteyen kişi veya organizasyonların bu isteğini zayıflatacaksa da, alan adı korsanlarının alan adlarını tescil ettirme ve kullanmalarını engelleyecektir. Bu sistem ile birden fazla kişi veya organizasyon aynı alan adını kullanabilir. Dolayısıyla aynı marka üzerinde haklı menfaati olan kişiler arasındaki uyuşmazlıklar çözüme kavuşturulabilir<sup>241</sup>. Ancak belirtilen sistemlerin yürütülebilmesi için özel hukuki düzenlemelerle desteklenmesi gerekmektedir.

### **3.4 Türk Hukukunda Alan Adı Uyuşmazlıkları için Başvurulabilecek Yollar**

Türk hukukunda da alan adı uyuşmazlıkları için genel olarak üç çözüm yolu mevcuttur. Bunlar;

- iv. Tarafların anlaşması
- v. Dava açma
- vi. İnternet Alan Adları Yönetmeliğinde düzenlenen uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurmadır.

Tarafların anlaşması metodu burada ele alınmayacak, dava açma ve uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvuru yapma yöntemleri ele alınacaktır.

---

<sup>241</sup> Wang (2006). s. 124.

Alan adlarına ilişkin olarak çıkan uyuşmazlıklarda uyuşmazlığın çözümü için dava açılabilir. Türk Hukukunda ihlallere karşı, markanın ihlali, haksız rekabet, kişilik haklarının ihlali gibi hükümlere dayanılarak dava açılabilir<sup>242</sup>.

Türkiye, kendi ülke kodlu alan adlarına ilişkin uyuşmazlık çözüm mekanizmasında UDRP'yi kabul etmemiş, UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına benzer bir çözüm yolunu uygulamayı tercih etmiştir. Dolayısıyla alan adı “.tr” ülke kodlu alan adı içermiyorsa, yukarıda belirtilen UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına her zaman başvurulabilir. Ancak uyuşmazlık konusu alan adı “.tr” ülke kodlu alan adı içeriyorsa bu durumda 21 Ağustos 2013 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanan Uyuşmazlık Çözüm Tebliğine göre uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurulabilecektir<sup>243</sup>.

Aşağıda hem dava açma yolu hem de “.tr” ülke kodlu alan adlarına ilişkin olarak uygulanacak uyuşmazlık çözüm mekanizması konularına değinilecektir.

### 3.4.1 Uyuşmazlığın dava yoluyla çözülmesi

Alan adlarına ilişkin uyuşmazlıkların doğrudan düzenlendiği özel bir kanun olmamasına rağmen, Türk hukukunda uyuşmazlıkların çözümü için başvurulabilecek birçok hukuki düzenleme mevcuttur. Alan adı uyuşmazlıklarının çözümü için;

- Markaların Korunması Hakkında 556 Sayılı KHK (556 sayılı KHK)'nin marka hakkına tecavüzü düzenleyen hükümlerinden (m.9 ve 61 vd.),
- Türk Ticaret Kanununda (TTK) düzenlenen haksız rekabet hükümlerinden (m.54 vd.),
- Türk Ticaret Kanununda düzenlenen ticaret unvanı ve işletme adına ilişkin hükümlerden (m.39 vd.),
- Türk Borçlar Kanununun (TBK) genel haksız rekabet ile ilgili hükmünden (m.57),
- Fikir ve Sanat Eserleri Kanununda (FSEK) düzenlenen haksız rekabet hükmünden (m.83),

---

<sup>242</sup> Oğuz (2014). s. 335.

<sup>243</sup> Çalışmada ilgili mevzuat kapsamında uyuşmazlık çözüm mekanizması incelenmiştir. Ancak çalışmanın ele alındığı tarihte uyuşmazlık çözüm mekanizması henüz işletilmeye başlamamıştır.

- Türk Medeni Kanununun (TMK) adın korunmasına ilişkin hükmünden (m.26) yararlanılabilir.

Kullanma hakkı başkalarına ait olan ayırt edici ad ve işaretlerin aynısının veya benzerlerinin alan adı olarak kullanılması belirtilen maddeler uyarınca yaptırıma bağlanmıştır. Hakkında özel hüküm bulunan ad ve işaretler bakımından ilgili özel hüküm uygulanabileceği gibi genel hükümlerden de yararlanılabilir.

#### ***3.4.1.1 Markaların Korunması Hakkında 556 sayılı KHK kapsamında dava açılması***

Tescilli markalar ile alan adları arasında çıkan uyumsuzluklarda marka sahibi, ilgili KHK'nın marka hakkına tecavüzü düzenleyen 9 ve 61 vd. maddelerine dayanarak dava açabilir<sup>244</sup>.

Bir başkasının tescilli markasının aynısının veya benzerinin aynı veya benzer mal ve hizmetler için ticari amaçla internet alan adı olarak kullanılması KHK'nın 9. maddesi uyarınca marka hakkına tecavüz teşkil eder. Diğer bir ifade ile başkasının tescilli markasının, aynı veya benzer mal ve hizmet üreten ticari işletmelerce alan adı olarak kullanılması marka hakkına tecavüz teşkil eder. Dolayısıyla;

- Tescilli marka ile aynı olan bir işaretin, aynı veya benzer mal veya hizmetlerde kullanılması,
- Marka ile aynı olan bir işaretin başka bir sektördeki firma tarafından alan adı olarak kullanılması,
- Tanınmış bir marka ile aynı olan bir işaretin alan adı olarak kullanılması,
- Marka ile aynı olan işaretin, ticaretle uğraşmayan kişiler tarafından alan adı olarak kullanılması

halinde, kullanan kişi tarafından haklı bir kullanım yoksa ve bu kullanım marka sahibine zarar veriyorsa, marka sahibi 556 sayılı KHK'daki korumadan yararlanabilir<sup>245</sup>.

---

<sup>244</sup> Soysal (2014). s. 779; Oğuz (2014). s. 342.

<sup>245</sup> Okan (2011). s. 98.

Marka hakkı tecavüze uğrayan kişi, m. 62 gereğince alan adının kullanılmasının durdurulması amacıyla dava açılabilir. Ayrıca, maddi ve manevi zararının tazminini talep edebilir.

Marka hakkına tecavüz ve markanın karışıklığa mahal verecek şekilde kullanılması ile ilgili P... A.Ş. ile Babilon Hotel A.Ş. vd. arasında görülen davada, uyuşmazlık konusu alan adı "[www.gardenbabylon.com](http://www.gardenbabylon.com)" dur. Davalı, davacı adına tescilli Babylon markasını, karışıklığa mahal verecek şekilde, haklı bir sebebe dayanmadan ticaret unvanında, alan adında ve elektronik posta adresinde kullanmıştır. Davacı bu kullanımın marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet oluşturduğunu iddia etmiş ve ihtiyati tedbir ile davaya konu ibarenin davalılar tarafından kullanılmasının önlenmesini; [www.gardenbabylon.com](http://www.gardenbabylon.com) isimli internet alan adından, babylon ibaresini içeren elektronik posta adresinden ve ticaret unvanından Babilon ibaresinin çıkartılmasını talep etmiştir. Mahkeme, davalılar tarafından davaya konu markanın kullanıldığı ve marka hakkına tecavüzün devam ettiği hususunun dosya kapsamı itibariyle sabit olduğuna, davalılar adına tescilli markaların bulunmadığına, davacı adına tescilli markanın davalılar tarafından karışıklığa yol açacak şekilde kullanıldığına ve davalı kullanımlarının marka tesciline ve haklı bir sebebe dayanmadığına karar vermiştir. Davalı Babilon Hotel A.Ş. ticaret unvanının esas unsurunun davaya konu markaya ilişkin olduğu ve bu haliyle ticaret sicilinden terkinine karar vermiştir. Ayrıca mahkeme, davalıların marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet oluşturan eylemlerinin önlenmesine, maddi sonuçlarının ortadan kaldırılmasına, "[www.gardenbabylon.com](http://www.gardenbabylon.com)" alan adından ve babylon ibaresini içeren elektronik posta adresinden babylon ibaresinin çıkartılmasına hükmetmiştir. Davacı tarafça talep edilen ihtiyati tedbir talebinin kabulü ile davaya konu ibarenin davalılar tarafından kullanılmasının önlenmesine, davalılar tarafından 3.000.000 TL nakdi teminat ya da bu miktarda teminat mektubu sunulduğu takdirde tedbirin uygulanmasının kararın kesinleşmesine kadar ertelenmesine karar verilmiştir. Davalı tarafça karar temyiz edilmiştir. 15.11.2013 tarihinde Yargıtay, mahkemenin kararını onamıştır<sup>246</sup>.

---

<sup>246</sup> Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 16.08.2015, 2013/12337 Esas, 2013/20651 sayılı karar.

### 3.4.1.2 Haksız rekabet hükümleri kapsamında dava açılması

Tescil ettirilmemiş markalar için TTK'nın 54-63 maddeleri arasında düzenlenen haksız rekabet hükümlerine dayanılarak dava açılabilir.

Haksız rekabet konusunda genel hüküm olan Türk Ticaret Kanununun m. 54 ve devamı maddeleri uyuşmazlıkların çözümüne ilişkin olarak akla gelen ilk hükümlerdir<sup>247</sup>. Başkasının markasını, işletme adını veya ticaret unvanını alan adı olarak kullanmak, TTK m. 54-55 gereğince dürüstlük kuralına aykırı davranış teşkil eder. Başkasına ait ad veya işaretin ününden faydalanmak amacıyla aynı işaretin alan adı olarak kullanılması hem dürüstlük kuralına aykırılık hem de haksız rekabet oluşturur. Alan adlarının başkaları tarafından karışıklığa mahal verecek şekilde marka, ticaret unvanı, işletme adı gibi tanıtmaya vasıtası olarak kullanması da TTK m. 54 vd. uyarınca haksız rekabet oluşturur.

Alan adında kullanılan sözcük veya işaretler dürüstlük kuralına aykırılık teşkil ediyorsa, bu durumda da haksız rekabete ilişkin hükümlerden yararlanılarak dava açılabilir<sup>248</sup>. Davada, alan adının iptali, davacıya devri, davalının dürüstlük kuralına aykırı kullanımından dolayı davacının maddi ve manevi zararının tazmini istenilebilir (TTK m. 56). Ayrıca alan adına ilişkin ihtiyati tedbir kararının verilmesi, davada verilen kararın ilanı ve alan adının kullanımında yanlış veya yanıltıcı beyanda bulunulmuşsa bu beyanların düzeltilmesi de istenilebilir (TTK m. 56-61).

Tarafların tacir olduğu veya işin ticari iş olduğu alan adı uyuşmazlıklarında TTK'nın haksız rekabet hükümlerinden, tarafları tacir olmayan ya da ticari iş sayılmayan alan adı uyuşmazlıklarında ise Borçlar Kanununun 57. maddesinde düzenlenen haksız rekabet hükmünden yararlanılarak dava açılabilir<sup>249</sup>.

Ticaret unvanı ve işletme adı Türk Ticaret Kanununda m.39 ve devamı maddelerinde düzenlenmiştir. Alan adları ile işletme adı veya ticaret unvanı arasında

---

<sup>247</sup> Dal, S. (2010). Türk Hukukunda internet alan adları ve bu alandaki son gelişmeler. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*. Cilt XXVIII, Sayı I. s. 488.

<sup>248</sup> Okan (2011). s. 100.

<sup>249</sup> BK'nın haksız rekabeti düzenleyen 57. maddesinde dürüstlük kurallarına aykırı davranışlarda bulunulması yüzünden müşterileri azalan veya onları kaybetme tehlikesiyle karşılaşan kişinin, bu davranışlara son verilmesini ve kusurun varlığı hâlinde zararının giderilmesini isteyebileceği belirtilmiştir. İlgili maddenin devamında ticari işlere ait haksız rekabet hakkında Türk Ticaret Kanunu hükümlerinin saklı olduğu vurgulanmıştır.

çıkan uyuşmazlıklarda, TTK m. 52'ye dayanılarak da dava açılabilir<sup>250</sup>. İlgili maddeye göre, ticaret unvanının veya işletme adının ticari dürüstlüğe aykırı biçimde alan adı olarak kullanılması durumunda, hakkı tecavüze uğrayan kişi, alan adının iptalini, devrini, maddi ve manevi zararın tazminini isteyebilir. Mahkeme, davayı kazanan tarafın istemi üzerine, verilen kararın gazete ile yayımlanmasına karar verebilir.

Bir eserin ad ve alametleri ile çoğaltılmış nüshaların şekilleri, karışıklığa mahal verebilecek şekilde alan adı olarak kullanılırsa FSEK m. 83 çerçevesinde haksız rekabete dayanılarak dava açılabilir. İlgili maddeye göre hakka tecavüz edenin tacir olma zorunluluğu bulunmamaktadır. Dolayısıyla uyuşmazlığın şartlarına göre hakkı tecavüze uğrayan kişi genel hükümlere dayanarak (hem TTK m.54 vd. hem de BK m.57) haksız rekabet iddiası ile dava açabilecektir.

Haksız rekabet ve marka hakkına tecavüz ile ilgili açılan bir davada, davacı "[www.cescesor.com](http://www.cescesor.com)" alan adının sahibi, davalı ise "[www.bitmeyenkartuş.com.tr](http://www.bitmeyenkartuş.com.tr)" alan adının sahibidir. Kullanıcı ve bayiler tarafından ürün kalitesi bakımından aranır hale gelmiş olan davacı, yazıcı sarf malzemeleri ithal edip yurt içinde satış faaliyetinde bulunmaktadır. Ürünlerini bir çok ilde bulunan satış noktalarından ve internet üzerinden satışa sunmaktadır. Davalı ise önceden davacının müşterisidir. Davacının iddiasına göre davalı, kötü niyetli olarak davacıdan bilgi almış, "[www.bitmeyenkartuş.com.tr](http://www.bitmeyenkartuş.com.tr)" alan adını 20.1.2010 tarihinde kendi adına tescil ettirmiştir. İlgili alan adı üzerinden tıpkı davacı gibi satış yapmaya başlamıştır. "B.K.bitmeyen kartuş" ibaresiyle marka başvurusunda bulunan davalı, marka başvurusuna itiraz edildiği halde "Bitmeyen Kartuş" ibaresi için tescilli manasına gelen "registered/tescillidir" ibaresini kullanarak güven yaratmayı amaçlamıştır. Davacı, davalının bu şekilde davranarak halka yanıltıcı bilgi verdiğini, davalının haksız yere kullandığı 'tescillidir' ibaresiyle haksız bir üstünlük sağladığını ileri sürmüştür. Ayrıca davacı, iki şirket arasında kıyaslama yapılabilmesi için internet üzerindeki reklamlarında davacı şirketçe satılan ürünlerde kullanılan ve şirket yetkilisi adına tescil edilmiş bulunan "Cescesor" ibaresini kullandığını, böylece cescesor marka ürünleri almak isteyenlerin internete girip markayı sorguladıklarında karşlarına davalıya ait alış veriş sitesinin çıktığını, haksız rekabette ve marka hakkına tecavüzde bulunduğunu iddia etmiştir. Davacı, haksız rekabetin men'ine, davalıya ait alan adının

---

<sup>250</sup> Soysal (2014). s. 933; Oğuz (2014). s. 338.

iptalini, maddi ve manevi zararın dava tarihinden geçerli ticari faiziyle tahsiline, hükmün davalıya ait www.bitmeyenkartus.com.tr sitesinde 15 gün süreyle yayınlanmasına karar verilmesini istemiştir.

Mahkeme, rakip şirketlerin markasının, ticaret unvanlarının veya tanınmış özelliklerinin anahtar kelime olarak kullanılması durumunda burada dürüstçe bir kullanımdan bahsetmenin mümkün olmayacağına, davalı eyleminin haksız rekabet teşkil ettiğine, davacı marka hakkının ihlal edildiğine karar vermiştir. Ayrıca, marka haklarına karşı gerçekleştirilen ihlalin ve haksız rekabetin men'ine, davacının istediği miktarda maddi ve manevi tazminatın tahsiline, diğer istemlerin reddine karar verilmiştir. Davacı, hüküm özetinin ilanına da karar verilmesini istemiş olmasına rağmen hiç bir gerekçe gösterilmeden mahkemece bu istemin reddi yönünde hüküm kurulması sebebiyle temyize gitmiş, Yargıtay'da bu istemin yerinde olduğuna karar vermiştir<sup>251</sup>.

### ***3.4.1.3 Adın korunmasına ilişkin hükümler kapsamında dava açılması***

Kişi isimlerinin alan adı olarak kullanılması durumunda alan adı üzerindeki hak, kişinin kişilik hakkını oluşturan değerler içinde yer alan "isim hakkı" olduğu için burada şahısvarlığı üzerindeki hak söz konusu olabilir. Böyle bir durumda Türk Medeni Kanunu'nun isim üzerindeki hakların korunmasına ilişkin 26. maddesi uygulanabilir<sup>252</sup>. Bir kişinin hakkı olmadan başkasına ait olan bir adı kullanması adın gasp edilmesi anlamındadır.

Adın korunmasına ilişkin hükümler Türk Medeni Kanunu'nun 26. maddesinde hükme bağlanmıştır. Eğer bir alan adı hukuka aykırı olarak bir adla aynılık göstermiş ve bu durum gerçek kişinin adı üzerindeki hakkını zedelemişse ad üzerinde hakkı zedelenen bu kimse buna son verilmesini, haksız kullanan kusurlu ise ayrıca maddi zararının giderilmesini ve uğradığı haksızlığın niteliği gerektiriyorsa manevi tazminat ödenmesini isteyebilir<sup>253</sup>.

---

<sup>251</sup> Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 3.6.2014, 2013/3630 Esas, 2014/10378 sayılı karar.

<sup>252</sup> Soysal (2014). s. 943; Oğuz (2014). s. 338.

<sup>253</sup> Özdemir, H. (2008). Türk ve İsviçre Medenî Hukukunda ad üzerindeki hak ve korunması. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. s. 570; Okan (2011). s. 101.

Alan adlarının, bir kişinin adı veya soyadından, ayırıcı fonksiyona sahip müstear adından, ticaret unvanından veya işletme adından oluşması durumunda ilgili alan adı TMK m. 26. kapsamında korunabilir.

### **3.4.2 İnternet Alan Adları Yönetmeliği kapsamında uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma**

Elektronik Haberleşme Kanunu (EHK) ve Alan Adı Yönetmeliği alan adları çerçevesinde önem arz eden hukuki düzenlemelerdendir. EHK'nın 3. maddesinin (v) ve (y) bentlerinde internet alan adları ve sisteminin tanımı yer almaktadır. 35. maddesinde de alan adlarının tahsisini yapacak kurum veya kuruluşun tespiti ile alan adı yönetimine ilişkin usul ve esasların Ulaştırma Bakanlığı tarafından belirleneceği vurgulanmıştır. Alan Adı Yönetmeliği ile birlikte yeni düzenlemeler getirilmiştir. Yönetmeliğin amacının “.tr” uzantılı internet alan adları yönetimine ilişkin usul ve esasların düzenlenmesi olduğu belirtilmiş, çıkan uyuşmazlıklara alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmasının uygulanabileceği yönetmelikte düzenlenmiştir. Yönetmelikte, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, alan adı sisteminin ayrıntılı düzenlenmesinde yetkili kılınmıştır. Kurum, Uyuşmazlık Çözüm Tebliği düzenlemiş ve tebliğ 21 Ağustos 2013 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanmıştır.

#### ***3.4.2.1 Uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvuru***

İnternet Alan Adları Tebliğine<sup>254</sup> göre; “.tr” ülke kodlu alan adı başvurusunda bulunan kişi, başvurusunda üçüncü kişilerin haklarını ihlal etmeyeceğini, alan adına ilişkin bir alternatif uyuşmazlık çözüm sürecinin başlaması durumunda buna katılacağını kabul eder (Alan Adı Tebliği m.14). Dolayısıyla alan adı başvuru sahibi, henüz alan adına ilişkin uyuşmazlık çıkmamışken, başvuru aşamasında uyuşmazlık çözüm mekanizmasına katılacağını kabul etmektedir. Uyuşmazlık çıktığında kişiler uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurabilir. Çözüm mekanizması, yetkili uyuşmazlık çözüm hizmet

---

<sup>254</sup> İnternet Alan Adları Tebliği çalışmanın devamında Alan Adı Tebliği olarak ifade edilecektir.

sağlayıcıları<sup>255</sup> (UÇHS) tarafından uygulanır. Şikayetçi, uyuşmazlığın çözümü için tercih ettiği UÇHS'nin internet sayfasında başvurusunu yapabilir (Uyuşmazlık Çözüm Tebliği m.7).

#### 3.4.2.1.1 Başvuru şartları

Uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurmak için belirli şartların mevcudiyeti aranmaktadır. Başvuru şartları Alan Adı Yönetmeliği m.25'te düzenlenmiştir. İlgili maddeye göre;

- İhtilaf konusu alan adının, sahip olunan ya da ticarete kullanılan marka, ticaret unvanı, işletme adı ya da diğer tanıtıcı işaretlerle benzer ya da aynı olması,
- Alan adını tahsis ettiren tarafın bu alan adı ile ilgili yasal bir hakkı ya da bağlantısının olmaması,
- Alan adının, alan adı sahibi tarafından kötü niyetle tahsis ettirilmesi veya kullanılması gerekir.

Başvuruda bulunabilmek için belirtilen üç şartın da sağlanması gerekir. Görüldüğü üzere uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurabilmek için alan adının sahip olunan marka, ticaret unvanı, işletme adı veya diğer tanıtıcı işaretlerle aynı veya benzer olması gerekmektedir. Dolayısıyla ihtilaf konusu alan adı, belirtilen korunmaya esas haklardan birisi ise uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurulabilir. Ayrıca, alan adı sahibinin ilgili alan adı üzerinde yasal bir hakkı veya haklı bir menfaatinin olmaması gerekmektedir. Başvuru şartlarından üçüncüsü kötü niyetli tahsis veya kullanımdır. Kötü niyetli tahsis veya kullanım için Uyuşmazlık Çözüm Tebliği'nin 19. maddesinde sınırlı sayıda olmayan hususlar belirtilmiştir. İlgili maddeye göre alan adının:

- Ticaret veya hizmet markası, ticaret unvanı, işletme adı veya kişi adı ya da diğer tanıtıcı işaretin sahibi olan şikâyetçiye veya şikâyetçinin ticari olarak rekabette bulunduğu tarafa, alan adının belgelenmiş tahsis masraflarını ve yatırım

---

<sup>255</sup> Uyuşmazlık çözüm hizmet sağlayıcıları, alan adları ile ilgili uyuşmazlıkların çözüm sürecini hakemler veya hakem heyetleri vasıtasıyla yürüten üniversiteleri, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları veya uluslararası kuruluşları ifade etmektedir (Uyuşmazlık Çözüm Tebliği m. 4/j).

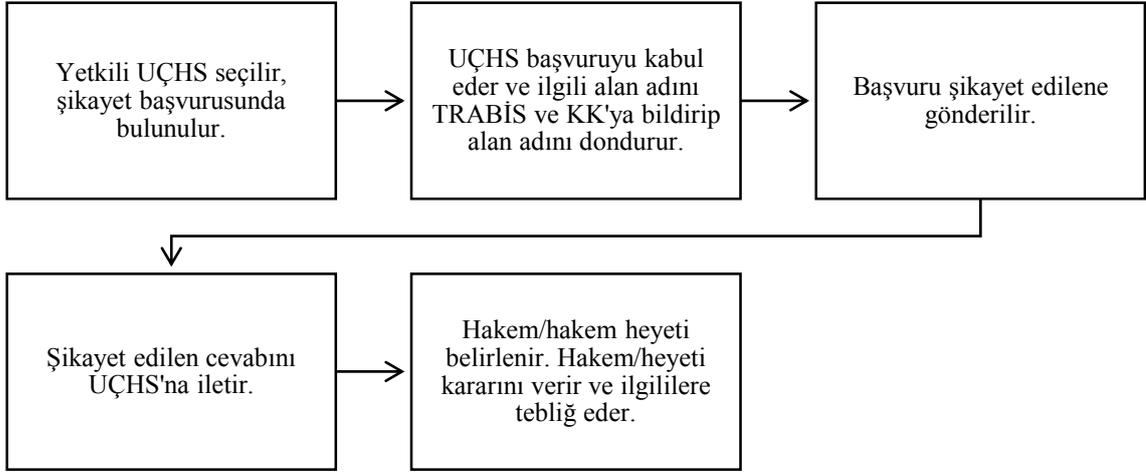
maliyetini aşan miktardaki bir meblağ karşılığında satma veya devretme amacıyla tahsis ettirilmiş olması,

- Ticarete kullanılan marka, ticaret unvanı, işletme adı ya da diğer tanıtıcı işaretin sahibinin, bu marka, unvan, ad ya da işareti alan adında kullanmasını engellemek amacıyla tahsis ettirilmiş olması,
- Ticari rakiplerin işlerine ya da faaliyetlerine zarar vermek amacıyla tahsis ettirilmiş olması,
- Ticari kazanç elde etmek amacıyla, şikâyetçinin sahibi olduğu ticarete kullanılan marka, ticaret unvanı, işletme adı ya da diğer tanıtıcı işareti ile benzerlik sağlayarak karışıklık meydana getirmek suretiyle internet kullanıcılarının alan adı sahibinin internet sitesine veya herhangi bir internet sitesine yönlendirilmesi amacıyla kullanılması

kötü niyetli tahsis veya kullanım olarak değerlendirilir. Hakem veya hakem heyeti, uyumsuzluk şartlarına göre değerlendirme yapıp maddede sayılmayan başka hususları da kötü niyetli tahsis veya kullanım olarak değerlendirebilir.

#### *3.4.2.1.2 Başvuru süreci*

Belirtilen üç şartın birlikte sağlandığını iddia eden şikayetçi, UÇHS'lerden birini tercih ederek uyumsuzluğun çözümü için başvuruda bulunabilir (Alan Adı Yönetmeliği m.25/2). Uyumsuzluk çözüm mekanizması süreci şekil 6'de özetlenmektedir.



**Şekil 6.** İnternet Alan Adları Yönetmeliğinde düzenlenen uyuşmazlık çözüm mekanizması süreci

Şekil 6’de görüldüğü üzere alan adına ilişkin çıkan uyuşmazlığın çözümü için şikayetçi, yetkili UÇHS’ları arasından tercihte bulunarak, seçtiği UÇHS’nın internet sayfasında başvuruda bulunur. İlgili UÇHS, başvuruyu kabul veya ret ettiğine dair cevabını bir iş günü içerisinde şikayetçiye bildirir. UÇHS, kapasitesinin yetersiz kaldığı durumlarda başvuruyu kabul etmeme hakkına sahiptir. Şikayetçi ilgili UÇHS’nın internet sayfasında başvuruya ilişkin ilgili yerleri doldurur ve özellikle başvurusunda uyuşmazlık konusu alan adını, alan adının iptali veya devri talebini, iddiasını destekleyici tüm bilgi ve belgeleri, uyuşmazlığın bir hakem tarafından ya da üç hakemden oluşan bir heyet tarafından ele alınmasına ilişkin tercihini belirtir. UÇHS, başvuruyu kabul etmesinin ardından uyuşmazlık konusu alan adını derhal TRABİS’e ve ilgili tescil kuruluşuna bildirir. UÇHS tarafından konu ile ilgili olarak internet sayfasında duyuru yapılır ve alan adı dondurulur<sup>256</sup> (Uyuşmazlık Çözüm Tebliği m.7).

Başvurunun UÇHS tarafından kabulünün ardından bir iş günü içerisinde şikayet edilen şikayet ile ilgili bilgilendirilir. Şikayet edilen bilgilendirmeden itibaren on gün içinde şikayete ilişkin cevap verme hakkına sahiptir. Şikayet edilen makul gerekçelerle

<sup>256</sup> Uyuşmazlığa konu alan adı çözüm süreci boyunca dondurulur (Alan Adı Tebliği m. 18/2).

ek süre talep etmemişse, belirtilen süre içerisinde de cevap vermemişse, uyuşmazlık şikayet eden tarafından sunulan ve ihtiyaç duyulması halinde üçüncü kişilerden temin edilen bilgi ve belgelere göre çözüme kavuşturulur (Uyuşmazlık Çözüm Tebliği m.9).

Uyuşmazlığın tek hakemle veya üç hakemle (hakem heyeti) görülmesi konusundaki tercihini şikayet eden şikayet başvurusunda, şikayet edilen ise cevap dilekçesinde belirtebilir. Her iki tarafda uyuşmazlığın tek hakem ile çözülmesini istiyorsa, hakem UÇHS tarafından belirlenir. Taraflardan birinin hakem heyeti istemesi durumunda UÇHS, taraflardan eş zamanlı olarak, kendi listesinde yer alan hakemlerden biri yedek olmak üzere ikişer ismi seçip kendisine bildirmelerini ister. Heyette yer alacak hakemlerin ikisi tarafların tercihlerinden, üçüncü hakem ise seçilen hakemler tarafından belirlenir. Taraflardan birinin belirlenen süre içerisinde hakem seçimine ilişkin görüş belirtmemesi halinde, bu hakemin seçimi UÇHS tarafından yapılır. Şikayet edilenin hakem tercihi olması durumunda UÇHS, şikayet edilenin cevabının iletilmesinden itibaren bir iş günü içerisinde talebi şikayetçiye gönderir. Talebin şikayetçiye gönderilmesini müteakip iki iş günü içerisinde hakemlerin belirlenmesi işlemi gerçekleşir (Uyuşmazlık Çözüm Tebliği m.11).

Hakem veya hakem heyeti, şikayet edilenin cevap verme sürecinin tamamlanmasını müteakip onbeş gün içinde ilgili mevzuat, içtihatlar ve yargı kararlarını da göz önüne alarak, şikayetçi tarafın talebi doğrultusunda alan adlarının iptaline, şikayetçi tarafa devrine veya şikayetçi tarafın talebinin reddine karar verir. UÇHS, kendisine bildirilen kararı ve kararın gerekçesini bir gün içerisinde TRABİS'e, tescil kuruluşuna ve şikayetle ilgili taraflara iletir. UÇHS uyuşmazlığa konu alan adını, kendisine yapılan başvuru tarihini, karar tarihini, ilgili tarafları ve kararda aksi belirtilmedikçe karar metninin tümünü kendisine ait internet sitesinde derhal yayımlar (Uyuşmazlık Çözüm Tebliği m.14). Kararın taraflara tebliğ edilmesinden itibaren on iş günü içinde kararın gereği ilgili tescil kuruluşuna bildirilir ve UÇHS tarafından derhal yerine getirilir ve konu hakkında ilgili taraflar bilgilendirilir (Uyuşmazlık Çözüm Tebliği m.15).

### 3.4.3 Dava yolu ile uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurma yöntemlerinin karşılaştırması

Uyuşmazlık çözüm mekanizması, mahkemeler tarafından uygulanmayan, hakem veya hakem heyeti tarafından uygulanan alternatif bir çözüm mekanizmasıdır. Mahkemelerle kıyaslandığında daha kısa sürede çözüm sunmaktadır. Uyuşmazlık çözüm süresi ortalama 45 gündür. Sadece alan adının devri, iptali ve başvurunun iptali kararlarından birisi verilebilmektedir. Mahkemelerde ise bu kararların yanı sıra ihtiyati tedbir, tazminat, avukat ücretlerinin ödenmesi, internet sitesinde kararın yayınlanması gibi farklı kararlara hükmedilebilir.

Yeni sistemin uygulamaya geçmesinden sonra, alan adlarının büyük çoğunluğu ilk gelen alir prensibine göre tescil ettirileceğinden, uyuşmazlıkların artma ihtimali yüksektir. Ancak kanun koyucu, diğer ülke uygulamalarına benzer bir uygulamayı kabul ederek uyuşmazlık çözüm mekanizmasını mahkemelere alternatif çözüm olarak sunmuştur. Çalışmanın yapıldığı sırada henüz uygulanmaya başlanmayan bu sistem ile ilgili, uygulamada çıkabilecek sorunları tahmin etmek şimdilik güçtür. Diğer ülke uygulamaları ve özellikle UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına bakıldığında, bu çözüm mekanizması ile uyuşmazlıkların daha hızlı ve daha az maliyetli çözüme kavuşacağı söylenebilir. Türkiye’de “.tr” ülke kodlu alan adlarıyla ilgili sunulan bu yeni çözüm mekanizması sistemi ile artması muhtemel uyuşmazlıkların çözümünde mahkemelerin iş yükünün azaltılması için önlem alındığını söylemek yanlış olmaz. Yeni sisteme geçilmesi ile birlikte, alan adlarının daha kolay tescil edilmesi, “.tr” ülke kodlu alan adlarının daha fazla tercih edilmesini sağlayacaktır. Bu durum ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Yeni sistemle beraber, uyuşmazlıkların çözümü için getirilen uyuşmazlık çözüm mekanizması, hakkı ihlal edilen kişilerin daha kolay ve hızlı şekilde bu ihlallerin önüne geçmesine olanak sağlayacaktır.

## Sonuç

Alan adlarının kullanımının yaygınlaşması, uyuşmazlıkların da artmasını beraberinde getirmiştir. Hukuki düzenlemelerin artan uyuşmazlıklara uygulanmasında yetersiz kalması, bu düzenlemelerin yeniden ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada farklı uyuşmazlık türleri incelenerek, uyuşmazlıklara uygulanabilecek en genel çözüm yolları değerlendirilmektedir.

Alan adı uyuşmazlıklarında uygulanabilecek en yaygın çözüm yolları dava açmak ve uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurmaktır. Tüm uyuşmazlık türleri için dava açma yoluna gidilebilir. Ancak bu yol tercih edildiğinde, sürecin uzayacağı ve maliyetin fazla olacağı unutulmamalıdır. Alan adı korsanlığı gibi uyuşmazlıklarda ise şartlar oluşmuşsa, UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurulabilir. Uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvuru şartlarının taşındığı durumda, bu çözüm yolu tercih edildiğinde, uyuşmazlık daha kısa sürede (ortalama 45 gün içerisinde) ve daha az maliyetle çözüme kavuşur. Ancak belirtmek gerekir ki, bu çözüm yolunda sadece alan adının devri veya silinmesi kararı verilebilir. Türkiye'nin ülke kodu olan “.tr” uzantılı alan adlarında da, uyuşmazlıkların çözümü için dava açmanın yanı sıra, yeni sistemde uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurulabilecektir.

Bu çalışmada, alan adlarıyla ilgili uyuşmazlıkların her geçen gün arttığı ve mevcut düzenlemelerin yeterli olmadığı vurgulanmaktadır. Bu bulgular ışığında, alan adına ilişkin mevcut düzenlemelerin incelenmesi, gerekli değişikliklerin yapılması ve gerekirse yeni düzenlemelerin oluşturulmasının yararlı olacağı ifade edilebilir. Bu amaçla, marka sahiplerini haksız tescil ve kullanımlara karşı korumada etkili çözüm mekanizması olan UDRP uyuşmazlık çözüm mekanizmasına, tüm uyuşmazlıkları kapsayacak şekilde, benzer bir mekanizma oluşturulabilir. Ancak tüm bu yenilik ve düzenlemelerin, internet kullanımındaki sosyal ve kültürel beklentilere dayanılarak yapılması, uygulanması kolay bir çözüm mekanizmasının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Uyuşmazlıkların daha etkin çözümü için, alan adı ile ilgili düzenlemelerin uluslararası uyumlaştırılması ve alan adı sisteminin geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, alan adı korsanlarının alan adlarını tescil ettirme ve kullanmalarını engellemek ve aynı

alan adı üzerinde haklı menfaatleri olan kişilerin aynı alan adını kullanmalarını sağlamak için alan adı sistemi (DNS) geliştirilebilir. Bu amaçla DNS sisteminde dizin veya geçitler kullanılabilir. Önerilen bu sistemde kullanıcı, alan adını yazdığı anda, bir geçit sistemi veya dizin sistemi görecektir, bu geçit veya dizinde o alan adına sahip olan kişi veya kuruluşların adları ile tanımlamaları kişinin önüne serilecektir. Kişi, hangi siteye ulaşmak istiyorsa o siteyi seçip ulaşacaktır. Bu sistem, alan adı korsanlarının alan adlarını tescil ettirme ve kullanmalarını engelleyecektir. Ayrıca, ilgili sistem ile birden fazla kişi veya organizasyon aynı alan adını kullanabilir. Dolayısıyla aynı alan adı üzerinde haklı menfaati olan kişiler arasındaki uyuşmazlıklar çözüme kavuşturulabilir. Ancak belirtilen sistemlerin yürütülebilmesi için özel hukuki düzenlemelerle desteklenmesi gerekmektedir.

Bunun yanı sıra, uyuşmazlıklar çıkmadan önce kişilerin bireysel olarak alabileceği birtakım tedbirler mevcuttur. Örneğin WIPO, marka veri tabanı portalına<sup>257</sup> sahiptir. Portal aday kişiye, tescilini istediği alan adının başkalarınınca marka olarak tescil ettirilip ettirilmediğini kontrol etmesi için ulusal ve bölgesel fikri mülkiyet ofislerinin web sitelerinin çevrimiçi marka veri tabanlarına erişimini kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla alan adının tescilinden önce tescili yaptırılmak istenilen alan adının kontrolü gerçekleştirilebilir. Bireysel olarak alınabilecek bir diğer önlem ise birden fazla alan adının tescil ettirilmesidir. Yani kişiler, işletme adlarına, markalarına, ticaret unvanlarına ilişkin olan, yakın olan alan adlarını ve benzer uzantılarını tescil ettirerek uyuşmazlık çıkma riskini azaltabilir. Ayrıca kişiler negatif (olumsuz) alan adı olarak bilinen eleştiri sitesi olarak kaydedilme ihtimali bulunan siteleri de tescil ettirebilirler.

Alan adı uyuşmazlıklarının çözümü ile ilgili Türk hukukunda da birtakım düzenlemeler gerçekleştirilebilir. Amerikan hukukunda var olan ACPA'ya benzer bir kanuni düzenleme getirilebilir. Yeni kanuni düzenleme, tüm uyuşmazlıkları kapsayacak şekilde oluşturulmalı, çıkabilecek yeni uyuşmazlıkların çözümü için yol gösterici olmalıdır.

---

<sup>257</sup> WIPO'nun marka veri tabanına ulaşmak için bkz: <http://www.wipo.int/amc/en/trademark/>. Erişim tarihi: 26.05.2016.

## Kaynakça

### Kitaplar

- Badgley, R. (2002). *Domain name disputes*. New York: Aspen Law and Business.
- Bedord, J. (2008). *I've got a domain name-now what? a practical guide to building a website and your web presence*. California USA. Happy About.
- Bettinger, T. ve Waddell A. (2015). *Domain name law and practice-an international handbook*. (Second Edition). United Kingdom:Oxford University Press.
- Bygrave, L. ve Bing, J. (2009). *Internet governance infrastructure and institutions*. Oxford University Press.
- Bilgili, F. (2006). *Marka hukukunda hakkın kötüye kullanılması*. Ankara: Seçkin.
- Black, S. (2002). *Telecommunications law in the internet age: a volume in the Morgan Kaufmann series in networking*. Morgan Kaufmann Publishers, Elsevier, San Francisco, USA.
- Bozbel, S. (2006). *İnternet alan adlarının (domain names) korunmasında ICANN tahkim usulü*. Ankara: Seçkin.
- Christie, A. (2014). *Research handbook on cross-border enforcement of intellectual property research handbooks in intellectual property series*. Edited by Paul Torremans. Edward Elgar Publishing.
- Finkelstein, W. ve Sims J. (2005). *The intellectual property handbook: a practical guide for franchise, business and IP counsel*. American Bar Association.
- Guo, Y. (2015). *Research on selected China's legal issues of e-business*. Springer Heidelberg New York Dordrecht London.
- Kale, S. (2013). *Domain name- alan adlarının haczi*. İstanbul: Seçkin.
- Komaitis, K. (2010). *The current state of domain name regulation: domain names as second –class citizens in a mark-dominated world*. London and New York: Routledge.

- Lindsay, D. (2007). *International domain name law ICANN and the UDRP*. Portland, USA: Hart Publishing.
- Lipton, J. (2010). *Internet domain names, trademarks and free speech*. UK ve USA :Edward Elgar.
- Okan, N. (2011). *Ağ reklamları ve haksız rekabet*. Ankara: Seçkin.
- Oğuz, S. (2014). *İnternet alan adı haklarının korunması*. (2. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Poroy, R. ve Yasaman, H. (2012). *Ticari işletme hukuku*. (14. Baskı), İstanbul : Vedat Kitapçılık.
- Soysal, T. (2014). *İnternet alan adları hukuku (domain name law)*. Ankara: Adalet Yayınevi.

## **Makaleler**

- Agin, W. (2008). Domain names as collateral are we all just kidding ourselves? *ABA Business Law Section*. 18 (1).
- Alramahi, M. (2009). The legal nature of domain names rights. *Journal of International Trade Law and Policy*. 8(1), 84-94.
- Bal, N. (2013). İnternet alan adları ve internet alan adı uyuşmazlıklarının tahkim yoluyla çözümlenmesi. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 17 (1-2), 315-350.
- Bozbel, S. (2010). Bir malvarlığı değeri olarak internet alan adları üzerinde yapılabilecek hukuki ve cebri icra işlemleri. *Ankara Barosu Uluslararası Hukuk Kurultayı*. 315-328.
- Caruana, C.(2013). The legal nature of domain names. 1st in the 2013 Science and Technology Essay Competition. (<http://www.elsa.org.mt/wp-content/uploads/2015/02/5.-Caruana-Claudio-The-Legal-Nature-of-Domain-Names.pdf>).
- Coull, S.; White, A.; Yen, T.; Monroe, R.ve Reiter, M. (2012). Understanding domain registration abuses. *Computers & Security*. 31. 806-815.
- Curtin, T. (2011). The name game: cybersquatting and trademark infringement on social media websites. *Journal Of Law and Policy*. 353-394.

- Dal, S. (2010). Türk hukukunda internet alan adları ve bu alandaki son gelişmeler. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*. 28(1), 479-497.
- Dimitrov, G. (2001). Intellectual property the internet and electronic commerce legal protection of domain names. International Conference on Intellectual Property, *The Internet, Elektronik Commerce and Traditional Knowledge*. (<http://www.law.kuleuven.be/citip/en/docs/publications/362speech-wipo2f90.pdf>).
- Ekdial, D. (2006). Seçilmiş UDRP soruları üzerine oluşturulan WIPO panel görüşlerine genel bakış. *Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*. sayı:2.
- Fang, F. ve Lui, J. (2002). Does what works for “.com” also work for “.cn”? Comparative study of anti-cybersquatting legal systems in the United States and China. *J. Marshall J. Computer & Info. L.* 541-594.
- Güçdemir, Y. (2003). Bilgisayar ağları, internetin gelişimi ve bilgi kirlenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*. 17, 371-378.
- Johnson, S. (2001). Internet domain name and trademark disputes: shifting paradigms in intellectual property. *Arizona Law Review*. Vol. 43:2, s. 465-489.
- Lipton, J. (2005). Beyond cybersquatting: taking domain name disputes past trademark policy. *Wake Forest Law Review*. 40, 1361-1438.
- Mermin, J. (2001). Interpreting the Federal Trademark Dilution Act Of 1995: the logic of the actual dilution requirement. *Boston Collage Law Review*. 42 (1), 207-237.
- Moore, T. ve Edelman, B. (2010). Measuring the perpetrators and funders of typosquatting. 14th International Conference on Financial Cryptography and Data Security, Tenerife, Spain, January 2010.
- Nash, A. (1999). Domain name allocation a new set of rules for a global system.
- Nomer, F. (2001). İnternet alan adının hukuki niteliği ve marka ve ticaret unvanı gibi ayırt edici ad ve işaretler ile arasında benzerlik bulunması sebebiyle doğabilecek hukuki sorunlar. *Prof. Dr. Hayri Domaniç'e 80. Yaş Günü Armağanı*. Cilt 1, İstanbul: Beta. 395-418.
- Nupp, R. (2003). Concurrent use of trademarks on the internet: reconciling the concept of geographically delimited trademarks with the reality of the internet. *Ohio State Law Journa.*, 64, 617-667.

- Özdemir, H. (2008). Türk ve İsviçre Medenî Hukukunda ad üzerindeki hak ve korunması. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 57 (3), 561-598.
- Plotkin, J. (2015). The model for a path forward. a proposal for a model law dealing with cyber-squatting and other abusive domain name practices. *Denning Law Journal*. 27. 204-240.
- Scaturro, T. (2011). The Anticybersquatting Consumer Protection Act and the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy the first decade: looking back and adapting forward. *Nevada Law Journal*. Vol:11. 877-908.
- Sunderland, S. (2010). Domain name speculation: are we playing whac-a-mole? *Berkeley Technology Law Journal*. 25, 465-492.
- Şenocak, K. (2009), Tescilli markanın aynısının veya benzerinin alan adı olarak kullanılması suretiyle marka hakkının ihlali. *Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi*. 15(3), 87-141.
- Wang, F. (2006). Domain name management and legal protection. *International Journal of Information Management*. 26, 116–127.
- Wiedmann, J. (2010). Evolving property rights in domain names. *Seton Hall Law School Student Scholarship Paper*. ([http://scholarship.shu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1086&context=student\\_scholarship](http://scholarship.shu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1086&context=student_scholarship)).
- Zhu, B. (2008). Further discussion on hypothecateability of domain name rights. *Journal of Politics and Law*. 1 (4), 51-57.

#### **Kurum yazarlı kaynaklar:**

- Milletlerarası Ticaret Odası (International Chamber of Commerce -ICC), (2014). *Domain names and new generic top-level domains*. Fransa, E-kitap: Ürün no: 759E.
- WIPO (2008). *Guide to WIPO domain name dispute resolution*. Wipo Publication No:892 (E).

## İnternet Kaynakları

Milton Mueller. Syracuse University School of Information Studies Convergence Center, <http://ccent.syr.edu/wp-content/uploads/2014/05/roughjustice.pdf>. (Erişim tarihi: 20.03.2016).

[https://tr.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](https://tr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web). (Erişim tarihi: 21.03.2016).

<http://www.btk.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FSayfalar%2FPazarVerileri%2F2015-Q1.pdf>. (Erişim tarihi: 31.03.2016).

<https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/1127>. (Erişim tarihi: 19.03.2016).

<http://archive.icann.org/en/tlds/>. (Erişim tarihi: 25.03.2016).

<https://www.icann.org/resources/pages/about-e5-2012-02-25-en>. (Erişim tarihi: 3.2.2016).

<https://www.icann.org/resources/pages/registries/registries-en>. (Erişim tarihi: 23.03.2016).

<http://www.iana.org/domains/root/db>. (Erişim tarihi: 3.2.2016).

<https://nic.tr/index.php#1>. (Erişim tarihi: 29.03.2016).

<https://www.ietf.org/rfc/rfc1591.txt>. (Erişim tarihi: 03.03.2016).

<http://www.iana.org/numbers>. (Erişim tarihi: 31.03.2016).

<http://www.icann.org/registrar-reports/accredited-list.html>. (Erişim tarihi: 22.03.2016).

<http://www.freenom.com/tr/index.html>. (Erişim tarihi: 02.04.2016).

[https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Internet\\_top-level\\_domains](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Internet_top-level_domains). (Erişim tarihi: 03.04.2016).

[https://www.verisign.com/en\\_US/innovation/dnib/index.xhtml](https://www.verisign.com/en_US/innovation/dnib/index.xhtml). (Erişim tarihi: 03.04.2015).

<http://cyber.law.harvard.edu/property/domain/panavision.html>. (Erişim tarihi: 03.04.2016).

<http://law.justia.com/cases/virginia/supreme-court/2000/1991168.html>. (Erişim tarihi: 03.04.2016).

<http://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp2/60/558/2580539/>. (Erişim tarihi: 28.02.2016).

<http://66.221.165.115/cgi-bin/highlt/ibb/highlight.cgi?file=ibb/files/11hd-2007-1677.htm&query=%22alan%20ad%FD%22#fm>. (Erişim tarihi: 16.08.2015).

<https://cyber.law.harvard.edu//property00/domain/Intermatic.html>. (Erişim tarihi: 17.05.2016).

<http://www.appleyardlees.com/cyberswatting-eradicating-domain-name-pests/>. (Erişim tarihi: 08.03.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2001/d2001-1488.html>. (Erişim tarihi: 22.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2001/d2001-0849.html>. (Erişim tarihi: 22.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/text/2015/d2015-1046.html>,  
<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/text/2015/d2015-1047.html>. Erişim tarihi: 23.04.2016.

<http://www.dmlp.org/threats/la-russa-v-twitter-inc#description>. (Erişim tarihi: 10.04.2016).

<http://www.finnegan.com/BallyTotalFitnessHoldingCorpVFaber/>. (Erişim tarihi: 11.04.2016).

<http://www.peta.org/>. (Erişim tarihi: 11.04.2016).

<http://www.finnegan.com/People-for-the-Ethical-Treatment-of-Animals-Inc-v-Doughney-01-01-2001/>. (Erişim tarihi: 11.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2014-0664>. (Erişim tarihi: 23.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2013-1238>. (Erişim tarihi: 23.04.2016).

<https://cyber.law.harvard.edu/property00/domain/HasbroShort.html>. (Erişim tarihi: 10.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html>. (Erişim tarihi: 10.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2016-0298>. (Erişim tarihi: 23.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-1541.html>. (Erişim tarihi: 23.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-1110.html>. (Erişim tarihi: 22.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2004/d2004-0242.html>. (Erişim tarihi: 22.04.2016).

<http://www.finnegan.com/BargainBidLlcvsBidInc/>. (Erişim tarihi: 11.04.2016).

<http://www.adrforum.com/domaindecisions/1347297.htm>. (Erişim tarihi: 22.04.2016).

<http://www.adrforum.com/domaindecisions/1330290.htm>. (Erişim tarihi: 22.04.2016).

<http://www.whois.com/> , <http://www.whois.com.tr/> (Erişim tarihi: 11.04.2016).

<https://www.icann.org/resources/pages/dndr-2012-02-25-en>. (Erişim tarihi: 21.11.2015).

<https://www.icann.org/resources/pages/providers-6d-2012-02-25-en>. (Erişim tarihi: 11.10.2015).

<http://www.adndrc.org/mten/AboutUs.php?st=2>. (Erişim tarihi: 14.11.2015).

<http://www.adrforum.com/Domains>. (Erişim tarihi: 14.11.2015).

[http://icannwiki.com/National\\_Arbitration\\_Forum](http://icannwiki.com/National_Arbitration_Forum). (Erişim tarihi: 15.11.2015).

<http://www.wipo.int/about-wipo/en/>. (Erişim tarihi: 15.11.2015).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/cctld/>. (Erişim tarihi: 12.10.2015).

<http://udrp.adr.eu/>. (Erişim tarihi: 15.11.2015).

[http://www.tagorg.com/page.aspx?page\\_key=arab-center-for-dispute&lang=en](http://www.tagorg.com/page.aspx?page_key=arab-center-for-dispute&lang=en). (Erişim tarihi: 15.11.2015).

[http://acdr.aipmas.org/page.aspx?page\\_key=Introduction](http://acdr.aipmas.org/page.aspx?page_key=Introduction). (Erişim tarihi: 15.11.2015).

[http://www.adndrc.org/mten/klen/UDRP\\_form.php?st=3](http://www.adndrc.org/mten/klen/UDRP_form.php?st=3). (Erişim tarihi: 15.11.2015).

<https://secure.adrforum.com/DDFiling/Default.aspx?Ruleset=UDRP>. (Erişim tarihi: 15.11.2015).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/filing/udrp/eudrpcomplaint.jsp>. (Erişim tarihi: 10.11.2015).

[https://eu.adr.eu/adr/faq/complainant.php#fillComplaint\\_s2](https://eu.adr.eu/adr/faq/complainant.php#fillComplaint_s2). (Erişim tarihi: 15.11.2015).

<http://acdr.aipmas.org/CompliantForm.aspx>. (Erişim tarihi: 15.11.2015).

<http://www.internic.net/regist.html>. (Erişim tarihi: 10.11.2015).

<http://www.gigalaw.com/2015/08/04/new-udrp-rules-what-you-need-to-know/>. (Erişim tarihi: 16.11.2015).

<http://www.adrforum.com/GlossaryAllDomain>. (Erişim tarihi: 15.11.2015).

[http://acdr.aipmas.org/page.aspx?page\\_key=faq](http://acdr.aipmas.org/page.aspx?page_key=faq). (Erişim tarihi: 15.11.2015).

[http://www.wipo.int/amc/en/domains/cctld\\_db/output.html](http://www.wipo.int/amc/en/domains/cctld_db/output.html). (Erişim tarihi: 12.04.2016).

[http://www.wipo.int/amc/en/domains/statistics/decision\\_rate.jsp?year](http://www.wipo.int/amc/en/domains/statistics/decision_rate.jsp?year). (Erişim tarihi: 12.04.2016).

<https://cyber.law.harvard.edu/metaschool/fisher/domain/tmcases/polaroid.htm>. (Erişim tarihi: 14.04.2016).

<http://cyber.law.harvard.edu/ilaw/DomainNames/MattelvInternetDimensions.htm>. (Erişim tarihi: 14.04.2016).

<http://cyber.law.harvard.edu/property/domain/green.html>. (Erişim tarihi: 14.04.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/overview/>. (Erişim tarihi: 24.05.2016).

<http://www.trabis.gov.tr/tr/ajanda.html>. (Erişim tarihi: 30.03.2016).

<https://nic.tr/forms/politikalar.pdf?PHPSESSID=1459325203193140190220865136>.  
(Erişim tarihi: 30.03.2016).

<https://nic.tr/forms/politikalar.pdf?PHPSESSID=1459266600193140190220365525>.  
(Erişim tarihi: 29.03.2016).

[https://www.nic.tr/index.php?USRACTN=STATICHTML&PAGE=about\\_registrars](https://www.nic.tr/index.php?USRACTN=STATICHTML&PAGE=about_registrars).  
(Erişim tarihi: 30.03.2016).

[https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1459266600193140190220365525&USRACTN=STATICHTML&PAGE=about\\_corpident](https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1459266600193140190220365525&USRACTN=STATICHTML&PAGE=about_corpident). (Erişim tarihi: 29.03.2016).

<https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1463314639193140190220603039&USRACTN=ALLCON>. (Erişim tarihi: 30.03.2016).

[https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1459266600193140190220365525&USRACTN=STATICHTML&PAGE=about\\_registrars](https://nic.tr/index.php?PHPSESSID=1459266600193140190220365525&USRACTN=STATICHTML&PAGE=about_registrars). (Erişim tarihi: 29.03. 2016).

<https://www.icann.org/>. (Erişim Tarihi: 21.05.2015).

<http://paleofuture.gizmodo.com/5-domain-name-battles-of-the-early-web-1660616980>.  
(Erişim tarihi: 20.01.2016).

<http://www.wired.com/1994/10/mcdonalds/>. (Erişim tarihi: 20.01.2016).

<http://www.wipo.int/amc/en/trademark/>. (Erişim tarihi: 26.05.2016).