

Internet'teki Ticari Aktivitelerin Hukuksal Boyutu

Bilgi, günümüzün en önemli sermayesi olmakla beraber aynı zamanda hayatımızın da su, ekme gibi temel gereksinimlerinden biri olmuştur. Yakın gelecekte, toplumlar ve uluslar, askeri güç, sayısal çoğunluk ya da ekonomik güçleriyle değil, bilgi ve bilgiye ulaşmadaki teknolojik üstünlüğüyle dünya klasmanında yerlerini alacaklardır.

Kuşkusuz, bilgiye kolayca erişilebilmesi ve bilginin işlenmesi, bilgiyi kullanan ve bilgi üreten bir çok toplum ve ulus için hayati derecede önem taşımaktadır.

Bilgi gereksinmesini ve bilgi paylaşımını en çabuk ve en ekonomik düzlemde karşılaması bakımından internet önemli bir yer tutmaktadır. Matbaanın icadı, ne denli sanayi devriminin öncüsü olduysa, internet de bilgi devrimine o denli öncülük etmektedir.

İnternet, insanların asırlar boyu alışık olduğu, klasik sayılabilecek eğitim, ticaret, finans, eğlence ve alışveriş gibi bir çok kavrama yeni bir boyut getirmiştir. Getirdiği yeni boyut, yalnızca işleyişi değiştirmekle kalmamış, hukuk alanında da bir çok düzenleme yapılma zorunluluğunu doğurmuştur. Çünkü, bilişim teknolojilerinin ve internetin yayılması, yeni bir çok uyumsuzluk türü çıkmasına, aynı zamanda yeni bir çok suç türü ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

İnternetin bize şaşırtıcı gelen, klasik kavramlardan ayrılan en büyük özelliklerinden biri, uluslararası karakterde olması, diğeri de interaktif nitelikte olmasıdır. İnsan ilişkilerinin olduğu her yerde hukuk varsa, internet ortamındaki ilişkiler için de hukuk var demektir. İnternetin, bu yeni yaşam biçimini yaratması, hukuk alanında da bir takım sorunları gündeme getirmektedir.

Yapısı itibariyle, internet, birbirine ağ vasıtasıyla bağlanmış milyonlarca bağımsız bilgisayardan oluşmaktadır. Bir an için, interneti kim yönetiyor, ya da internetin sahibi kim diye bir takım şeyler düşünülebilir. Ama çok net bir ifadeyle, internetin bir sahibi ya da yöneteni olmadığını söylemek mümkündür. Gerçekten de internetin sahibi ya da yöneteni yoktur. İnterneti yönetenler, birbirine bağlı milyonlarca bilgisayardır. İnternetin uluslararası karakteri, merkezi bir yönetimin varlığını hem teknik olarak, hem de uluslararası kültürel, sosyal ve politik farklılıklar açısından imkansız kılmaktadır. İnterneti geliştiren ve ilerleten de yine bu milyonlarca bilgisayar kullanıcılarıdır. İnteraktif özelliği neticesi, internet sistemi her geçen gün teknolojik olarak da bu kullanıcıların katkısıyla büyümektedir.

İnternetin diğeri bir boyutu da, internete girmek için kimseden izin ya da belge alınmasının gerekli olmamasıdır. Basit bir yatırımla, basit bir başvuruyla girmek isteyen herkesi kabul edebilecek bir yapıdadır. Bazı ülkelerde, internete girmek izne bağlı kılınmıştır. Veya girilecek siteler önceden belirlenmiştir, başka bir yere girmenin imkanı yoktur.

Genel olarak yapısını incelediğimiz internet, akla ilk olarak “iletişim özgürlüğü” kavramını getirir. İletişim özgürlüğü terimi, radyo, televizyon, basın gibi tüm kitle iletişim araçlarını kapsayan bir özgürlüktür. Çoğu demokratik ülkede anayasal olarak da güvence altına alınmış, hatta uluslararası belgelerde dahi her fırsatta önemi dile getirilen bir kavramdır. Bu özgürlüğün temelinde düşünce ve ifade özgürlüğü yatmaktadır.

İnternette özgür olmak da, düşünce ve ifade özgürlüğü, geniş bir deyimle iletişim özgürlüğü alanındadır. Bu özgürlük yalnızca düşüncelerin ve ifadelerin aktarılması ile sınırlı değildir. Modern dünyada sosyal yaşamın zorunlu ve asli bir gereği olan haber ve düşüncelerin, gerek ulusal, gerekse evrensel ölçekte alınması, okunması ve izlenmesi hakkı da internet özgürlüğü kapsamındadır.

Teknolojideki bu gelişmeler ve değişimler, sanal ortamın özgürlükler konusunda rahat olması, yaşamı kolaylaştırdığı ölçüde, pek çok olumsuzluğu da beraberinde taşımaktadır. İnsanların özel yaşamları, kurumların özel bilgileri ihlal edilebilmektedir.

İnternet korsanları, şirketlerin, bankaların, kamu kurumlarının sitelerine girerek büyük zararlar verebilmekte, bilgisayar ortamındaki bilgileri çalabilmekte ya da değiştirebilmektedir. Terör örgütleri, internet teknolojisini kullanarak, faaliyetlerini sürdürmekte, uluslararası şebekeler kara para aklamaktadır.

Elektronik ticarete, ister B2C olsun, isterse B2B olsun, klasik imza ve kağıt kavramının ortadan kalkması bir çok hukuk sorununu beraberinde getirmiştir. Örnek olarak sözleşmenin gereği gibi yerine getirilmemesi veya imza olmadığı için sözleşmenin yok sayılması, tüketici haklarının ihlal edilmesi, devletin vergi kaybına uğraması, etik ve yasal olmayan reklam yayınlarının yapılması, e-posta ya da site yoluyla yalan haber yapılması, haksız rekabet ortamı yaratılması, alan adının haksız tescili gibi çokça çeşitlendirebilecek hukuk ihlalleri ortaya çıkmıştır. Hukuk, hepsine şimdilik bir çözüm üretememektedir ama büyük bir çoğuna ciddi ve kalıcı çözümler bulunabilmiştir.

Sayılan sorunlar asla aşılamayacak sorunlar değildir. İnternetin uluslararası karakterli olması, düzenlemelerin de uluslararası olmasını bir ölçüde zorunlu kılmaktadır. Avrupa Birliği, çıkardığı bir çok direktifle üyesi olan ve aday üye olan ülkelere kanun düzenlenmesi konusunda yol göstermektedir. Yine G-8 ve OECD gibi uluslararası birlikler üyesi olan ülkelere çerçeve kanun metinleri hazırlamaları konusunda rotalar çizmektedir.

WEBDE YASAL TİCARİ BİR KİMLİK OLUŞTURMA:

İnternette var olmanın, hatta elektronik ticaret yapmanın ilk ve altın kuralı, diğerlerinden ayırt edilebilir olmaktır. Kuşkusuz, hizmet veya ürün kalitesi, çeşitlilik, ucuzluk, yaygınlık, bilinirlik ayırt edilebilmenin en önemli kriterleridir. Ancak, internette sadece bunlar öne çıkmak için yeterli olmayabilir. İnternette yasal ve ticari bir kimlik oluşturmanın ilk adımı iyi bir alan adına sahip olmaktır. (ör: www.superhizmet.com gibi)

İnternetin en önemli unsuru alan adıdır. Bir firmanın, bir hizmetin veya bir konunun internette araştırılması gerekse, ilk akla gelecek olan unsur ilgili kelimedenden oluşan alan adıdır. Alan adının pazarlama ve kitlelere ulaşma gücü düşünüldüğünde, alan adının ne denli önemli olduğu anlaşılır. Örneğin, Chip dergisinin sitesine ulaşmak istiyorsak tarayıcının adres çubuğuna “chip” yazmak ve daha sonra olası uzantıyı yazmak yeterlidir. (chip.com.tr) İnternette kendisini ifade etmeye çalışan milyonlarca kişi, şirket ve kuruluş için alan adı neredeyse hayati bir konudur.

İnternetin ilk çıktığı yıllarda alan adı yerine bildiğimiz IP numaraları (örn. 212.124.56.81 gibi) kullanılıyordu. Fakat numaraların hatırlanmasındaki zorluklar, numaraların birbirine karışması ihtimali, harflerden oluşan anlamlı kelimelerin alan adı olarak kullanılmasını zorunlu hale getirdi. Sonu .com, .net, .org vs. gibi uzantılarla biten alan adları bizzat ICANN ve yetkilendirdiği kuruluşlarca tescil edilebiliyorken, ülkesellik özelliği taşıyan ve sonu .tr (Türkiye), .de (Almanya), ve .it (İtalya) ile biten isimler ise yine ICANN tarafından akredite edilen yerel kuruluşlarca tescil edilmektedir.

Alan adını alabilmek hiçbir kurala, prosedüre ve bürokrasiye bağlı değildir. Zira, internetin doğası gereği, internetle ilgili hiçbir işlem ağır prosedürlere bağlı tutulamaz. Kural olarak, ilk gelen istediği alan adını alır. Prosedürün olmaması ve ilgili ilgisiz ilk gelenin alabilmesi, alan adı pazarını yaratmış da olsa, alan adının haksız ve kötünietli kullanılmasını engellemek için çalışmalar yapılmış ve hakem kurulları kurulmuştur. Merkezi ABD’de bulunan ve alan adlarını dağıtma yetkisine sahip ICANN bünyesinde kurulan bu hakem kurulları aynen bir mahkeme gibi çalışmakta ve alan adı konusundaki uyuşmazlıkları çözmektedir. Dava sonunda, alan adının kullanımı haklı görülen tarafa verilmektedir.

Türkiye’de ise alan adı konusunda neredeyse hiç uyuşmazlık çıkmamıştır. Bunun sebebi, Türkiye’de alan adı dağıtmak konusunda ICANN tarafından yetkilendirilmiş ODTÜ

Alan Adı Yönetimi'nin prosedürleri ağır tutmuş olması ve sadece ilgisine alan adını vermiş olmasıdır. Bu sistem ilk başta sorun çıkarmayacak gibi gözükmese de, sistemin kendi içinde bir çok haksızlıklara mahal verdiği ve bu haksızlıklara karşı yargı yolunun neredeyse kapalı olması gibi sonuçları doğurduğu açıktır. Bu sebeple Türkiye'de, örnek olarak gösterilebilecek herhangi bir yargı kararı ortaya çıkmamıştır.

Alan adının haksız ve kötünietli kullanımı sadece alan adı simsarlığıyla sınırlı değildir. Bazı girişimciler ünlü markaların alan adlarına çok benzer adları tescil ettirerek internet kullanıcılarının yanlış alan adı yazma ihtimallerinden yararlanmak istemişler, kimileri de rakip firmaların alan adlarını tescil ettirerek ve bu alan adını hiçbir şekilde kullanmayarak rakiplerinin bu alan adlarını kullanmasını engellemeye çalışmışlardır. Bazıları ise, ünlü sanatçılar, politikacılar ve futbolcuların isimlerinin popüleritesinden yararlanmak amacıyla ünlü kişilerin adlarıyla porno, çöpçatan ve eğlence siteleri açmışlardır.

Alan adının tescili aşamasında, alan adının tescilini isteyen kişi/kurum bir takım şartları peşinen kabul etmektedir. Alan adı tescili sırasında ekrana gelen sözleşme şartlarını "I agree" (Kabul ediyorum) diyerek butona tıklandığı zaman, alan adı konusunda bir uyuşmazlık çıkması durumunda uyuşmazlığın ICANN nezdinde kayıtlı hakemlerce çözüleceği de kabul edilmektedir. Alan adı konusunda Türk Mahkemelerince bir karar verilmiş dahi olsa bu kararın ABD'de uygulattırılması zor gözükmektedir.

Alan adı konusundaki uyuşmazlıklarda, alan adının kendisine ait olduğunu iddia eden kişi/kurum üç konuda dava açabilme hakkına sahiptir. Davacı (hak sahibi olduğunu iddia eden kimse), alan adının ticari bir marka veya bir hizmet markası ile karışıklığa yol açtığı yönünde; alan adına sahip olan kişinin haklı bir yararı bulunmadığı yönünde veya alan adının kötünietli olarak kullanıldığı yönünde iddialarda bulunabilir. Doğal olarak davacı, davasını ispat etmekle yükümlüdür.

Uluslar arası tescil merkezlerinde tescil edilmiş markalar ile Türkiye'de Türk Patent Enstitüsü tarafından tescil edilmiş markalar, öncelikle korunma kapsamındadır. Bazı hallerde, tescil edilmemiş olsa bile uzun süredir kullanılagelen ve herkesçe bilinen markalar da koruma altındadır. Bilerek ve isteyerek, hiçbir haklı yararı olmadan ünlü bir markayı alan adı olarak tescil ettirmek kötünietli bir davranış olarak sayılmaktadır. Hemen belirtelim, işletme adları ve cins isimler bu korumadan yararlanamamaktadır. Bu tür isimler, genellikle alan adını ilk tescil edende kalmaktadır.

Bazı davalarda, alan adının kendisine verilmesi gerektiğini iddia eden kimse, mevcut alan adı sahibinin haklı bir yararı olmadığını iddia etmektedir. Uyuşmazlık çözüm kurallarına göre, şu hallerde mevcut alan adı sahibinin haklı yararı olduğu kabul edilmektedir: Bunlar; alan adının kimseye zarar vermeyecek şekilde dürüstçe kullanılması, alan adının tescil ettirilmemiş olsa bile kişinin kendi markası altında kullanılması ve dava açılmadan önce alan adı sahibinin o alan adı ile ilgili hizmet veya ürün sunuyor olması ya da bunlarla ilgili hazırlıklara başlamış olması olarak sayılabilir.

ELEKTRONİK TİCARETTE REKABET

Türk Dil Kurumu Sözlüğü'ne göre "rekabet", aynı amacı güden insanlar veya kurumlar arasındaki çekişmedir. Özellikle mal ve hizmet piyasalarında oluşan rekabet, usulüne uygun olduğu müddetçe her zaman kamu ve tüketici yararınadır. "Haksız rekabet" ise bu çekişme ve yarışmada yapılan her tür hileli hareketi ifade eder. Türk Ticaret Kanunu'na göre haksız rekabet, aldatici veya iyiniyete aykırı çeşitli hareketlerle ekonomik rekabetin her türlü kötüye kullanımınıdır. İnternette haksız rekabet, çok daha kolay ve sinsice yapılabilmektedir.

Alan adı yoluyla haksız rekabette, rakibin alan adı önceden alınarak, ya park halinde bekletilmektedir, ya da ilgisiz bir siteye yönlendirme yapılmaktadır. İnternet kullanıcılarının ilgili firmaya ulaşması engellenmek istenmektedir. Başka bir örnek, kullanıcıların yazım yanlışlarından faydalanarak benzer alan adları kullanmaktır. (yahoo.com, yahhoo.com)

Bazı firmalar ve kişiler, para harcamadan internet kaynaklarını tüketerek ve insanların kişilik haklarına saldırarak SPAM yoluyla tüketicilere ve müşterilere ulaşmaya çalışmaktadırlar. SPAM yolunu tercih etmeyip, reklam ve tanıtım için binlerce YTL para harcayan firmalara karşı SPAM yoluyla haksız rekabet yapılmaktadır.

Bazı arama motorları kayıtlı kelimelerden, bazıları ise sayfa içeriklerinden arama yapmaktadır. Rekabet kurallarına uymak istemeyenler, arama motorlarına rakiplerinin isim ve ürünlerini kaydettirebildikleri gibi, web sayfalarının kodlarında kullanıcılara görünmeyecek şekilde rakiple ilgili metinler yazmaktadırlar. Örneğin, arama motoruna X markayı yazdığınızda karşınıza rakip Y markanın gelmesi bir çeşit haksız rekabettir.

Sitenin içeriğine, rakip firmaları kötüleyici ifadeler koymak, yanlış bilgiler vermek, kendi ürünleri hakkında abartılı ve gerçek dışı ifadeler kullanmak, tüketiciyi aldatıcı yanıltıcı beyanlar kullanmak diğer haksız rekabet çeşitleridir. Bir ürünün zararlarını anlatan e-posta zincirleri de bu gruba girmektedir. Film ve müzik eserlerini indirilmeye hazır bir şekilde ve ücretsiz sunmak, gazete haberlerini kendi sitesinde aynı gün yayınlamak, hem haksız rekabet, hem de fikri haklara tecavüz oluşturmaktadır.

Link verme ve çerçeveleme yapma (framing) bazı durumlarda haksız rekabet oluşturabilmektedir. Kendi sitesinden çerçeveleme suretiyle bir başka firmaya link verme, o firmanın hizmetini kendisi görüyormuş gibi bir izlenim yarattığından haksız rekabet sayılmaktadır.

Doktorluk, avukatlık, mali müşavirlik gibi bazı meslekler, kamu hizmeti olarak görüldüğünden dolayı sıkı reklam yasaklarına tabi tutulmuştur. İnternet, reklam yasaklarını aşabilecek reklamlara ve tanıtımlara kolaylık sağlamış olduğundan, bu meslek mensuplarının internet üzerindeki bir takım faaliyetleri de diğer meslektaşlarına haksız rekabet sayılabilmektedir. Örneğin, bir doktor “doktor.net” adresinde kendisine site açarsa, diğer doktorlarla haksız rekabet etmiş olur. Aynı şekilde, avukat olmadığı halde sitesinde hukuki danışmanlık yapanlar avukatlara karşı haksız rekabet yapmış olur.

Rekabeti bozucu, engelleyici her tür davranış internette de olsa, kanuni yaptırımlara bağlanmıştır. Mağdur olanlar, Türk Ticaret Kanunu'nun 56-63. maddeleri gereğince, haksız rekabetçilerin eylemlerini durdurabilir, maddi ve manevi tazminat isteyebilir. Haksız rekabet edenlere şikayet halinde hapis cezası bile verilebilmektedir.

ELEKTRONİK TİCARET YAPANLARIN REKLAM KONUSUNDA DİKKAT ETMESİ GEREKENLER

İnternet'in özgürlük ortamı olduğundan çokça bahsettik. Ne var ki, diğer alanlarda kamusal sınırlamalar bulunduğu gibi reklamcılık alanında da hukuki düzenlemeler ve sınırlamalar bulunmaktadır.

Özgürlük ortamı olan İnternet'te bir reklamın yayınlanması, o reklamın özgürce sunulabilmesine olanak tanıdığı anlamına gelmemektedir. Çünkü reklam ile ilgili tüm düzenlemeler, İnternet reklamcılığı için de aynen geçerlidir.

İnternet dahil tüm ortamlarda yayınlanan ve gösterilen reklamların kanunlara, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları gerekmektedir. Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürllüleri istismar edici reklam ve ilanların yapılması Tüketici Kanunu'nun 16. maddesine göre mümkün değildir. Dikkat edilirse, bu maddeyi ihlal eden reklamlar en çok İnternet'te yer almaktadır. Çünkü diğer ortamlardaki reklamları Reklam Kurulu, RTÜK, Reklam Özdenetim Kurulu gibi kamusal ve sivil kurumlar denetlemektedir.

Reklamlarla ilgili başka bir düzenleme 556 sayılı Markalar Hakkında KHK ile yapılmıştır. Kendisini haksız yere bir marka sahibi gibi gösterenler, haksız yere bir markayı

reklamlarına, ilanlarına koyanlar, marka işaretlerini kullananlar iki yıl ila üç yıl arası hapis cezasına mahkum edilebilmektedir.

Diğer bir düzenleme ise Türk Ticaret Kanunu'nda yer almaktadır. Tüketicuyu aldatıcı, yanıltıcı beyanlarda bulunarak bir hizmeti, ürünü ve markayı kötülemek veya olduğundan daha iyi gibi göstererek haksız rekabet yaratanlar, para cezası ve 1 ay 1 yıl arası hapis cezasına mahkûm edilebilmektedir.

Reklamlarla ilgili olarak bazı sektörler sınırlama getirilmiştir. Örneğin, her alanda olduğu gibi internette de sigara ve tütün mamullerinin reklamı yasaktır. Alkollü içkilerin tanıtımı ve reklamı ise serbest olmakla beraber bazı ilke ve esaslara tabidir. Bankalar Kanunu'na göre, banka verilerinin abartılması, gerçeğinden fazla ve veya az gösterilmesi ; 1261 sayılı kanuna göre ilaç reklamı yapılması, ilaçların kullanımının özendirilmesi , ilaçların etkisinin gerçeğinden fazla gösterilmesi ise diğer sınırlamalardır.

İNTERNET ORTAMINDA FİKRİ VE SINAİ HAKLAR

Teknolojinin ve internetin gelişmesiyle, yazı, resim, grafik, harita, model, tasarım, müzik ve film gibi “eser”ler internet yoluyla hem daha çok kitleye ulaştırılmaya başlanmış, hem de bu ulaştırma kolay ve hızlı hale gelmiştir. Yaratıcı fikirlerin ürünü olan bu eserlere erişimin ve çoğaltmanın kolay olması, telif haklarının aynı oranda kolayca ihlal edilmesi sonucunu doğurmaktadır. Yaratıcı fikrin ve emeğin ürünü olan bu eserlerin sahiplerinin korunması için hukuki anlamda düzenlemeler yapılmış, fikri hakların ihlal edilmemesi ve hakkı ihlal edilenlerin zararlarının karşılanması için yaptırımlar ortaya konulmuştur.

Ülkemizde fikri hakların korunması, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ile sağlanmaktadır. Kanun, fikri ürünleri genel anlamda “eser” olarak kabul etmektedir. Fikri bir ürünün eser sayılabilmesi için, sahibinin hususiyetini taşıması, fikir ve sanat ürünü olması gerekir. Bu anlamda, filmler, müzikler, heykel gibi güzel sanat eserlerinin yanı sıra modeller, çizimler, grafikleri, ürün fotoğrafları, site içerikleri de eser sayılmaktadır. İnternet siteleri, veritabanları, bilgisayar programları, ses (örn. Mp3 dosyaları) ve video dosyaları, animasyonlar da sahibinin hususiyetini taşıması ve fikri bir çaba sonucu meydana getirilmesi kaydıyla “eser” sayılarak fikri haklara konu olabilmektedir.

Kanun, bir şeyi meydana getiren eser sahibine bir çok hak tanımıştır. Eser sahibi, kendisine maddi menfaat sağlaması açısından eser veya eserlerini işleme, çoğaltma, yayma ve iletme hakları gibi mali haklara sahiptir. İşleme hakkından kasıt, eser üzerinde istenen değişikliğin ya da geliştirmenin yapılabilmesi hakkıdır. Çoğaltma hakkı denince, eserin kopyalarından dilediği kadar oluşturabilme ve bu kopyalardan dilediği şekilde yararlanma hakkı akla gelmelidir. Doğal olarak, eser sahibi eserini veya kopyalarını satma, kiralama, ödünç verme ve dağıtma gibi faaliyetler içeren yayma hakkına da sahip olacaktır. Ayrıca, eser sahibi eserini dijital ya da analog yolla, TV, radyo, internet ve benzeri araçlarla kamuya iletme hakkına da sahiptir. Eser sahibi bu haklarını, birkaç kişiyle paylaşabileceği gibi bu haklarını başkalarına da devredebilecektir.

Eser sahibinin, eser üzerindeki mali hakları dışında ayrıca manevi hakları da mevcuttur. Bu haklar: Bir eserin kamuya sunulmasının yerini ve zamanını tayin etme, eserde adını belirtme ya da belirtmeme, eserde değişiklik yapılmasını yasaklamadır. Mali hakların aksine, manevi hakların kullanılması başka bir kişiye devredilemez.

İnternet ortamında işleme, çoğaltma, yayma ve iletme faaliyetleri, veri transferinin çok kolay yapılabilmesi, Kazaa, Napster gibi programların bu konuda elverişli araçlar sağlaması sebebiyle çok yaygın hale gelmiştir. Sahibinin izni olmadan resimler, yazılar, animasyonlar, tasarımlar, web sayfaları kopya edilerek kullanılmakta ve değiştirilmekte, büyük prodüksiyonlarla meydana getirilmiş müzik ve film yapımları herhangi bir bedel ödenmeden

izlenebilmekte, yazılımların ve programların şifresi kırılmış kopyaları binlerce siteden yüklenebilmektedir. İşin daha da vahim tarafı, tüm bu eserler ticarete konu yapılarak korsanlara haksız kazançlar sağlamaktadır.

Başka bir örneği, yazılımlar ve programlar için verebiliriz. Kişilerin veya ekiplerin geceli gündüzlü çalışarak ortaya çıkardığı yazılımlar, hiçbir emek sarfetmeden haksız kazanç elde eden birileri tarafından kolaylıkla çoğaltılıp satılabilmektedir.

Bu gibi hak ihlallerini engellemek için, eser sahibine hukuki başvuru yolları tanınmıştır. Eser sahipleri, ihlali önleyebileceği gibi, haksız olarak çoğaltılan eserlerini toplatabilir, ihlalcinin hapis cezasına çarptırılmasını isteyebilir, ihlalciden maddi ve manevi zararlarını talep edebilir.

Web sitesi üzerindeki fikri haklar:

Web siteleri, gerek içerdiği kodlar, gerekse de veri tabanı olması niteliğiyle eser sayılırlar. Eser sayılması web sitesinin hukuken korunmasını gerektirecektir. Bir web sitesinin bütününe ya da bir kısmının kopyalanarak izinsiz kullanılması, web sitesinin sahibinin haklarına tecavüz etmek anlamına gelecektir.

Web sitesi, bilindiği gibi bir çok bileşen içermektedir. Web sitesi içerisinde resimler, grafikler, animasyonlar, yazılar, veri tabanları gibi bir çok bileşen bulunmaktadır. Bütün bu bileşenlerin her biri de ayrı ayrı eser kabul edilecektir. Bu bileşenleri üretenler ise eser sahibi olarak çeşitli haklara sahip olacaktır.

Bizatihi sayfanın HTML kodu da (Buna ASP, XML, PHP kodları da dahil) ayrı bir eser niteliğindedir. Belirli bir mantıksal dizilimi ve düzeni sağlayan HTML kodlarının da bir kısmını veya tamamını kullanmak eser sahibinin haklarını ihlal etmektedir.

Web siteleri ile ilgili bir sorun, eser sahibinin kim olduğunun belirlenmesidir. Örneğin, A kişisi, B kişisine bir ücret karşılığında web sitesi yaptırmış ise eser sahibinin A kişisi olduğu düşünülmelidir. Doğal olarak, A kişisi web sitesini kendisi yapmışsa yine eser sahibi A kişisidir.

Web sitelerine bakıldığında, bir çok sitede başka sitelerden alıntılar yapıldığı veya başka sitelere link verildiği görülmektedir. Web sitesindeki bir bileşenden alıntı yapılması veya aynen kopyalanarak kullanılması eser sahibinin haklarını ihlal etse de, bazı istisnai durumlar hak ihlali anlamına gelmeyecektir. Kâr gütmeyen eğitim amaçlı kullanımlar, edebi eserler dışında bilgiye dayanan eserlerin kullanımı, kaynak belirtmek suretiyle bir eserin yalnızca küçük bir kısmının kullanımı bu istisnai durumları oluşturur. Örneğin, eğitsel eserler, haber ve nutuklarda haklı kullanım mevcuttur. Ayrıca yasa, yönetmelik ve tebliğlerin kopyalanması ve kullanılması da fikri hakların ihlal edilmesine yol açmayacaktır.

Eser sahibinden izin alınarak, eserin bir kısmının veya tamamının kullanılması mümkündür. Ancak, önemle belirtmek gerekir ki, bu izin yazılı olmak zorundadır. Elektronik posta yoluyla alınan izin, gerçek anlamda yazılı olma özelliği taşımadığından, izin alındığının ispat aracı olarak kullanılması pek kolay değildir.

Web sitelerindeki diğer bir fikri hak ihlali de link kullanımınıdır. Bir web sitesine link verilmesinin fikri hak ihlali olup olmayacağı hukuk alanında halen tartışmalıdır. Azınlık görüşüne göre, yazılı bir izin olmadan verilen link, link verilen sitenin eser sahibinin haklarına tecavüz edecektir. Ancak, benim de katıldığım çoğunluk görüşüne göre, link vermek için site sahibinden izin alınması gerekmeyecek, fakat link verirken site hakkında yanıtıcı bilgi vermemek, sitenin kendi penceresi içinde açılmasını sağlamak gerekecektir. Ayrıca, link verilen sayfa ya da sitenin, link veren sayfa ve sitenin bir parçası olduğu izlenimi uyandıracak görünümünden uzak olması gerekecektir. Link verilen site sahibine bilgi verilmesi de etik açısından uygun bir davranış olacaktır. Zira, her link için izin alınması internetin gelişimine ve doğasına ters bir durum oluşturacaktır.

Web siteleriyle ilgili diğerk bir fikri hak ihlali türü ise çerçeveleme (framing) metodudur. Bazı sitelerde pencere, iki veya daha fazla çerçeve ile bölünmüş olup, her bir çerçeve içinde ayrı birbirinden bağımsız web sayfaları bulunmaktadır. Bu web sayfalarından biri başka bir siteye yani başka bir eser sahibine ait olabilir. Bu durum da, eser sahibinin hakkına tecavüz oluşturacaktır. Eser sahibinin fikri haklarını ihlal etmemek için kendi orijinal penceresi içinde açılacak link vermek gerekmektedir.

ELEKTRONİK TİCARET VE TÜKETİCİ HAKLARI

Tüketici Kimdir?

Bir mal veya hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişiye "tüketici" denilmektedir. Eğer bir mal veya hizmetin satın alınması ticari amaçla olursa, mal ya da hizmeti alan kişi tüketici sayılmayacaktır. Her ne kadar teoride böyleyse de, pratikte "ticari - ticari olmayan" ayrımı yapmak çok zordur. Tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak amacıyla çıkarılan 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun 1995'ten beri yürürlüktedir.

İlanlarda gösterildiği şekilde bir donanıma sahip olmayan makineler, Türkçe kullanma kılavuzu olmayan alet ve makineler, garanti kapsamı dışında kaldığı iddia edilen arızalar, uzadıkça uzayan tamir süreleri, gerektiği gibi çalışmayan yazılımlar, yeterli müşteri desteği verilmeyen hizmetler gibi daha çok çeşitlendirilebilecek sorunlar, tüketicilerinin baş ağrıları olmaya devam etmektedir.

Ayıplı mal kavramı ve garanti süresi

Her tür malın asgari garanti süresi 2 yıldır. Örneğin bir bilgisayarda, ister hazır konfigürasyon, isterse toplama bilgisayar olsun veya tek tek alınmış olsun, her donanım parçası 2 yıl garantilidir. Kullanıcı hataları garanti kapsamı dışındadır. Kullanıcı hatasının ne olup olmadığı genellikle kullanma kılavuzunda tüketiciye bildirilen uyarılara göre belirlenir. Donanımlardan herhangi birisi kullanıcı hatası olmadan arızalı hale gelmişse veya kullanılabilir durumda değilse, o mal Tüketici Kanunu'na göre "ayıplı mal" sayılır. Ambalajında, kullanma kılavuzunda ya da reklam ve ilanlarında yer alan, nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan ya da kullanım amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren mallar, ayıplı mal olarak kabul edilir. Ayıplı mal alan tüketici çeşitli haklara sahiptir. Tüketici, 30 gün içinde satıcıya, üreticiye veya dağıtıcıya başvurarak malın bedelinin iadesini, malın yenisiyle değiştirilmesini, ayıp oranında bedel indirimini veya ücretsiz tamir edilmesini isteme haklarına sahiptir. Tüketici, bu haklardan dilediğini seçebilir ve talep edebilir. Eğer ayıplı mal, bir başka mağduriyete sebep vermişse, örneğin elektrikli bir ev aletinde elektrik kaçağı olup da birisini yaralamışsa, bu zararlar da talep edilebilir.

Ayıplı malın tamirinin istenmesi seçilmişse veya malın satın alınmasından 30 gün geçtikten sonraki bir süre içinde arıza ortaya çıkarsa, satıcı, servis veya ithalatçı, malı kendisine tesliminden sonra en fazla 30 gün içinde onarıp tüketiciye sağlam bir şekilde teslim etmek zorundadır. Garanti kapsamı altındaki mallarda, onarımdan dolayı işçilik ve yedek parça ücretleri talep edilemez. Tüketicisiye sağlanan diğerk önemli bir hak daha vardır: Ayıplı bir mal, onarımdan sonra da aynı arızayı tekrar ederse ya da hiç onarılamamışsa, tüketici bedelin iadesini veya yenisiyle değiştirilmesini talep edebilir. Bu talebi satıcı, servis ya da dağıtıcı reddedemez. Malın yenisinin istenmesi halinde, malın stokları kalmamış ise, satıcı aynı işlevleri barındıran başka bir modelini vermek zorundadır.

Tüketiciyi Bilgilendirme Zorunluluğu

Tüketici Kanunu'nun 14. maddesine göre, ister yurtiçinde üretilsin, isterse de ithal edilmiş olsun, her tür malın TÜRKÇE kullanım kılavuzu ile birlikte satılması zorunludur. Bu kullanım kılavuzunda, malın kullanım, bakım ve basit onarımına ilişkin yönergeler olmalı, uluslararası geçerlilik taşıyan semboller de açıklamalarıyla birlikte bulunmak zorundadır.

Bazı mallarda, her an için zarar ve tehlike riski söz konusudur. Örneğin, dizüstü bilgisayar pili, bilgisayar kasalarının elektrik regülatörü, cep telefonlarının radyasyon etkisi gibi. Bu tür mallarda da, tehlikeli durumları açıklayıcı bilgiler ve tehlikeyi önleme adına ne gibi tedbirlerin alınacağı da açıkça gösterilmek zorundadır.

Tanıtma ve kullanma kılavuzunda bu bilgilerin bulunması zorunluluğu, hem tüketicileri korumak ve bilgilendirmek içindir, hem de malın arızalı olması halinde arızanın niteliğini tespit etme bakımından önemlidir. Zira, satıcı veya üreticiden, ayıplı bir malın tamirini, değiştirilmesini, bedel iadesini istediğiniz zaman, malın garanti kapsamı içinde bir arızaya sahip olup olmadığını tanıtma ve kullanma kılavuzlarında belirtilen hususlara göre tayin edebiliriz. Kullanım kılavuzunda bir uyarıyı veya bakım yönergelerini dikkate almadığımız takdirde, malın arızasının garanti kapsamı dışında olduğu kabul edilecektir. Satıcı ve üreticilerin diğer bir sorumluluğu ise, malların Bakanlıkça belirlenen kullanım süreleri boyunca, yeterli teknik personel ve yedek parça stoku bulundurmaktır zorunda olmalarıdır.

Sürelere Dikkat Edilmesi Gerekli

Tüketicinin haklarını kullanabilmesi bakımından, kanunda öngörülen sürelere riayet edilmesi gerekir. Malın ya da hizmetin tesliminden itibaren 30 gün içinde bu haklar kullanılmalıdır. Bu haklar kullanılırken, daha sonra ispat edebilmek için başvuruları yazılı yapmakta ve satıcıdan/üreticiden yazılı onay almakta fayda vardır. 30 günlük süreden sonra ortaya çıkan ayıplar için ise 2 yıllık garanti süresi içinde başvurup ücretsiz tamir ve yedek parça temini istenebilir.

Tüketici, ayıplı bir maldan dolayı tüm sürelere riayet ederek, kullanım hatası olmayan bir arızayı teknik servise götürdüğünde bir çok marka sorun çıkarmadan malın tamirini yapıp tüketiciye teslim etmektedir. Ancak, bazı çokuluslu ve ünlü markaların tüketicilere pek de hoş davranmadıkları bilinen bir gerçek. Ürün garanti kapsamı dışında mütalaa ediliyor ve tamir ve işçilik için fahiş fiyatlar isteniyorsa, bu teklifi yazılı olarak istemek gerekir.

Şikayetlerin Şekli ve Başvuru Yeri

Her il ve ilçede "tüketici hakem heyetleri" kurulmuştur. Bu heyetler illerde valilik, ilçelerde ise kaymakamlık nezdinde bulunur. 2009 yılı değeri 936 YTL'nin altında olan her ürün için öncelikle Tüketici Hakem Heyeti'ne başvuru zorunludur. Tüketici Hakem Heyeti'ne yazılacak bir dilekçede konu kısaca özetlenmeli, ilgili belgeler ve yazışmalar dilekçeye eklenmelidir. Satıcı, sağlayıcı ve üreticinin adı, unvanı ve adresi açıkça belirtilmelidir. Heyetten arızanın niteliğinin tespit edilmesi için bilirkişi görevlendirmesi istenebilir. Heyetin vereceği kararlar tarafları bağlar ve gerekirse kararlar icra müdürlükleri eliyle uygulanır. Hakem heyetinin kararlarına karşı 15 gün içinde Tüketici Mahkemeleri'ne itiraz hakkı bulunmaktadır. Değeri 936 YTL'nin üstünde olan uyuşmazlıklarda ise heyet kararları Tüketici Mahkemesinde delil niteliği kazanacaktır. Heyetin kararına karşı itiraz durumunda veya değeri 936 YTL'nin üstü bir uyuşmazlık için ya da diğer durumlar için Tüketici Mahkemeleri'ne başvurulabilir. Tüketici Mahkemeleri de heyete başvuruda olduğu gibi harçtan muafdir. Tüketici Mahkemeleri de gerekirse bilirkişi ile teknik inceleme yaparak tüketiciyi koruyucu kararlar almaktadır. Ancak yargılama neredeyse bir yılı bulmaktadır. Tüketicinin diğer başvurabileceği yollar da vardır. Tüketici, sorunun çözümü için Tüketici Dernekleri ve

Örgütlerinden yardım ve danışma isteyebileceği gibi, gazetelerin ve bazı internet sitelerinin tüketici köşelerine başvurabilir. Hemen söylemek gerekir ki, dernekler, örgütler ve gazeteler bu hizmetleri ücretsiz olarak vermektedirler.

İnternet Alışveriş Sitelerine özel düzenlemeler

Tüketici Kanunu'nda çağın gereklerine uygun bir takım düzenlemeler yapıldığından bahsetmiştik. 2003 yılında değişikliğe uğrayan tüketici kanununda göze çarpan ilk olumlu değişiklik, Türk Hukuk Mevzuatı'nda ilk kez elektronik ticaret kavramının "mesafeli sözleşmeler" başlığı altında yer alması olmuştur. Kanunun, tanımlar kısmında "mal" tanımına artık internet üzerinden satın alınan elle tutulur mallar dışında ayrıca elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri gibi elle tutulamayan mallar da girmiştir.

Tüketici Kanunu'nun 9/A maddesinde düzenleme alanı bulan mesafeli sözleşmelerin uygulanmasında doğacak sorunları gidermek amacıyla, bazı ayrıntıların olduğu bir yönetmelik hazırlanmıştır.

Bu ayrıntıların neler olduğu Mesafeli Satışlar Uygulama Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik (Resmi Gazete Tarihi, Sayı: 13.06.2003 - 25137) ile belirlenmiştir. Mesafeli sözleşmelere yönetmelikte şöyle bir tanım getirilmiştir: Yazılı, görsel ve elektronik ortamda veya diğer iletişim araçları kullanılarak ve tüketicilerle karşı karşıya gelinmeksizin yapılan, malın veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi veya ifası kararlaştırılan sözleşmelerdir.

İnternet Alışveriş Sitelerinin Uyması Gereken Kurallar

Yönetmeliğe göre; internet üzerinden mal ve hizmet satan kuruluşun unvanı ve açık adresi, satılan ürünün esaslı nitelikleri, tüm vergiler dahil fiyatı, fiyatın geçerlilik süresi, nakliye masrafları, tüketicinin iade şartları, şikayet yeri gibi ayrıntılar tüm alışveriş siteleri tarafından zorunlu olarak tüketiciye bildirilmek zorundadır. Böylece, internet tüketicileri hileli ve aldatıcı siteleri kolayca ayırt edebilecektir. Tüketici, internetten satın alacağı mal ve hizmetle ilgili ayrıntıları yazılı olarak teyit etmedikçe sözleşme de kurulamayacak, dolayısıyla ayrıntısı ve özellikleri belirtilmeyen ürünü satın almak zorunda kalmayacaktır. Tüketici, satın alacağı ürünün ayrıntısını ve özelliklerini okuduğunu ve satın alma işlemini teyit ettiğini yine elektronik ortamda yazılı olarak bildirebilecektir.

Tüketici, internetten satın aldığı mal ve hizmeti hiçbir sebep göstermeksizin, ürünün eline geçtiği tarihten veya hizmeti almaya başladığı tarihten itibaren 7 gün içinde iade etme hakkına da sahip olacaktır. Bu durumda alışveriş sitesi, iade bildiriminden sonraki 10 gün içinde aldığı parayı iade etmek, eğer bir mal göndermişse bu malı da 20 gün içinde masrafı kendine ait olmak üzere almak zorundadır. Ancak, bazı ürün ve hizmetlerin niteliği düşünüldüğünde 7 günlük vazgeçme ve iade süresinin söz konusu olamayacağı ortadadır. Yönetmelik, anında ifa edilen hizmetlere cayma hakkı tanımamıştır. Örneğin, anında indirilip kullanılan yazılım ve programlarda, anında indirilebilen müzik ya da videolarda, sipariş üzerine özel olarak hazırlanan ürünlerde, son kullanma tarihi geçebilecek mallarda, paketi açılmış kaset, CD ve benzeri veri depolama aygıtlarında, e-gazete ve e-kitap gönderilmesi durumunda tüketici hiçbir şekilde cayma hakkını kullanıp ürünü iade ederek parasını isteyemeyecektir. Gerçi, arızalı, eksik mallardan ve kusurlu hizmetlerden dolayı tüketici, eski kanunda da mevcut olan haklarını, yani malı verip parasını geri alma hakkını, malın yenisiyle değiştirilmesi, ücretsiz onarılmasını ve maldaki/hizmetteki eksiklik oranında fiyat indirimi isteme haklarını ayrıca kullanabilecektir.

Sipariştten itibaren, satıcı veya sağlayıcı mal veya hizmeti en geç otuz gün içerisinde teslim etmek zorundadır. Tüketicie yazılı olarak bildirmek şartıyla bu süre en fazla 10 gün daha uzatılabilir.

Bazı alışveriş sitelerinde görüldüğü gibi sipariş edilen mal stoklarda olmayabilir. Bu durumda, satıcı veya sağlayıcı, 30 günlük süre içinde tüketiciye eşit kalite ve fiyatta başka mal veya hizmet tedarik edebilir. Ancak bunun için çok haklı bir gerekçesi olmak zorundadır. Haklı gerekçeye örnek olarak, gümrük işlemlerinin uzaması gösterilebilir. Eğer, sipariş edilen mal veya hizmetin tüketiciye teslim edilmesi imkansız bir hale gelmişse, bu durumu 30 gün içinde tüketiciye bildirmekle ve tüketicinin ödediğini en geç 10 gün içinde iade etmekle mükelleftir. Kredi kartı aracılığıyla yapılan satışlarda ise, kart hesabına bedelin anında iade edilmesi gerekir.

Bilgisi dışında kredi kartıyla alışveriş yapılmış kimse, durumu öğrenir öğrenmez ödeme işlemini iptal edebilir, bu durumda da kredi kartı hizmeti veren banka, bedelin iadesini en geç 10 gün içinde sağlamak zorundadır.

Ayrıca, alışveriş sitelerine, internet üzerinden satılan hizmetlerin ve elektronik ortamda teslim edilen elle tutulamayan yazılım, ses, görüntü ve benzerlerinin tüketiciye kusursuz ve eksiksiz şekilde teslim edildiğini ispat etme yükümlülüğü getirilmiştir. Özellikle yazılım satan birçok büyük firma, demo ve kısıtlı sürümleri piyasaya sürerek tüketicilere ücret ödmeden yazılımı deneme şansı verdikleri için bu konudaki mağduriyetleri zaten en aza indirmeye çalışmaktadır.

Bu yönetmeliğin uygulanmadığı bazı alanlardan da bahsetmek gerekecektir. İnternet üzerinden yapılan bankacılık ve sigortacılık hizmetleri, açık artırma yoluyla mal satan alışveriş siteleri ve gıda gibi günlük tüketim malzemeleri satan alışveriş siteleri bu yönetmeliğin kapsamı dışındadır.

YURTDIŞI ALIŞVERİŞ SİTELERİNDEN YAPILAN ALIŞVERİŞLERDE GÜMRÜK UYGULAMASI

Bakanlar Kurulu'nun 13.1.2000 tarihli "Gümrük Vergilerinde Muafiyet ve İstisna Tanınacak Haller" hakkında Bakanlar Kurulu Kararı (BKK) vardır. Bu karar, zaman zaman Bakanlar Kurulu tarafından güncellenmektedir. Bu BKK'nın 4. Maddesine göre, güncel değeri 100 Euro'yu geçmeyen ve yurtdışından paket, kargo veya posta ile gelen ticari olmayan her tür mal gümrük vergisinden muaftır. Bunun istisnası alkollü ürün ve tütün ürünleridir.

Yurtdışında bulunan gerçek kişiden Türkiye'deki gerçek kişiye gelen mal ve ürünler, belli koşullar altında ve toplamda 300 Euro'yu geçmemek kaydıyla gümrük vergisinden muaf olacaktır. Bu koşullar ise şöyledir:

- Ramazan (Şeker) ve Kurban bayramları ile yılbaşı ve Noel münasebetiyle Türkiye'deki kişilere posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gönderilen
- Ticari miktar ve mahiyet arz etmeyen
- Şahsi, ailevi ve hediyeleşme niteliğinde olan
- Karşılığında alıcı tarafından herhangi bir ödeme yapılmayan eşya için Gümrük vergisi alınmayacaktır.

Sonuç olarak, hediye haricinde gönderilen her tür eşya değeri 100 Euro'yu aştığı takdirde gümrük vergisine tabi olacak, hediye maksatlı olanlar için ise bu sınır 300 Euro olacaktır. Hemen belirtmek gerekir ki, değeri 100 Euro'yu geçmese bile adet itibarıyla ticari olduğu anlaşılan mallar gümrük vergisinden muaf değildir.

ELEKTRONİK İMZA

Bankacılık, finans, sigortacılık, sanayi ve ticaret alanında artık zorunlu hale gelen sayısal imza konusu da ülke gündemine girmiş, kanun koyucular da bu konuda bir düzenleme yapma ihtiyacı

hissetmişlerdir. “Elektronik İmza Kanunu” adındaki yeni kanun 23.01.2004 tarihli ve 25355 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanmış, yürürlük tarihi ise 23.07.2004 olarak belirlenmiştir. Kanunun yayınlanması ile yürürlüğe girmesi arasındaki altı aylık süre ise, bir takım yönetmeliklerin hazırlanabilmesi amacıyla öngörülmüştür. Kanun, elektronik imza başlığını taşısa da, aslında düzenlenmiş olan sayısal imzadır.

İmza Kavramı

Dijital ya da sayısal imza, nitelik olarak, tükenmez kalemle bir kağıda atılan bildiğimiz imzadan farklı değildir. Yani hukuki bakımdan aynı sonucu doğururlar. Aralarındaki tek fark, birinin bir kağıt üzerinde olması, diğersinin de elektronik ortamda bulunmasıdır.

Bir çok işlemden kullandığımız imzanın bazı sonuçları vardır. İmza, kişinin kimliğini teyit ettiği gibi, altına imza atılan metnin de okunduğunu, anlaşıldığını, bu metinden kendisine yüklenen bir çok sorumluluğun kabul edildiğini ve kendisini hukuken bağladığını teyit eder. Kısacası, imza, atıldığı belgenin her tür sonucunun kabul edildiğini gösterir. Bu belge, mektup, talimat, çek, senet, sözleşme, başvuru formu yahut bunlara benzer her tür belge olabilir. Bu belgelerin farklı bir şekilde olması, imzanın niteliğini ortadan kaldırmaz. İmzayla onaylanan her tür belge, her türlü tartışmaya kapatılmıştır. Bu sebeple, imzalanan içerik imza sahibi tarafından her tür sonucuyla kabul edilmiş sayılır ve bunun aksinin başka şeylerle, örneğin tanık anlatımıyla ispat etmenin imkanı yoktur. Bu sebepten dolayı, Medeni Usul Kanunu’na göre, imzalı bir belgeye karşı ancak o belgenin aksini iddia eden başka bir imzalı belge getirilerek iddia çürütülebilir. O halde, imza, ispat bakımından oldukça önemlidir.

Borçlar Kanunu’nun 13. maddesine göre, yazılı olarak düzenlenen her tür sözleşmede, taahhütte veya beyanda bulunan herkesin imzası bulunmalıdır. Yine aynı kanunun 14. maddesine göre imza el yazısıyla atılmalıdır. Mühür veya buna benzer şekillerde oluşturulan imzalar el yazısı niteliği taşımadıklarından imza olarak kabul görmeyecektir. Bu husustaki tek istisna, çokça üretilen hisse senetleri ve benzeri evraklardır. Elektronik İmza Kanunu’yla birlikte Borçlar Kanunu’nun 14. maddesine ek yapılmış, güvenli elektronik imzaya, el yazısıyla atılan imzayla aynı ispat gücü tanınmıştır.

Elektronik İmza Kanunu’ndan önce, elektronik ortamda üretilen ve karşı tarafa ulaştırdığımız belgeler, hukukumuzda delil olarak itibar görmemekteydi. Bunun iki sebebi vardı: Birincisi, kanunda yazılı olan şekil şartına göre sadece ıslak imza bulunmak zorundaydı; ikincisi, elektronik ortamda üretilen belgelerin her zaman için manipüle edilmesi riski taşımasıydı. Bu ikinci halde de karşımıza güvenlik problemleri çıkmaktaydı. Karşı tarafa ulaşmasını istediğimiz bir beyanı, bir sözleşmeyi, internet ortamında ulaştırdığımız takdirde, bu beyanın bir başkası tarafından değiştirilme riski her zaman için varolabilecekti. Bu risk, hem gönderici hem de alıcı için aynı olmakla birlikte, ikisi için de işlem güvenliğini zedeleyebilecek nitelikteydi. Varolan diğer bir risk de, gizli olması gereken belgelerin her zaman için bir başkası tarafından ele geçirilmesi ihtimali idi. Ancak, yeni kanunla sayılan bu riskler bertaraf edilmiştir.

Sayısal İmza, tanım ve çalışma şekli

Hemen belirtelim ki, sayısal imza, elektronik imza çeşitlerinden sadece birisidir. Elektronik imza, günümüz teknolojisinde çeşitli şekillerde olabilmektedir. Halen kullanılan imza dosyaları, biyometri tekniği (kullanıcının parmak ya da el izi, göz retinası vb. kişiye has özellikler) ile oluşturulan imzalar ve sayısal imzalar en çok bilinen ve tartışılan elektronik imza çeşitleridir. Hatta, çoğu kişi ve kurumların, fiziki ortamda imzaladıkları belgeleri tarayıp bilgisayara aktarmak ve sonra da karşı tarafa göndermek şeklinde elektronik imza uygulaması yaptıkları da sıkça görülmektedir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı bünyesinde kurulmuş Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Hukuk Raporu’na göre: sayısal imza; “*Elektronik imzanın özel bir çeşidi olup, bir anahtar çifti (açık ve gizli anahtarlar) ile elektronik ortamda iletilen veriye vurulan bir mühürdür. Sayısal imzalar göndericinin kimliğinin açık ve net bir biçimde teyidini, elektronik dokümanın orijinalliğini ve güvenilirliğini mümkün kılar. Gönderici için ve mesajın gönderildiği taraf için tek olan sayısal imzalar doğrulanabilir ve inkar edilemez.*” diye tanımlanmaktadır.

Sayısal imza, bir imzacının imzalanacak metni şifreleme ve sıkıştırma mantığıyla çalışan, açık ve gizli iki anahtarlı kriptoloji tekniği ile sayısal karakterlere dönüşmüş özetini şifreli olarak belge altına eklemesidir. Ancak, bu işlem tek başına yeterli olmamakta, bir de arada onay makamı denilen ve kimlik doğrulaması yapan bir kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşun diğer bir görevi de

gönderilen belgelerin bir kopyasını kimsenin ulaşamayacağı şekilde saklamasıdır. Onay makamı, önceden kişinin kimlik bilgilerini teyit edip kayıt altına almaktadır.

Mesaj gönderici ve alıcılarının kimliklerinin belirlenmesi için üçüncü kişi veya kurumlarca elektronik sertifika düzenlenmesi gereklidir. Bu sertifikaları düzenleyen kurumlar, "Sertifika Otoritesi", "Onay Makamı" ya da "Onay Kurumu" olarak adlandırılmaktadır. Sertifika, Onay Makamı tarafından düzenlenerek, sayısal olarak imzalanır. Sertifika; kullanıcı ismi ile onun açık anahtarını ihtiva eden ve gizli anahtarının kullanıcıya ait olduğunu doğrulayan elektronik dokümandır.

Sayısal imzanın yararları:

Buraya kadar anlatılanlar dahilinde, sayısal imzanın yukarıda sayılan riskleri bertaraf edici ve aynı zamanda pratik fayda sağlayıcı beş özelliği ortaya çıkmaktadır.

1- Bir kullanıcı tarafından gönderilen bilgilerin veya verilerin kesinlikle o kişi tarafından gönderildiği teyit eder. Kısacası, başkası tarafından gönderilmediğini garanti eder. Dolayısıyla, klasik imzadaki gibi taklit edilme olasılığı da ortadan kalkar. Gönderici göndermediğini, alıcı da almadığını iddia edemez.

2- Bir kullanıcı tarafından gönderilen bilgilerin veya verilerin bir başkasının eline geçmesini veya değiştirilmesini engeller.

3- Gönderilen bilgi ve verilerin içeriği, gönderici tarafından veya alıcı tarafından inkar edilemez. Çünkü, değil başkası, kendileri dahi gönderimden sonra içeriğini değiştiremez. Kaldı ki, bir uyuşmazlık halinde elektronik belgenin bir kopyası da onay kurumundadır.

4- Gönderilen verilerin tarih açısından damgalanmasını sağladığı gibi, arşivleme kolaylığı sağlar.

5- Gönderilen verilerin çabuk ulaşmasını sağlar, baskı, kağıt, posta ve arşivleme maliyetlerini en aza indirger.

Sayısal imzanın diğer ülkelerdeki hukuki durumu:

1997 yılından beri bir çok ülkede sayısal imzanın hukuki çerçevesi hakkında çalışmalar yapılmıştır. Yine çoğu ülkenin sayısal imza düzenlemelerinde UNCITRAL model yasaları ve Avrupa Birliği direktifleri rol oynamıştır. (13 Aralık 1999 tarihli Avrupa Konseyi Elektronik İmza Direktifi ile Birleşmiş Milletlerin 14 Haziran 1996 tarihli Elektronik Ticarete İlişkin Model Kanunu)

AB üyesi ülkelerin yanı sıra, ABD, Kanada, Arjantin, Brezilya, Japonya, Singapur, Hindistan, Rusya, Çin, Tayvan, İsrail ve Avustralya'da sayısal imza kanunlaşmıştır ve elektronik ticarete hız ve güvenilirlik kazandırılmıştır.

Elektronik İmza Kanunu'nun ana hatları:

Kanunun ilk maddesinde amaç yer almıştır. 2. maddede kanunun, elektronik imzanın hukukî yapısını, elektronik sertifika hizmet sağlayıcılarının faaliyetlerini ve her alanda elektronik imzanın kullanımına ilişkin işlemleri kapsadığı belirtilmiştir. 4. maddede ise "güvenli elektronik imza" başlığı altında aslında sayısal imza tanımlanmaktadır.

Kanunun en önemli maddelerinden biri 5. maddedir. Bu maddeyle, klasik imzanın yararlandığı hukukî güvenceden elektronik imzanın da yararlanması amaçlanmaktadır. Ancak, yapılması yasalarla belirli bir merasime tabi tutulan sözleşmeler kapsam dışı bırakılmaktadır. Örneğin, tapu devrini sağlayan sözleşmeler, araç satışları, mal rejimi sözleşmeleri, vasiyet gibi sözleşmeler yasaca belirlenmiş kurumlar huzurunda yapılmaya devam edilecektir. Bunlar gibi kanunun kağıt üzerinde imzalı olarak aradığı işlemler elektronik ortamda yapılamayacaktır. Benzer hükümler, diğer ülke yasalarında da mevcudiyetini korumaktadır.