

Trademark Infringements on the Internet and Relevant Measures

İnternet Üzerinde Gerçekleşen Marka İhlalleri ve Bunlara Yönelik Tedbirler

ABSTRACT

Nowadays, it is obvious that the internet, which has become indispensable, has shown impact on every field especially including trade. The fact that the internet allows interaction among people easily and quickly even across the continents, is causing many transactions on the commercial side to take place on the internet and also various types of violations. One of the most common of these legal problems is trademark violation. With the advent of internet-based advertising, the trademark right has gained more value in our day. In the face of trademark being both material and immaterial value, various protection mechanisms against trademark right violations have currently regulated. For this reason, the main types of the trademark right violations in the internet are discussed and the scope of protection regulated in various legislation is examined in our article.

KEYWORDS: Internet-based Advertising, Trademark Right Violation through Internet, Domain Names, Spamming

ÖZET

Günümüzde vazgeçilmez hale gelen internetin, ticaret başta olmak üzere her alanda etkisini gösterdiği açıktır. İnternetin kıtaları bile aşarak insanlar arasında kolay ve hızlı bir biçimde etkileşimi sağlıyor olması, ticari alandaki birçok işlemin de internet ortamında gerçekleşmesine ve beraberinde çeşitli türlerde ihlallerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu gibi hukuki sorunların en sık görülenlerinden biri de marka hakkı ihlalleridir. İnternet ortamında yapılan reklamların yaygınlaşması ile birlikte marka hakkı günümüzde daha fazla değer kazanmıştır. Markanın hem maddi hem de manevi bir değer olması karşısında internet ortamında yapılan marka hakkı ihlallerine karşı çeşitli koruma mekanizmaları da mevzuatlarda yer almaya başlamıştır. Bu nedenle makalemizde, internet ortamında karşılaşılan başlıca marka hakkı ihlali türleri ve çeşitli mevzuatlarda öngörülen korumanın kapsamı incelenmiştir.

ANAHTAR KELİMELER: İnternet Reklamcılığı, İnternette Marka Hakkı İhlali, Alan Adları, Spamming

I. INTRODUCTION

A TRADEMARK IS A DISTINCTIVE AND DETERMINATIVE element for business enterprises and individuals, which can constitute a material value independently of the enterprise creating it. It provides a certain quality, credibility and reputation by symbolizing the product and its manufacturer. For this reason, it is observed that the trademark is used to gain unfair profits by non-entitled people. With the widespread use of the internet and the facilitation of communication and trade among people, the contrary acts to the law have often been encountered on the internet.

In this respect, in our article, the trademark violations that occurred within the scope of internet advertising, internet domain names, search engine advertising and spamming, which are the most common forms of trademark violations in the internet field, are examined; the legal remedies against these violations and the persons to be held responsible are explained.

II. VIOLATION OF TRADEMARK THROUGH INTERNET ADVERTISING

A. Search Engine Advertising and AdWords Advertisement (Keyword) System

A significantly large number of information and data flows happen on internet every single minute. The challenges, which users may face in finding what they are searching for on the internet have caused to develop search engines such as Google, Yahoo and Yandex. When users want to access a data, they enter the *keyword/keywords* that they think are relevant to the searching data in search engines and so that, the data among the scattered data on the internet is listed from the most relevant result to the least relevant one with the keyword. Various algorithms are used to determine the *most relevant* data. However, search engines allow users to be placed in the top rankings by advertising, even if they are not the most relevant to the search. However, this practice brought some legal problems, including trademark violation and unfair competition. Deceptive advertising and trademark violations resulting from the difficulty in distinguishing which content is being advertised by users and which content is objectively placed in the top position due to the most relevant algorithm had let to the discussions of this application in search engines.¹

I. GİRİŞ

MARKA, BAŞLI BAŞINA, KENDİSİNİ OLUŞTURAN işletmeden bağımsız olarak bir maddi değer teşkil edebilecek kadar ticari işletme ve kişiler için ayırt edici ve belirleyici bir unsurdur. Ürünü ve üreticisini simgeleyerek belirli bir kaliteyi, güvenilirliği ve itibarı temin eder. Bu nedenle markanın, hak sahibi olmayan kişilerce de haksız kazanç elde etmek üzere kullanıldığı görülür. İnternetin yaygınlaşması ve insanlar arası iletişimi ve ticareti kolaylaştırması ile birlikte, söz konusu hukuka aykırı fiillerle internet ortamında da sıklıkla karşılaşılır olmuştur.

Bu doğrultuda makalemizde, marka hakkı ihlallerinin internet ortamında en sık görülen biçimleri olan arama motoru reklamcılığı ve istenmeyen seri e-mail'ler ile internet reklamcılığı kapsamında ve internet alan adları açısından gerçekleşen marka hakkı ihlalleri ele alınmış, bahsi geçen ihlallere karşı başvurulabilecek hukuki yollar ve sorumlu tutulabilecek kişiler açıklanmıştır.

II. İNTERNET REKLAMCILIĞI YOLUYLA MARKA İHLALI

A. Arama Motoru Reklamcılığı ve AdWords Reklam (Keyword) Sistemi

İnternet ortamında her an, sınırları bilinmeyecek miktarda bilgi ve veri akışı gerçekleşmektedir. Kullanıcıların internette aradıklarını bulmakta karşılaşabilecekleri zorluklar, Google, Yahoo ve Yandex gibi arama motorlarının gelişmesine neden olmuştur. Kullanıcılar bir veriye ulaşmak istediklerinde, aranan bilgi ile ilgili olduğunu düşündükleri *anahtar sözcük/sözcükleri* arama motorlarına girerler ve böylelikle, internette dağınık halde bulunan veriler arasından anahtar sözcükle *en ilgili* sonuçtan, *az ilgiliye* doğru veriler listelenir. En ilgili verinin belirlenmesinde çeşitli algoritmalar kullanılmaktadır. Bununla birlikte arama motorları kullanıcılara, yapılan arama ile en ilgili olmasa dahi, reklam vermek suretiyle üst sıralarda yer alma imkânı tanımaktadır. Fakat söz konusu uygulama, marka hakkı ihlali ve haksız rekabet başta olmak üzere birtakım hukuki sorunları beraberinde getirmiştir. Kullanıcılar tarafından hangi içeriğin reklam vererek, hangi içeriğin ise *en ilgili algoritması* sayesinde objektif olarak üst sıralarda yer aldığı ayırt edilmesindeki güçlük nedeniyle ortaya çıkan aldatıcı reklam ve marka ihlalleri, arama motorlarındaki bu uy-



Therefore, search engines have begun to explicitly specify the advertised content. However, this situation could not prevent trademark violation and unfair competition claims.

As described above, the AdWords Advertising System is shaped by that websites which are ranked high in the relevant data list that are accessed with using keyword/keywords by giving advertisement, and this system constitutes a large part of search engine advertising. As a result of lengthy discussions, AdWords advertisements are often shown as sponsor links in the results page, independently of objective search results.² These advertisements are primarily financed via cost-per-click and cost-per-impression systems.³

This system is reflected in Industrial Property Law⁴ No. 6769 (“**IPL**”), in terms of trademark protection, with keyword and router code terms. Accordingly, in the event that the domain name, the router code, the keyword or the alike mark is used in the same way or in a similar manner to create a commercial effect on

gulamanın tartışılmasına sebep olmuştur.¹ Bunun üzerine, arama motorları reklam verilen içerikleri açıkça belirtmeye başlamıştır. Fakat bu durum, marka hakkı ihlali ve haksız rekabet iddialarının önüne geçememiştir.

AdWords Reklam Sistemi, yukarıda açıklandığı üzere, *anahtar sözcük/sözcükler* kullanılarak ulaşılan ilgili veriler listesinde internet sitelerinin reklam vererek üst sırada yer almaları biçiminde şekillenmekte ve arama motoru reklamcılığının büyük bölümünü oluşturmaktadır. Uzun süren tartışmaların sonucunda AdWords reklamlar, genellikle objektif arama sonuçlarından ayrı olarak, sonuç sayfasının bir bölümünde sponsor bağlantı şeklinde yer almaktadır.² Söz konusu reklamlar özellikle *tıklama başına maliyet ve belirli sayıda gösterim başına maliyet* sistemleri üzerinden finanse edilmektedir.³

Bu sistemin marka hakkı kapsamında yansımaları 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’nda⁴ (“**SMK**”) *anahtar sözcük ve yönlendirici kod ifadeleri* ile göze çarpmaktadır. Buna göre, işaret üzerinde hak sahibi olan veya meşru bir bağlantısı olmayan kişiler tarafından internet



the internet by people who have rights on the trademark or who do not have a legitimate connection with the trademark, the owner has the right to prohibit such use.⁵ Therefore, trademark owners may apply to legal remedies against violation of their rights in relation to AdWords advertisements.

B. Spamming

Spamming is an advertising activity in which unwanted commercial messages are posted and e-mails are sent serially. Spam can be defined as a non-personal message that is sent to the user to attract attention and to convince, usually bearing the sponsor's statement and received against the user's request.⁶

Trademark violation often happens through an intense advertising activity in spamming by usually using the same or similar marks with well-known trademarks. Regarding the subject, "use of the mark in the business documents and advertisements of the undertaking" is under

ortamında ticari etki yaratacak biçimde alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük veya benzeri bir biçimde işaretin aynı veya benzerinin kullanılması durumunda, hak sahibi bu kullanımı yasaklama hakkına sahiptir.⁵ Dolayısıyla AdWords reklamlardan dolayı karşılaştıkları hak ihlallerine karşı marka hakkı sahipleri hukuki yollara başvurabileceklerdir.

B. İstenmeyen Seri E-Mail'ler (Spamming)

Seri e-mailler (spamming), istenmeyen ticari mesajların verildiği bir reklam faaliyetidir ve ardı ardına e-mail'ler gönderilmesi suretiyle gerçekleştirilmektedir. Spam, ilgi çekmek ve ikna etmek üzere kullanıcıya gönderilmiş, kişisel olmayan, genellikle sponsoruna ilişkin ifadeler taşıyan ve kullanıcının isteği dışında alınan mesaj şeklinde tanımlanabilir.⁶

Spammingde genellikle, toplumda çokça bilinen markalarla aynı veya benzer markalar kullanılarak yoğun bir reklam faaliyeti yürütülmesi suretiyle marka hakkı

the protection of the trademark right in IPL and in such a case the right to prohibit the aforementioned use is given to the right holder if the mark is used in trade area.⁷

However, the article 6 of the Law on the Regulation of Electronic Commerce⁸ No.6563 (“**E-Commerce Law**”) states that commercial electronic messages may only be sent with prior approval and that the approval may be obtained in writing or by using any electronic communication tools. But, if the recipient of the message intentionally provides his contact information, it is stated that no further approval is required for commercial electronic messages regarding modification, use and maintenance of the goods or services.

Moreover, the article 7 of the E-Commerce Law regulates the content of the commercial electronic communication and it is stipulated that the content of the commercial electronic communication should be in accordance with the approval given by the recipient. It is also emphasized that the message should include the accessible contact information that identifies the service provider.⁹ In addition to this, it is also arranged that the subject of the message, its purpose and, if it is made on behalf of another person, the information about this person should take place in the content.

Recipients have the right to refuse to receive commercial electronic messages without any reason. The service provider is responsible for ensuring that the rejection notice is easily and freely available via electronic communication tools and providing the necessary information regarding the rejection notice in the messages it sends. Within three business days of receipt of the refusal request, the service provider shall cease sending electronic messages to the recipient.¹⁰

III. DOMAIN NAME TRADEMARK INFRINGEMENTS

In order for computers to recognize each other within the Internet network, each has its own unique address which is called the Internet Protocol (“**IP**”) address. The IP addresses that were numerically expressed in the beginning became words later, so domain names given to IP addresses are more important now. Previously, the first-come first-served principle has been applied to the distribution of domain names.¹¹ A trademark is any kind of mark that distinguishes a good or service from others and is in the form of words, shapes, colors, letters, num-

ihlalleri gerçekleştirilmektedir. Konuya ilişkin olarak SMK’da “işaretin teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarında kullanılması” marka hakkının koruma kapsamı içine alınmış ve bu gibi bir durumda işaretin ticaret alanında kullanılması halinde hak sahibine bahsi geçen kullanımı yasaklama hakkı tanınmıştır.⁷

Bununla birlikte, 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’un⁸ (“**E-Ticaret Kanunu**”) 6. maddesinde, ticari elektronik iletilerin yalnızca önceden onay alınmak kaydıyla gönderilebileceği ve bahsi geçen onayın yazılı olarak veya her türlü elektronik iletişim araçları kullanılarak alınabileceği belirtilmiştir. Ancak, ileti alıcısının kendisiyle iletişime geçilmesi amacıyla iletişim bilgilerini vermesi halinde, temin edilen mal veya hizmetlere ilişkin değişiklik, kullanım ve bakıma yönelik ticari elektronik iletiler için ayrıca onay aranmayacağı ifade edilmiştir.

Yine E-Ticaret Kanunu’nun 7. maddesinde ticari elektronik iletinin içeriği düzenlenmiş olup, içeriğin alıcının verdiği onaya uygun olması şart koşulmuştur. İletide, hizmet sağlayıcıyı⁹ tanıtan ve erişilebilir durumdaki iletişim bilgilerinin yer alması gerektiği de vurgulanmıştır. Bunlara ek olarak, iletinin konusunun, amacının ve başkası adına yapılması halinde kimin adına yapıldığına dair bilgilerin de iletide bulunacağı düzenlenmiştir.

Alıcıların istediklerinde hiçbir gerekçe belirtmeden ticari elektronik iletiler almayı reddetme hakkı vardır. Hizmet sağlayıcı, ret bildirimini kolay ve ücretsiz olarak elektronik iletişim araçlarıyla verilebilmesini sağlamakla ve gönderdiği iletilerde ret bildirimine ilişkin gerekli bilgileri sunmakla yükümlüdür. Ret talebinin ulaşmasını izleyen üç iş günü içerisinde hizmet sağlayıcı alıcıya elektronik ileti göndermeyi durduracaktır.¹⁰

III. MARKANIN ALAN ADI OLARAK KULLANILMASI SURETİYLE İHLALI

Bilgisayarların internet ağı içinde birbirini tanıyabilmesi için her birinin kendine özgü bir adresi vardır ve bu adreslere İnternet Protokol (“**IP**”) adresi denmektedir. Başlangıçta sayısal olarak ifade edilen IP adresleri daha sonrasında sözcükler haline gelmiştir; böylelikle, IP adreslerine verilen alan adları önem arz etmeye başlamıştır. Önceleri alan adlarının dağıtımında, ilk gelen ilk alır prensibi uygulanmıştır.¹¹ Marka, bir malı ya da hizmeti diğerlerinden ayırt etmeye yarayan ve hem sahibinin hem de o malın veya hizmetin özelliklerini belirten sözcükler,

bers, voices, and the form of goods or packages that characterize both the owner and the good or service. The first-come first-served principle caused the registration of domain names consisting of names of famous people and well-known trademarks by other people to their own against the trademark and name right, and then to be sold to real right holders at very high prices. In addition to this, it is also a common problem to obtain unfair profits by benefiting from the reputation and commercial potential of well-known firms and people.

IPL regulates that similar marks which are the same as or not distinguishable from the trademark which had been registered for the same or the similar kind of goods or services or which had been made application for registration in a previous date cannot be registered as a trademark.¹² In addition, as will be explained in more detail below,¹³ the violation of the trademark will also be the subject of a lawsuit filed by the right holder. In addition, the Internet Corporation or the Assigned Names and Numbers (“ICANN”) Arbitration Procedure is being applied for international domain name disputes.

IV. LEGAL REMEDIES

A. People Responsible for Infringements on Internet

1. Access Provider

Access provider is a type of internet service provider that rents computer equipment belonging to the user from the local network or connects them to each other and other internet service providers¹⁴ via lines it owns.¹⁵

şekiller, renkler, harfler, sayılar, sesler ve malların veya ambalajlarının biçimi olmak üzere her tür işaretlerdir. İlk gelen ilk alır prensibi, kimi kişilerce tanınmış kişi ve markaların isimlerinden oluşan alan adlarının marka ve isim hakkına aykırı olarak önce kendi üzerlerine tescil edilmesi ve daha sonra marka ve isim hakkı sahiplerine çok yüksek fiyatlara satılmak istenmesi sonucunu doğurmuştur. Bununla birlikte, tanınmış firma ve kişilerin saygınlığından ve ticari potansiyelinden faydalanarak, haksız kazanç sağlanması da oldukça sık görülen bir sorundur.

Toplumda markaların karıştırılma tehlikesi yüksek olduğu için, SMK’da aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetlerle ilgili olarak tescil edilmiş ya da daha önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer işaretlerin marka olarak tescil edilemeyeceği düzenlenmiştir.¹² Ayrıca aşağıda daha detaylı olarak açıklanacağı üzere,¹³ marka hakkına tecavüz de söz konusu olacak ve hak sahibi tarafından dava açılacaktır. Bununla birlikte, uluslararası gerçekleştirilen alan adı ihtilaflarına ilişkin olarak, Internet Corporation or Assigned Names and Numbers (“ICANN”) Tahkim Usulü’ne başvurulmaktadır.

IV. HUKUKİ BAŞVURU YOLLARI

A. İnternet Alanında Hukuken Sorumlu Tutulabilecek Kişiler

1. Erişim Sağlayıcı

Erişim sağlayıcı, kullanıcılara ait bilgisayar donanımlarını yerel şebekeden kiralayan veya maliki olduğu hatlar aracılığıyla birbirine ve diğer internet servis sağlayıcılara

FOOTNOTE

1 Eser Rüzgar, Marka Hakkının İnternet Reklamcılığı Yoluyla İhlali ve Sorumluluk Rejimi, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2013, p.150.

2 Zeynep Kandemir, “Vuitton- Google Kararı”, Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2010, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2011, p.317.

3 Emrehan İnal/Başak Baysal, Reklam Hukuku ve Uygulaması, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2008, p.103.

4 Official Gazette (“OG”) dated 10.01.2017 and numbered 29944.

5 Industrial Property Law No.6769 (“IPL”) Art. 7/3.

6 Sefer Oğuz, İnternet Alan Adı Haklarının Korunması, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2011, p.289.

7 IPL Art.7/3.

8 OG dated 23.10.2014 and numbered 29166.

9 E-Commerce Law Art. 2/c: “The service provider: Real or legal persons engaged in electronic trade”.

10 E-Commerce Law Art. 8.

11 Hasibe Işıklı, İnternet Alan İsimleri Sistemi Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki, Ankara 2001, p.10. (Last Access: 01.10.2017) http://www.bilgitolumu.gov.tr/wp-content/uploads/2014/04/Hasibelsikli-Internet_Alan_Isimleri.pdf

12 IPL Art.5/1.

13 For more information, see the title “IV/B/a of this article.

14 Rüzgar, p.120-121, “...in general, legal or real

persons providing infrastructure or any kind of services in the internet field will be generally referred to as ‘service providers’. If they are providers of access, location or content, there are subheadings under the title of internet service provider.”

15 Tamer Soysal, İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumlulukları, Türkiye Barolar Birliği Dergisi (Turkish Bar Association Journal), November/December, Ankara 2005, p.311.

16 OG No. 26530, dated 23.05.2007, İnternet Law Art.2/1.

17 İnternet Law Art.2/1.

18 OG dated 14.02.2011 and numbered 27846.

In the Law on the Arrangement of Publications Made on the Internet and the Struggle Against the Crimes Processed Through These Publications No.5651 (“**Internet Law**”), the access provider is briefly defined as any natural or legal person who provides access to the internet to its users.¹⁶

2. Hosting Provider

Hosting provider is defined as a natural or legal person who provides or operates systems that contain services and content in Internet Law Art.2. It uses its own computer as a kind of tool to connect the user with the data on the internet.

3. Content Provider

Content providers are real or legal entities that produce, modify, and provide any information or data presented to users over the internet.¹⁷ For example, people uploading video to video sharing sites are content providers; the person hosting the system that will publish this sharing site will also be the hosting provider.

4. Responsibility Regime

The Turkish Commercial Law¹⁸ No. 6102 (“**TCL**”), the E-Commerce Law, the Internet Law and the IPL are the main legal texts regulating the application ways for violations on the internet. At this stage, it is considered useful to explain the provisions related to the subject in question.

rına¹⁴ bağlayan internet servis sağlayıcı türüdür.¹⁵ 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun’da (“**İnternet Kanunu**”) erişim sağlayıcı, kısaca, kullanıcılarına internet ortamına erişim olanağı sağlayan her türlü gerçek veya tüzel kişi olarak nitelendirilmektedir.¹⁶

2. Yer Sağlayıcı

İnternet Kanunu’nun 2. maddesinde yer sağlayıcı, hizmet ve içerikleri barındıran sistemleri sağlayan veya işleten gerçek veya tüzel kişi olarak tanımlanmaktadır. Yer sağlayıcı, kendi bilgisayarını bir çeşit araç olarak kullanarak kullanıcıyı internet ortamında bulunan veri ile buluşturmaktadır.

3. İçerik Sağlayıcı

İnternet ortamı üzerinden kullanıcılara sunulan her türlü bilgi veya veriyi üreten, değiştiren ve sağlayan gerçek veya tüzel kişiler içerik sağlayıcıdır.¹⁷ Örneğin, video paylaşım sitelerine video yükleyen kişiler içerik sağlayıcı; bu paylaşım sitesini yayınlayacak sistemi barındıran kişi de yer sağlayıcı olacaktır.

4. Sorumluluk Rejimi

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu¹⁸ (“**TTK**”), E-Ticaret Kanunu, İnternet Kanunu ve SMK internet üzerinden yapılan ihlallere karşı başvuru yollarını düzenleyen başlıca yasal metinlerdir. Bu aşamada, söz konusu düzenlemelerdeki konuya ilişkin hükümlerin açıklanmasında fayda görülmektedir.

DİPNOT

1 Eser Rüzgar, Marka Hakkının İnternet Reklamcılığı Yoluyla İhlali ve Sorumluluk Rejimi, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2013, s.150.

2 Zeynep Kandemir, “Vuitton–Google Kararı”, Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2010, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2011, s.317.

3 Emrehan İnal/Başak Baysal, Reklam Hukuku ve Uygulaması, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2008, s. 103.

4 10.01.2017 tarih, 29944 sayılı Resmi Gazete (RG).

5 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK) m.7/3.

6 Sefer Oğuz, İnternet Alan Adı Haklarının Korunması, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2011, s.289.

7 SMK m.7/3.

8 23.10.2014 tarih, 29166 sayılı RG.

9 E-Ticaret Kanunu, m. 2/c, “*Hizmet sağlayıcı: Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişiler*”.

10 E-Ticaret Kanunu m.8.

11 Hasibe Işık, İnternet Alan İsimleri Sistemi Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki, Ankara 2001, s.10. (Erişim Tarihi: 01.10.2017) http://www.bilgitoplumu.gov.tr/wp-content/uploads/2014/04/Hasibelsikli-Internet_Alan_Isimleri.pdf

12 SMK m.5/1.

13 Detaylı bilgi için bkz. makalemizin “IV/B/a” başlığı.

14 Rüzgar, s.120-121, “...internet alanında altyapı veya herhangi bir şekilde hizmet sunan tüzel veya

gerçek kişileri genel olarak ‘servis sağlayıcı’ olarak niteleyeceğiz...Erişim, yer veya içerik sağlayıcılar ise, internet servis sağlayıcı başlığı altında birer alt başlık konumundadır.”

15 Tamer Soysal, İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumlulukları, Türkiye Barolar Birliği Dergisi Kasım/Aralık sayısı, Ankara 2005, s. 311.

16 23.05.2007 tarih, 26530 sayılı RG, İnternet Kanunu m. 2/1.

17 İnternet Kanunu m.2/1.

18 14.02.2011 tarih, 27846 sayılı RG.

a. Responsibility regime according to TCL

Behaviors and commercial practices that are deceptive or unfairly affecting relations among competitors or between suppliers and customers are defined unjustified and unlawful.¹⁹ Unfair acts and practices in this context constitute unfair competition. In this respect, the responsibilities of internet service providers due to unfair competition have been regulated in TCL. If there are unfair competition conditions²⁰ against trademark violations made via the internet, these special regulations shall be applied. Accordingly, if transmission has not yet been started, the recipient of the transmission or the person competed unfairly has not been selected the content or changed it to do an unlawful act, it will not be possible to file a lawsuit and to take injunction decision against the service provider due to unfair competition in the computing field. If the unfair competition action has negative consequences or would cause great damage, the court would take a injunction decision to terminate or prevent unfair competition act against the service provider with listening the service provider or take other applicable measures to the subject matter.²¹

b. Responsibility regime regulated in E-Commerce Law

The service provider is defined as real or legal entities engaged in electronic commerce; intermediary service provider is defined as real or legal entities providing electronic trading field for the economic and commercial activities of others in E-Commerce Law.²² Service providers are responsible for the storage and security of the personal data that they receive as a result of the transactions that they have made under the aforementioned law. They have an obligation to not disclose personal data to third parties without the consent of the owner and not to use it for other purposes.²³

On the other hand, intermediary service providers are not obliged to check the content provided by real or legal entities using the electronic field in which they serve, and to investigate whether there is any unlawful activity or situation related to the content and the relevant goods or services.²⁴

In addition, for commercial electronic transmissions, service providers also have various obligations as explained above.²⁵

a. TTK açısından sorumluluk rejimi

Rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına aykırı davranışlar ve ticari uygulamalar haksız ve hukuka aykırı olarak tanımlanmıştır.²⁰ Bu kapsamdaki haksız fiil ve uygulamalar haksız rekabet teşkil etmektedir. Bu doğrultuda, özel olarak internet servis sağlayıcılarının haksız rekabet nedeniyle sorumluluğu TTK'da düzenlenmiştir. İnternet yolu ile yapılan marka hakkı ihlallerine karşı, haksız rekabet şartları²⁰ da oluşmuş ise, söz konusu özel düzenlemeye başvurulabilecektir. Buna göre, henüz iletme başlanmamış, iletimin alıcısı veya haksız rekabette bulunan içeriği seçmemiş veya fiili gerçekleştirecek şekilde değiştirmemişse, hizmet sağlayıcı aleyhine bilişim ortamında gerçekleşen haksız rekabetten dolayı dava açılmayacak, tedbir kararı verilemeyecektir. Eğer ki haksız rekabet eyleminin olumsuz sonuçları olacak veya büyük zarar verecekse mahkeme hizmet sağlayıcıyı dinleyerek, haksız rekabet fiilinin sona erdirilmesine veya önlenmesine ilişkin tedbir kararını hizmet sağlayıcı aleyhine verebilecek ya da içeriğin geçici olarak yayından kaldırılması dâhil ihtilaf konusu olaya uygulanabilir başkaca tedbirler alabilecektir.²¹

b. E-Ticaret Kanunu açısından sorumluluk rejimi

Hizmet sağlayıcı, E-Ticaret Kanunu'nda elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişiler olarak; aracı hizmet sağlayıcı ise, başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişiler olarak tanımlanmaktadır.²² Bahsi geçen kanun çerçevesinde yapmış oldukları işlemler nedeniyle elde ettiği kişisel verilerin saklanması ve güvenliğinden hizmet sağlayıcıları sorumludur. Kişisel verileri ilgili kişinin onay olmaksızın üçüncü kişilere iletmeme ve başka amaçlarla kullanmama yükümlülükleri vardır.²³

Diğer yandan, aracı hizmet sağlayıcılar, hizmet sundukları elektronik ortamı kullanan gerçek ve tüzel kişiler tarafından sağlanan içerikleri kontrol etmek, bu içerik ve içeriğe konu mal veya hizmetle ilgili hukuka aykırı bir faaliyetin ya da durumun söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü değildir.²⁴

Bununla birlikte, ticari elektronik iletiler bakımından da hizmet sağlayıcıların yukarıda açıkladığımız gibi çeşitli yükümlülükleri bulunmaktadır.²⁵



c. Responsibility regime in Internet Law

The obligations of the content provider, the hosting provider and the access provider are separately indicated in the Internet Law. The content provider is responsible for any content that is put on the internet by himself, but is not responsible for the content of the other party to whom it is linked. If it is clearly understood from the way he presents it, that the content provider has embraced the content of another person and purposed to enable the users to reach the content in question, he will be responsible in accordance with the general provisions.²⁶

The hosting provider is not obliged to check the content it provides or to investigate whether there is an unlawful activity. However, if the hosting provider is informed that the content provided by himself is illegal, he is obliged to remove the content from the publication according to the censorship and the prohibition of access provisions²⁷ under the Internet Law.²⁸

Finally, the access provider is obliged to prevent access to any illegal content published by any user, in the case that he is informed in accordance with the prohibition of access provisions of the Internet Law. The access pro-

c. İnternet Kanunu açısından sorumluluk rejimi

İnternet Kanunu'nda içerik sağlayıcının, yer sağlayıcının ve erişim sağlayıcının yükümlülükleri ayrı ayrı sayılmaktadır. İçerik sağlayıcı, internet ortamında kullanıma sunduğu her türlü içerikten sorumlu olmakla birlikte bağlantı sağladığı başkasına ait içerikten sorumlu değildir. Eğer ki içerik sağlayıcının sunuş biçiminden başkasına ait içeriği benimsediği ve kullanıcının söz konusu içeriğe ulaşmasını amaçladığı açıkça belli ise genel hükümlere göre sorumlu olacaktır.²⁶

Yer sağlayıcı ise yer sağladığı içeriği kontrol etmek veya hukuka aykırı bir faaliyetin söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü değildir. Fakat İnternet Kanunu'nun içeriğin yayından çıkarılması ve erişimin engellenmesi maddelerine göre²⁷ yer sağladığı içeriğin hukuka aykırı olduğundan haberdar edilmesi hâlinde, söz konusu içeriği yayından kaldırmakla yükümlüdür.²⁸

Son olarak erişim sağlayıcı, herhangi bir kullanıcısının yayınladığı hukuka aykırı içerikten, İnternet Kanunu'nun içeriğin yayından çıkarılması ve erişimin engellenmesi hükümlerine uygun olarak haberdar edilmesi halinde erişimi engellemekle yükümlüdür. Erişim sağlayıcı, ken-



vider is not obliged to check whether the contents of the information accessed through him are unlawful or causing liability.²⁹

Even though the content provider is not responsible for the content of others and the hosting provider and the access provider do not have responsibility with regard to the unlawful contents, the actual and legal persons whose rights are violated can claim, according to Article 9 of the Internet Law, the relevant content to be removed. The Law regulates the implementation of the warning system in case of violation of personality rights in Article 9 and does not mention the rights of intellectual property. Therefore it is not clear if this article is applicable in case of trademark violations.

d. Responsibility regime in IPL

IPL is the main law regulating the scope of trademark right and the legal remedies against violations. According to IPL,³⁰

“(2) The rights arising from trademark registration belong exclusively to the trademark owner. The trademark owner is entitled to demand the prevention of the following acts in the case that they are made without permission of the trademark owner;

disi aracılığıyla erişilen bilgilerin içeriklerinin hukuka aykırı olup olmadıklarını ve sorumluluğu gerektirip gerektirmediğini kontrol etmekle yükümlü değildir.²⁹

Her ne kadar içerik sağlayıcı başkasına ait içerikten, yer sağlayıcı ve erişim sağlayıcı da sağladıkları içeriklerin hukuka aykırı olmalarından sorumlu değilse de, İnternet Kanunu m. 9 uyarınca, içerik nedeniyle hakları ihlal edilen gerçek ve tüzel kişiler uyar-kaldır yöntemi ile içeriğin kaldırılmasını sağlayabilirler. Kanun 9. maddede kişilik haklarının ihlali halinde uyarı sisteminin uygulanmasını düzenlemiş olup fikri mülkiyet haklarına değinmemiştir. Bu durumda marka hakkı ihlalleri olması halinde bu hükme göre erişimin engellenebileceği tartışmalıdır.

d. SMK açısından sorumluluk rejimi

SMK, marka hakkının kapsamını ve ihlallere karşı hukuki yaptırımları düzenleyen temel kanundur. SMK'ya göre;³⁰

“(2) Marka tescilinden doğan haklar münhasıran marka sahibine aittir. Marka sahibinin, izinsiz olarak yapılması hâlinde, aşağıda belirtilen fiillerin önlenmesini talep etme hakkı vardır;

a) Any mark that is the same as the registered trademark, used in the goods or services included in the registration.

b) Use any mark which is the same as or similar to the registered trademark and covers the same or similar goods or services as the goods or services covered by the registered trademark, and because of these reasons they may be confused and associated with the trademark registered by the public.

c) Use any mark unfairly, regardless of whether they are in the same, similar or different goods or services, which is the same as or similar to the registered trademark and which has an unfair advantage from the reputation of the mark due to the level of recognition in Turkey or which would damage its reputation or damage its distinguishing character.”

IPL Art.7/3-d has exclusively regulated the unfair use of any mark, which constitutes a trademark, in a way creating commercial effect on the internet and it has stipulated that such use of the mark is prohibited in accordance with the above mentioned provision. According to IPL Art.29, such uses considered violation of the trademark unless approved by the owner of the trademark.

B. Legal Remedies

1. Detection, Suspension and Prevention Case Against Infringement of the Right to Trademark

The trademark infringement case will be filed by the owner of the trademark against the infringement of his right is regulated in the IPL. If it requires the presence of the infringement to be accepted by a court decision, detection case; if there is an ongoing infringement, suspension case; if there is a potential danger of an infringement, the prevention case should be brought. It should be accepted that the request of the abolition of infringement is broadly interpreted, so that it includes the request for the abandonment of the trade name, the business name or domain name which relate to the infringing element.³¹

Some situations are regulated as infringement of the trademark right in the SMK. Accordingly, if the trademark is/was used, without the consent of the trademark owner, in the ways³² that the right owner allowed to prohibit according to the SMK, infringement occurs. Imita-

a) Tescilli marka ile aynı olan herhangi bir işaretin, tescil kapsamına giren mal veya hizmetlerde kullanılması.

b) Tescilli marka ile aynı veya benzer olan ve tescilli markanın kapsadığı mal veya hizmetlerle aynı veya benzer mal veya hizmetleri kapsayan ve bu nedenle halk tarafından tescilli marka ile ilişkilendirilme ihtimali de dâhil karıştırılma ihtimali bulunan herhangi bir işaretin kullanılması.

c) Aynı, benzer veya farklı mal veya hizmetlerde olmasına bakılmaksızın, tescilli marka ile aynı veya benzer olan ve Türkiye’de ulaştığı tanınırlık düzeyi nedeniyle markanın itibarından haksız bir yarar elde edecek veya itibarına zarar verecek veya ayırt edici karakterini zedeleyecek nitelikteki herhangi bir işaretin haklı bir sebep olmaksızın kullanılması.”

SMK madde 7/3-d ise marka teşkil eden işaretin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde haksız kullanımını özel olarak düzenlemiş ve işaretin bu şekilde kullanımının yukarıda bahsedilen fıkra hükmü uyarınca yasaklanabileceğini öngörmüştür. SMK madde 29’a göre bu şekilde kullanımlar marka hakkı sahibinin bilgisi dâhilinde olmadığı sürece marka hakkına tecavüz teşkil etmektedir.

B. Başvuru Yolları

1. Marka Hakkına Tecavüzün Tespiti, Durdurulması ve Önlenmesi Davaları

Marka üzerinde hak sahibi olan kişiye marka hakkının ihlaline karşı başvurabileceği marka hakkına tecavüz davası SMK’da öngörülmüştür. Eğer ki tecavüzün varlığının mahkeme kararı ile kabul edilmesi gerekiyor ise, tespit; süregelen bir tecavüz söz konusu ise, durdurma; tecavüzün gerçekleşme tehlikesi yüksek ise önleme davası açılmaktadır. Tecavüzün kaldırılması talebinin geniş yorumlanarak, ihlali gerçekleştiren unsura ilişkin ticaret unvanının, işletme adının veya alan adının terkinin taleplerini de içinde barındırdığı kabul edilmelidir.³¹

SMK’da bir fiilin marka hakkına tecavüz sayılacağı durumlar sayılmıştır. Buna göre marka, SMK’da öngörülen marka sahibinin markanın kullanımını yasaklayabileceği şekillerde³² ve hak sahibinin izni olmaksızın kullanılıyor/kullanılmış ise tecavüzün gerçekleşmiş olacaktır. Markanın veya ayırt edilemeyecek kadar benzerinin

tion of a trademark by using same or indistinguishable mark without the trademark owner permission is also considered infringement. Another form of infringement is to sell, distribute, put on trade field in a different way, import, export, hold for commercial purposes or to make suggestion to make a contract for these products, which have the mark used by infringement, by using trademark or similar enough to be indistinguishable mark. In addition, the unauthorized extension of a license granted by trademark owner or the transfer of these rights to third parties may also be subject to an infringement case.³³

2. Pecuniary and Non-pecuniary Compensation Cases

Acts that infringe the trademark may damage the trademark owner's economic activities, diminish the distinctive nature of the trademark, or create consequences that may disturb the customer's confidence in the trademark.³⁴ Any damages caused by infringements should be compensated.

The rights granted to the owner, because they are valid as of the publication date of the trademark registration against the third parties, the owner of the trademark is entitled to file a case for damages according to IPL, in the event that the trademark owner can forbid the use of the mark after the trademark registration is announced.³⁵ In case of infringement of the industrial property right, if the reputation of the industrial property is damaged because of that the goods or services subject to the right are used in bad faith or produced by the infringer, the products produced in such a way are supplied, or they are put on the market in inappropriate way, compensation may be required.³⁶ The damage of the trademark owner will also cover the actual loss and the loss of profit.³⁷

In practice, advertising expenditures, expenses related to the identification of evidence of the infringement, costs of proceedings, and expenses of publicity made to public for the reputation of the mark are required as actual loss.³⁸ Within the scope of the loss of profit; the demands for the inability to sell products produced due to the inability to enter the market effectively, the waste of investments and the wages paid to the employed persons are put forward.³⁹

In addition, it may be required a non-pecuniary compensation for the breach of the distinctive nature of the mark, loss of confidence in the mark and loss of respectability.⁴⁰

marka sahibinin izni olmaksızın kullanılması suretiyle taklit edilmesi de tecavüz sayılmaktadır. Bir diğer tecavüz hali ise, markayı veya ayırt edilemeyecek kadar benzerini kullanarak markanın taklit edildiğini bildiği veya bilmesi gerektiği hâlde tecavüz yoluyla kullanılan markayı taşıyan ürünleri satmak, dağıtmak, başka bir şekilde ticaret alanına çıkarmak, ithal işlemine tabi tutmak, ihraç etmek, ticari amaçla elde bulundurmamak veya bu ürüne dair sözleşme yapmak için öneride bulunmaktır. İlaveten, marka sahibi tarafından lisans yoluyla verilmiş hakları izinsiz genişletmek veya bu hakları üçüncü kişilere devretmek de marka hakkına tecavüz davasının konusu olabilecektir.³³

2. Maddi ve Manevi Tazminat Davaları

Marka hakkına tecavüz eden fiiller, marka sahibinin ekonomik faaliyetlerini zedeleyebilecek, markanın ayırt edici özelliğini azaltabilecek ya da müşterilerin markaya olan güvenini sarsacak sonuçlar doğurabilecektir.³⁴ Bu nedenle ortaya çıkan zararın tazmini gerekecektir.

Markanın sahibine sağladığı haklar, üçüncü kişilere karşı marka tescilinin yayım tarihi itibarıyla hüküm ifade ettiği için, SMK'ya göre hak sahibi, marka tescilinin ilan edilmesinden sonra marka sahibinin markanın kullanımını yasaklayabileceği fiillerin gerçekleşmesi halinde tazminat davası açmaya yetkilidir.³⁵ Sınai mülkiyet hakkına tecavüz edilmesi durumunda, hakka konu ürün veya hizmetlerin, tecavüz eden tarafından kötü şekilde kullanılması veya üretilmesi, bu şekilde üretilen ürünlerin temin edilmesi yahut uygun olmayan bir tarzda piyasaya sürülmesi sonucunda sınai mülkiyet hakkının itibarı zarara uğrarsa, bu nedenle de tazminat istenebilecektir.³⁶ Marka sahibinin uğradığı zarar, fiili kaybı ve yoksun kalınan kazancı da kapsayacaktır.³⁷

Uygulamada reklam giderleri, tecavüze ilişkin delil tespiti giderleri, yargılama giderleri ve markanın itibarının iadesi için kamuoyuna yapılan ilan giderleri fiili zarar olarak istenmektedir.³⁸ Yoksun kalınan kar kapsamında ise; piyasaya etkin girilememesi nedeniyle üretilen ürünlerin satılmaması, yatırımların boşa gitmesi, istihdam edilen kişilere ödenen ücretler gibi talepler ileri sürülmektedir.³⁹

İlaveten, kusurlu olarak markanın ayırt edici özelliğinin zedelenmesi, markaya olan güven ve saygınlık kaybı için de manevi tazminata hükmedilmesi istenebilecektir.⁴⁰



3. Preliminary Injunctions

Persons, who are entitled to file a lawsuit by the IPL, has the right to ask the court to order a preliminary injunction in order to ensure the effectiveness of the decision by proving that the act subjected to dispute is or very likely to cause an infringement of their own industrial property rights. The preliminary injunction regulated in this case covers to prevent and stop the relevant action; to confiscate and store of the products, which are produced or imported by infringement of the industrial property right, the instruments exclusively used in the production of these products or in the performance of the method with patent in the borders of Turkey including areas such as customs and free port. It shall also include measures to provide guarantees for the compensation of any loss.⁴¹

4. Other Legal Remedies

With this the general framework, there are also different legal remedies for violations in the field of internet. At this point, it will be necessary to refer to the Internet Law and the Intellectual and Artistic Works Law⁴² No. 5846 (“IAWL”).

3. İhtiyati Tedbir

SMK uyarınca dava açma hakkı olan kişilerin, ihtilafa konu fiilin ülke içinde kendi sınai mülkiyet haklarına tecavüz teşkil edecek şekilde gerçekleşmekte olduğunu veya gerçekleşmesi için ciddi ve etkin çalışmalar yapıldığını ispat ederek; verilecek hükmün etkinliğini temin etmek üzere, ihtiyati tedbire karar verilmesini mahkemeden isteme hakkı vardır. Bu durumda öngörülecek ihtiyati tedbir, dava konusu fiilin önlenmesi ve durdurulması; sınai mülkiyet hakkına tecavüz edilerek üretilen veya ithal edilen tecavüze konu ürünlere, bunların üretiminde münhasıran kullanılan vasıtalara ya da patenti verilmiş usulün icrasında kullanılan vasıtalara Türkiye sınırları içinde veya gümrük ve serbest liman veya bölge gibi alanlar dâhil, buldukları her yerde el konulması ve bunların saklanması; herhangi bir zararın tazmini bakımından teminat verilmesi tedbirlerini kapsamalıdır.⁴¹

4. Diğer Başvuru Yolları

Genel çerçeve bu olmakla birlikte internet alanında yapılan ihlallere ilişkin farklı başvuru yolları da izlenmek-

According to the article 9 of the Internet Law, real and legal persons, institutions and organizations claiming that their personal rights are violated due to the content published in the internet field may request to be removed from content provider or by applying to the hosting provider if they cannot reach content provider with the warning system. In addition, they also have the right to appeal directly to the criminal court of peace to demand to block access to content. Even if the trademark right is not regulated as a direct personality right; all the elements that can belong to the legal entity such as legal entity name, trade name, business name, sign, emblem, catalog, trademark and all the distinguishing instruments should be considered as the personality rights of the legal person. The Civil Law does not regulate the right to personality exclusively. With the developing technology, new appearances of the violations of personality rights have emerged. So that the limits of the personality rights have expanded and the trademark right has become a personality right specific to legal entities. As a matter of fact, there are precedent decisions that the Supreme Court has given in this respect.⁴³

IAWL the additional article 4 is a substance with a wide range of applications in the preliminary injunctions.⁴⁴ Regarding the copyright rights and/or works belonging to the trademark subject to the infringement, it is regulated in the add. art. 4 of the IAWL that the information which is found on the works or is seen during the publication of the work, and the numbers or codes representing this information cannot be removed or altered unauthorized. The original or copies of the works that have been altered or removed this information without

tedir. Bu noktada, İnternet Kanunu'na ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu⁴²'na ("FSEK") değinmek gerekir.

İnternet Kanunu'nun 9. maddesine göre, internet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik haklarının ihlal edildiğini iddia eden gerçek ve tüzel kişiler ile kurum ve kuruluşlar, içerik sağlayıcısına, buna ulaşamaması hâlinde yer sağlayıcısına başvurarak uyarı yöntemi ile içeriğin yayından çıkarılmasını isteyebileceklerdir. Bununla birlikte, doğrudan sulh ceza hâkimine başvurarak içeriğe erişimin engellenmesini talep etme hakları da vardır. Marka hakkı doğrudan bir kişilik hakkı olarak düzenlenmemiş olsa dahi; tüzel kişi adı, ticaret unvanı, işletme adı, tabela, amblem, katalog, ticari marka gibi tüzel kişiye ait olabilen ve ayırt edicilik niteliği bulunan bütün unsurların tüzel kişinin kişilik hakları arasında sayılması gerekmektedir. Medeni Kanun'da nelerin kişilik hakkı sayılacağı düzenlenmemiştir. Gelişen teknoloji ile birlikte kişilik hakkı ihlallerinin yeni görünüşleri ortaya çıkmış, böylece kişilik haklarının sınırları genişlemiş ve marka hakkı da tüzel kişilere özgü bir kişilik hakkı haline gelmiştir. Nitekim Yargıtay'ın bu yönde vermiş olduğu emsal kararlar da bulunmaktadır.⁴³

FSEK ek madde 4, ihtiyati tedbirler konusunda geniş bir uygulama alanına sahip bir maddedir.⁴⁴ FSEK'in bu maddesinde, eser nüshaları üzerinde bulunan veya eserin topluma sunulması sırasında görülen bilgilerin ve bu bilgileri temsil eden sayıların veya kodların yetkisiz olarak ortadan kaldırılamayacağı ve değiştirilemeyeceği düzenlenmiştir. Bu bilgiler yetkisiz olarak değiştirilen veya ortadan kaldırılan eserlerin asılları veya kopyaları

FOOTNOTE

19 TCL Art.54/2.

20 TCL Art.55.

21 TCL Art.58/4.

22 E-Commerce Law Art.2/1.

23 E-commerce Law Art.10/1.

24 E-Commerce Law, Art.9/1 and Regulation on Service Provider and Intermediary Service Provider in Electronic Commerce, OG dated 26.08.2015, and numbered 29457, Art.6/4.

25 For detailed information see our article's "II./B. Spamming" heading.

26 Internet Law Art.4.

27 Internet Law Art.8, 8/A, 9.

28 Internet Law Art.5.

29 Internet Law Art.6.

30 IPL Art.7/2.

31 Hamdi Yasaman/Sıtkı Anlam Altay/Tolga Ayoğlu/Fülrüya Yusufoglu/Sinan Yüksel, Marka Hukuku 556 Sayılı KHK Serhi, Vol.1, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2004, p.1124.

32 IPL Art.7.

33 IPL Art.29.

34 Rüzgar, p. 281-282.

35 IPL Art.7/4.

36 IPL Art.150/2.

37 IPL Art.151/1.

38 Rüzgar, p. 284.

39 Uğur Çolak, Türk Marka Hukuku, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2012, p.759.

40 Yasaman/Altay/Ayoğlu/Yusufoğlu/Yüksel, p.1133.

41 IPL Art.159.

42 OG dated 13.12.1951 and numbered 7981.

43 Supreme Court 4th Civil Chamber, dated 24.09.2001, numbered 2001/4164 E., 2001/8421 K.

44 Murat Volkan Dülger/Yasin Beceni, Türkiye'de İnternet Sitelerinin Erişiminin Engellenmesi Konusunda Farklı Hukuk Disiplinleri Açısından Değerlendirilmeler, TÜSİAD March 2011 Report, İstanbul 2011, p. 55.

45 Supreme Court General Assembly dated 15.01.2014 numbered 2013/11-1138E., 2014/16K.

46 Legislative Decree No.556 Art.61(a), (c), (e).

47 IPL Art.29(a), (c).

permission cannot be distributed, copied, distributed for import or presented to the public.

In the event of violation of the rights of the rights owners and the rights of the connected owners by service and information content providers with tools of signaling, sound and / or image transmission including digital transmission, especially internet, the copyrighted works shall be removed from the content subject to violation by the appeal of the rights owners'. To do this, the right owner must first ask the information content provider for the violation to be stopped within three days. If the violation persists despite the application; upon application to the public prosecutor, within three days the service provider will be asked to stop the service provided to the information content provider.

There is no specific regulation in the legislation related to the trademark whether to apply the "warn-off" method provided in Article 4 of the IAWL. In "Gitti Gidiyor decision"⁴⁵ of YHGK (Supreme Court Assembly of Civil Chambers), it has been argued that it should be taken directly by filing a lawsuit against the persons who participated in the infringement of trademark acts counted in Legislative Decree numbered 556⁴⁶ (new IPL⁴⁷) for removing the content. Participating people will only be liable if they are in fault in such a case. In order to be able to mention the fault in the violations made on the internet, the content should not be removed despite the warning. However, YHGK has foreseen that the lawsuit petition for the detection, prevention and elimination of the consequences of infringement will serve as a warning. In this case, even if the content is not removed, the resulting fault condition will be realized.

dağıtılamayacak, dağıtılmak üzere ithal edilemeyecek, yayınlanamayacak veya topluma iletilemeyecektir.

Daha da önemlisi hükme göre, dijital iletim de dâhil olmak üzere işaret, ses ve/veya görüntü nakline yarayan araçlarla servis ve bilgi içerik sağlayıcılar tarafından eser sahipleri ile bağlantılı hak sahiplerinin haklarının ihlâli halinde, hak sahiplerinin başvuruları üzerine ihlâlê konu eserler içerikten çıkarılacaktır. Bunun için öncelikle hak sahibi kişinin bilgi içerik sağlayıcısına başvurarak üç gün içinde ihlâlin durdurulmasını istemesi gerekmektedir. Eğer ki başvuruya rağmen ihlal devam ediyorsa; Cumhuriyet savcısına yapılan başvuru üzerine, üç gün içinde servis sağlayıcıdan ihlâlê devam eden bilgi içerik sağlayıcısına verilen hizmetin durdurulması istenecektir.

FSEK ek madde 4'te öngörülen "uyar-kaldır" yönteminin markalar bakımından uygulanıp uygulanmayacağına dair SMK'da bir düzenleme bulunmamaktadır. YHGK'nın "Gitti Gidiyor kararı"nda⁴⁵ 556 Sayılı KHK⁴⁶'da sayılan marka hakkına tecavüz fiillerine iştirak edenlere karşı doğrudan dava açılarak içeriğin kaldırılması tartışılmıştır. Burada iştirak edenlerin sorumluluğuna ancak kusurlu olmaları halinde gidilebilecektir. İnternet ortamında yapılan ihlallerde kusurdan bahsedebilmek için uyarıya rağmen içeriğin kaldırılmaması olması gerekir. Ancak YHGK bu kararında tecavüzün tespiti, önlenmesi ve tecavüz sonuçlarının ortadan kaldırılmasına ilişkin dava dilekçesinin ihtarname yerine geçeceğini öngörmüştür. Bu durumda ihtara rağmen içeriğin kaldırılmaması sonucu kusur şartı gerçekleşmiş olacaktır.

DİPNOT

19 E TTK m.54/2.

20 TTK m.55.

21 TTK m.58/4.

22 E-Ticaret Kanunu, m.2/1.

23 E-Ticaret Kanunu, m.10/1.

24 E-Ticaret Kanunu, m.9/1 ve Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcı Hakkında Yönetmelik, 26.08.2015 tarih, 29457 sayılı RG, m.6/4.

25 Detaylı bilgi için bkz. makalemizin "İl./B. İstenmeyen Seri E-Mail'ler (Spamming)" başlığı.

26 İnternet Kanunu m.4.

27 İnternet Kanunu m.8, 8/A, 9.

28 İnternet Kanunu m.5.

29 İnternet Kanunu m.6.

30 SMK m.7/2.

31 Hamdi Yasaman/Sıtkı Anlam Altay/ Tolga Ayoğlu/ Fülurya Yusufoglu/Sinan Yüksel,

Marka Hukuku 556 Sayılı KHK Serhi, C.1, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2004, s. 1124.

32 SMK m.7.

33 SMK m.29.

34 Rüzgar, s.281-282.

35 SMK m.7/4.

36 SMK m.150/2.

37 SMK m.151/1.

38 Rüzgar, s.284.

39 Ugur Colak, Türk Marka Hukuku, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2012, s. 759.

40 Yasaman/Altay/Ayoğlu/Yusufoglu/ Yüksel, s. 1133.

41 SMK m.159.

42 13.12.1951 tarih, 7981 sayılı RG.

43 Yargıtay 4. H.D., 24.09.2001 tarih, 2001/4164 E., 2001/8421 K. sayılı karar.

44 Murat Volkan Dülger/Yasin Beceni, Türkiye'de İnternet Sitelerinin Erişiminin Engellenmesi Konusunda Farklı Hukuki Disiplinleri Açısından Değerlendirilmesi, TÜSIAD Mart 2011 Raporu, İstanbul 2011, s.55.

45 YHGK, 15.01.2014, 2013/11-1138 E., 2014/16 K.

46 556 sayılı KHK m.61/(a), (c), (e), Bu konu artık, 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren SMK ile düzenlenmektedir.

V. CONCLUSION

Not only the trademark right has a material value but also the reputation and dignity that it represents in commercial life, infringement of this rights causes significant damages. Along with the development of the internet, violations of trademark rights in various forms have also become widespread. Various legal regulations have been made in order to prevent those violations and the trademark right has been put under strict protection in general and for the internet exclusively.

In our article, the most wide and common forms of violations are mentioned and the laws that are regulated against the trademark violations carried out on the internet are explained. As can be seen, there are many relevant legal regulations, and the rights are granted to the right owner to apply for various legal remedies in this sense. However, it is important to note that violations of trademarks on the internet may occur in many different ways, and the nature of these violations changes day by day. For this reason, it should be taken into consideration that the assessment should be made according to the nature of each case. ■

V. SONUC

Marka hakkının maddi bir değeri olmasının yanında, ticari hayatta temsil ettiği itibar ve saygınlık gereği de hukuka aykırı olarak kullanılması halinde ciddi zararlar meydana gelmektedir. İnternetin gelişmesi ile birlikte, çeşitli şekillerde gerçekleştirilen marka hakkı ihlalleri de büyük ölçüde yaygınlaşmıştır. Bu doğrultuda çeşitli yasal düzenlemeler yapılarak genel olarak ve internet özelinde marka hakkı sıkı bir koruma altına alınmıştır.

Makalemizde söz konusu ihlallerin en yaygın ve sık görülen biçimleri üzerinde durulmuş olup, internet üzerinden gerçekleştirilen marka hakkına yönelik saldırılara karşı öngörülen yasal düzenlemeler açıklanmıştır. Görüldüğü üzere konuya ilişkin birçok yasal düzenleme mevcuttur ve hak sahibine bu anlamda çeşitli koruma yollarına başvuru hakkı tanınmıştır. Ancak önemle belirtmek gerekir ki, internette gerçekleşen marka hakkı ihlalleri çok farklı şekillerde ortaya çıkabilmekte ve gün geçtikçe bu ihlallerin niteliği de değişmektedir. Bu nedenle, her somut olayın niteliğine göre değerlendirme yapılması gerektiği göz önünde bulundurulmalıdır. ■

BIBLIOGRAPHY KAYNAKÇA

Eser Rüzgar, Marka Hakkının İnternet Reklamcılığı Yoluyla İhlali ve Sorumluluk Rejimi, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2013

Emrehan İnal/Başak Baysal, Reklam Hukuku ve Uygulaması, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2008

Hamdi Yasaman/Sıtkı Anlam Altay/Tolga Ayoğlu/Fülurya Yusufoglu/Sinan Yüksel, Marka Hukuku 556 Sayılı KHK Serhi, Vol.1, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2004

Hasibe Işıklı, İnternet Alan İsimleri Sistemi Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki, Ankara 2001 (Last Access: 01.10.2017) http://www.bilgitoplumu.gov.tr/wp-content/uploads/2014/04/Hasibelsikli-Internet_Alan_Isimleri.pdf

Murat Volkan Dülger/Yasin Beceni, Türkiye'de İnternet Sitelerinin Erişiminin Engellenmesi Konusunda Farklı Hukuk Disiplinleri Açısından Değerlendirilmeler, TÜSİAD March 2011 Report, İstanbul 2011

Sefer Oğuz, İnternet Alan Adı Haklarının Korunması, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2011

Tamer Soysal, İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumlulukları, Türkiye Barolar Birliği Dergisi (Turkish Bar Association Journal), November/December, Ankara 2005

Uğur Çolak, Türk Marka Hukuku, On İki Levha Publication, İstanbul 2012

Zeynep Kandemir, "Vuitton-Google Kararı", Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2010, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2011

Eser Rüzgar, Marka Hakkının İnternet Reklamcılığı Yoluyla İhlali ve Sorumluluk Rejimi, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2013

Emrehan İnal/Başak Baysal, Reklam Hukuku ve Uygulaması, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2008

Hamdi Yasaman/Sıtkı Anlam Altay/Tolga Ayoğlu/Fülurya Yusufoglu/Sinan Yüksel, Marka Hukuku 556 Sayılı KHK Serhi, C.1, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2004

Hasibe Işıklı, İnternet Alan İsimleri Sistemi Markalar ve Alan İsimleri Arasındaki İlişki, Ankara 2001, (Erişim Tarihi: 01.10.2017) http://www.bilgitoplumu.gov.tr/wp-content/uploads/2014/04/Hasibelsikli-Internet_Alan_Isimleri.pdf

Murat Volkan Dülger/Yasin Beceni, Türkiye'de İnternet Sitelerinin Erişiminin Engellenmesi Konusunda Farklı Hukuk Disiplinleri Açısından Değerlendirilmeler, TÜSİAD Mart 2011 Raporu, İstanbul 2011

Sefer Oğuz, İnternet Alana Adı Haklarının Korunması, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2011

Tamer Soysal, İnternet Servis Sağlayıcılarının Hukuki Sorumlulukları, Türkiye Barolar Birliği Dergisi, Kasım/Aralık sayısı, Ankara 2005

Uğur Çolak, Türk Marka Hukuku, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2012

Zeynep Kandemir, "Vuitton-Google Kararı", Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2010, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2011