

DİJİTAL DÜNYA, SOSYAL MEDYA VE FİKRİ HAKLAR

Zeynep Zelan

Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, RTS Doktora, Ankara

Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü

zeynepzelan@gmail.com

Özet: İnternet, sosyal medya ve dijital dünya zor yetişilir bir hızla gelişmeye devam ediyor ve edecek. Akademisyenler ve araştırmacılar yeni medya konusunda kendilerini sürekli yenileme ihtiyacı duymaktadırlar. Henüz çok taze ve durulmamış olan sosyal medya fikri hakların korunması açısından yeterli korunma düzeyine henüz sahip değil. Gelecekte geliştirilecek uygulamalar, üretilecek içeriklerin şekli ve içerik üretici-tüketicilerin beklentileri medyanın hukuki boyutunu da zaman içinde şekillendirecek gibi gözüküyor.

Anahtar Sözcükler: İnternet, Fikri Haklar, Yeni Medya, Sosyal Medya

1. GİRİŞ

Küreselleşmenin ekonomik ve kültürel gelişmelerini etkileyen en önemli faktörlerden biri iletişim alanında yaşanan gelişmelerdir. İletişim teknolojilerinde yaşanan değişimlerle özellikle kitle iletişim araçlarının, yani medyanın değişmesi ve küresel anlamda dünyaya daha çok yayılmasını sağlamıştır. 1960'lerden sonra gelişmeye başlayan teknolojik yeniliklerle medyanın ve iletişimin yapısı da değişmeye başlamıştır.

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler gazetecilik pratiklerini de etkilemiştir. Habere artık daha hızlı ulaşmakta, insanlar anında her şeyden haberdar olabilmektedirler.

Değişen yapı yeni medya anlayışının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. İnsanların birbiriyle irtibata geçmesi, içerik paylaşması, ilgi alanlarına göre grup oluşturması, ortak hareket etmesi amacıyla oluşturulmuş sosyal medya sitelerininse popülerliği her geçen gün artmaktadır. İçerik paylaşımında editör unsuru olmadan herkesin özgürce yazı, fotoğraf, içerik paylaşabildiği bu medya ortamlarında hala tartışmalı olan bir konu da fikri haklar meselesidir. Fikri haklar sosyal medya söz konusu olunca nerede başlar, nerede biter, hangi unsurlar fikri haklar konusuna girer? Bu makalede fikri haklar çerçevesinde dijital dünya ve sosyal medya konusunu ele almayı amaçlanmaktadır.

2. Yeni Medya Nedir?

Hem modern medyanın hem de bilgisayarların gelişiminin yaklaşık aynı zamanlarda başlamış olmasına şaşırılmamalıdır. Medya makineleri de hesaplama makineleri de modern kitle toplumu için gerekiydiler. Aynı metinleri, görüntüleri ve sesleri – dolayısıyla da aynı ideolojik inançları- milyonlarca insana yayma yeteneği, bu insanların doğum, çalışma, tıbbi ve polis kayıtlarını tutmak kadar önemlidir. (Crowley ve Heyer, 2011:468)

Bu süreç içerisinde her yirmi yılda iletişim alanında önemli bir aşama kaydedilmiştir: 1850'lere doğru telegraf, 1850-1880 arasında telefon, 1900'e doğru elektromanyetik dalgalarla iletim, 1920-30 arası radyo, 1950-60 arası televizyon teknolojisi gelişmiş, son olarak da 1970 yılından başlayarak Yeni Medya teknolojileri kullanılmaya başlanmıştır. (Balle ve Eymery, 1995:18)

Genel ağ da denilen internet, zaman içinde gelişen ve neredeyse bütün dünyayı saran bir iletişim ağı haline gelmiştir. Önce Amerika'da askeri olarak geliştirilen ve bilgisayarları birbirine bağlayan sistem, 1970'lerden itibaren halkın kullanımına açılmış ve zamanla bütün dünyaya yayılmıştır. Fiber optik kablolar ve uydu iletişimi gibi birçok teknolojiyi kullanan internet bağlantısı, aynı zamanda verileri sayısal olarak taşıdığı için iletişimin çok hızlı olmasını sağlamaktadır. Bugün dünyanın neredeyse bütün coğrafyalarında, devlet hizmetleri, güvenlik birimleri, okul hastane gibi kurumlar, şirketler, medya ağları ve kişisel bilgisayarlar birbirine bağlanmıştır. Yeni medya, bu teknolojik değişimlerden ve gelişmelerden etkilenen medyanın değişmiş halidir.

Lyon'un (2006:39) "Yirminci yüzyılın sonlarında, mekanın uzaklığını yok ederek, zamanı azaltmak suretiyle" şeklinde ifade ettiği yeni medyanın geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) ayırt edici temel özellikleri, etkileşimli ve multimedya biçimine sahip olmasıdır. Dijital kodlama sistemine temellendikleri için, çok fazla miktarda enformasyonu aynı anda aktarabilme ve kullanıcının geri dönüşümde bulunabilmesi olanağına sahiptirler. Dolayısıyla enformasyonun düzçizgisel iletiminden hipermetinselliğe geçilmiştir. Yeni medyanın etkileşimsellik özelliği, iletişim sürecine iletişim uzamında karşılıklılık veya çokkatmanlı iletişim olanağı kazandırmıştır. Etkileşimsellik özelliğinin iletişim sürecine ilişkin bir diğer dönüştürücü etkisi de iletişimin zamanında eş anlı olma derecesine ilişkin

yaptığı açılmıdır. Yeni medyanın bu rolü, geleneksel medyaya göre kullanıcının iletişim sürecindeki rolünü ve katılımını da çeşitli şekillerde etkilemektedir. (Binark, 2007:21)

Yeni medyanın geleneksel medyadan ayrılmasını sağlayan temel farkları şu şekilde de sıralayabiliriz (Lister vd, 2003:14-35, Rogers'tan aktaran Geray: 2003:18):

- Eşzamansızlık
- Kitlesizleştirme
- Sayısallık
- İnternete bağlı olmak
- Ulaşılabilirlik
- Etkileşim

Yeni medya, zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırarak dünyanın bir ucundan diğer ucuna bilgi aktarımı ve paylaşımını saniyelerle ifade edilebilen zaman dilimi içinde gerçekleştirdiği gibi sonsuz bilginin arşivlenmesinde de büyük kolaylıklar sağlamıştır. Yeni medya için iletişim ağları oldukça önem taşımaktadır. Analog hatlar yerini dijital ağlara bırakmıştır. Bu ağların bant genişliğinin artmasıyla metin, ses, görüntü gibi çoklu ortam kaynaklarına ulaşım da eskisinden çok daha kolay hale gelmiştir.

Esas olarak yeni medyanın gelişmesi sadece teknolojik faktörlerle sınırlı değildir. Yeni medyanın gelişmesi daha çok bu olanakları sunanların, okurların- izleyicilerin iletişim ve iletişim temelinde karşılanan diğer kişisel-toplumsal gereksinimlerine ne ölçüde karşılık verebileceklerine, sundukları seçeneklerin ne kadar uygun ya da esnek olabileceğine bağlıdır. Yeni medyayla birlikte hızın ve kapsama alanının büyüklüğünün coğrafi ve demografik anlamda öne geçtiği, iletişimde uzak mesafelerin sorun olmaktan çıktığı, mesajların kişiler ve gruplar ölçeğinde seçilebildiği ya da adreslenebildiği, insan aklıyla karşılaştırılmayacak ölçüde büyük bir bellek kapasitesinin söz konusu olduğu bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır (Törenli, 2005:159).

3. Dijital Medya ve İnternet

İnternet teriminin açıklamasına yine internet üzerinden yayın yapan bir kaynakla açıklama yapmak işin doğasına daha uygun olacaktır. Sanal ansiklopedi Wikipedia'ya göre, internet, çok protokollü bir ağ olup birbirine bağlı bilgisayar ağlarının tümü olarak da tanımlanabilir. Binlerce akademik ve ticari ağla devlet ve serbest bilgisayar ağının birbirine bağlanmasıyla oluşmuştur. Bilgisayarlar arasında bilgi çeşitli protokollere göre paketler halinde transfer edilir. İnternet üzerinde elektronik posta ve birbirine bağlı sayfalar gibi çok çeşitli bilgiler ve hizmetler vardır. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/internet>, erişim tarihi: 10.01.2013)

Günümüzde kişilerin birbirleriyle yazılı, sesli ve görüntülü olarak iletişim kurulabildiği kişisel ve kitle iletişim yöntemlerinden en önemli ve yaygın olarak kullanılanlarından birisi de internettir. Ama öncelikle internet için söylenmesi gereken husus bir bilişim sistemi olduğudur. Geniş anlamda bilişim sistemi, bilgi ve verileri otomatik olarak izleyen bir sistemdir. (Avşar ve Öngören, 2010:30)

Günümüz medyasına ilişkin dijital medya, yeni medya, sosyal medya gibi yapılan farklı adlandırmalar bilgisayar ve internet tabanlı dijital teknolojilerin oluşturduğu yeni bir iletişim ve medya ortamına gönderme yapmaktadır. Bilgisayar, internet ortamı, cep telefonları, oyun konsolları ve çevrimiçi-çevrimdışı oyunlar, avuçiçi veri bankası kayıtlayıcıları gibi günümüz dijital teknolojileri yeni ya da dijital medya başlığı altında değerlendirilmektedir (Binark, 2007). Diğer yandan geleneksel medya dediğimiz; gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları da, hem son yıllardaki yeniliklerle teknolojik ve kültürel olarak sürekli dönüşmekte hem de yeni/dijital medyanın birincil aracı İnternetin eklenmesiyle yepyeni bir görünüm kazanmaktadır. Ayrıca şunu belirtmekte de fayda vardır, zamansal olarak ortaya çıktıkları an itibarıyla her iletişim teknolojisi yeni olabilir. Ancak, günümüzde yeni iletişim teknolojileri ve dijital medya zamansal olmaktan çok, geleneksel kitle iletişim araçları ile karşılaştırıldıklarında sahip oldukları ayırt edici özelliklere dayanılarak tanımlanmaktadır. Bu noktada dijital medyayı geleneksel medyadan farklı kılan özelliklerine gözetmekte fayda vardır. Bunları; dijitalleşme, etkileşimlilik, çoklu ortam, hipermetinsellik olarak sıralamak mümkündür.

• **Dijitalleşme:** Sayısallaşma olarak da ifade edilen dijitalleşme, veri, ses, müzik, metin, fotoğraf gibi çeşitli biçimlerde her tür enformasyonun "bit"lere (0 ve 1'lere), diğer bir ifadeyle mikroişlemciler yardımıyla bilgisayar diline dönüştürülmesidir. Her çeşit enformasyonun dijital (sayısal) olarak işlenmesi, o enformasyonun saklanması, çoğaltılması, paylaşımını kolaylaştırmaktadır.

• **Etkileşimlilik:** İletişim sürecindeki kaynak ile alıcı arasındaki rol değişimini olanaklı hale getiren, yani kaynağın alıcı, alıcının kaynak olabilmesine imkan veren, kullanıcının içerik üretmesini ve içeriği düzenleyip, yayımlamasını sağlayan teknolojidir.

• **Çoklu ortam (Multimedya):** Bilgisayar tabanlı yeni teknolojilerinin çoklu ortam özelliği, kendi içinde ve dışında yer alan donanım-yazılım unsurlarının birbirlerine bağlanabilir olmasından kaynaklanmaktadır. Böylece her tür veri girişi, veri işleme, verinin depolanması ve verinin dağıtımını farklı elektronik ortamlarda yapılabilir olmaktadır.

• **Hipermetinsellik:** Kısa adı HTML (Hyper Text Markup Language) olan ve Türkçe'ye "hiper (sıçramalı) metin işaretleme dili" olarak çevrilebilen hipermetinsellik, internet ortamında bilgi görüntülemeyi olanaklı hale getiren dosya formatıdır. HTML ile, her tür verinin (hareketli görüntü, ses, metin, fotoğraf vb.) görüntülenebilmesi mümkündür.

Dolgun'un (2008:201) 'tüm toplumsallıkların içine taşındığı alternatif bir kamu ortamına dönüşmekte' olarak nitelediği internetin paralelinde gelişen dijital medya kavramı, esas olarak bilgisayar tabanlı iletişim teknolojilerindeki sürekli yenilenen ve değişen teknolojik gelişmeleri anlatmak için kullanılmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, belli bir teknolojiyi veya teknolojik araçlar grubundan ziyade günümüz iletişim teknolojilerindeki gelişmeyi ifade etmektedir. Çünkü yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin hızına paralel olarak söz konusu teknoloji ve araçlara her geçen gün yenileri eklenmektedir

4. Günümüzde Sosyal Medya

Yeni medya kavramları içinde belki de en çok popüler olanı sosyal medya alanıdır. Sosyal medya, Wikipedia'da yer alan tanımı itibariyle "tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir" (www.tr.wikipedia.org). Daha genel ve sade bir tanımla ise, sosyal medya; sosyalleşmek, diğer kişilerle iletişimde bulunmak, tanıdıkların amaç, yaşam ve hedefleri gibi detayları birbirleriyle paylaştığı, anlık gelişmelerle aktarımların birçok kişi tarafınca bilinmesini sağlayan bir iletişim ağıdır. Sosyal medya takip edilmeyi ve takip etmeyi, kısacası münferit platformda izlenilebilir olmayı getirir. Sosyal medya kişilere birbirlerinin hayatlarındaki en son gelişmeleri haber veren bir habercidir. (İletişim ve Diplomasi: 2013)

Poster'in (1997) da belirttiği üzere internet, bir iletişim aracı olmanın ötesinde günümüzde artık bir toplumsal mekandır. Sıradan birer yurttaş olan bireyler kendilerine sunulan bu iletişim ve etkileşim ortamında söz sahibi olarak her biri sosyal medyanın üyesi (hem tüketicisi, hem de üreticisi) haline gelmiştir.

Sosyal medya platformları; kullanıcı içeriğinin, kişinin kendisi tarafından yayımlandığı, paylaşıldığı her tür platformun genel adıdır. Bireylerin ortak ilgi alanları, ülke ve dünya gündemi, aktiviteler gibi konularda birbirleri ile bağlantı kurarak sosyalleşmelerini sağlayan mobil ve internet servislerinin uygulabildiği platform yazılımıdır. Sosyal medya platformu üzerinde çeşitli bilgi, eğlence, yaşam, hobi, ilgi alanları, mesajlaşma, interaktif, etkinlik, yorum ve içerik paylaşım servisleri geliştirilebilir. Günümüzün

en popüler sosyal medya platformları arasında Facebook ve Twitter bulunmaktadır. Sosyal medyanın bireylere sunduğu kendi iletişim ortamını yapılandırma sürecinin bir ürünü de sosyal ağlar üzerinde kurulan sanal topluluklardır. Bireyler sanal topluluklarda; bilgiye ulaşma ve takip etmenin yanı sıra içerik oluşturma, var olan içeriğe yorum yapma, etiketleme ve paylaşma yoluyla bilgiyi kendi ihtiyaçları doğrultusunda inşa etme imkanı bulmuşlardır. Böylece iletişim ortamlarında birey pasif konumdan sıyrılarak kendi ortamını desenleyen, yorum yapan, katkıda bulunan ve bu katkılarında dolayı sorumluluk taşıyan, ortama ilişkin farkındalık düzeyi gelişmiş konuma geçmiştir. Bugün sanal toplulukları ziyaret etmek, pek çok kişinin günlük aktivitelerinin bir parçası haline gelmiştir.

Sosyal medya, sağladığı olanaklarla birlikte özgürlüğü ve katılımcı bir siber kültürün oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Bugün bireyler tanık olduğu bir olayı herhangi bir kuruma ihtiyaç duymadan sosyal ağlar üzerinde haber yapabilmekte, takipçileri sayesinde geniş kitlelere ulaşarak dağıtımını ve yayılımını sağlamaktadır. Yani her birey siber kültür içerisinde bir haber kaynağı olabilir. Günümüzde özellikle Twitter sosyal paylaşım sitesi bir haber kanalı olarak algılanmakta, güncel bilgilere ve gelişmelere anında ulaşmak amacıyla sıklıkla kullanılmaktadır. İnternet ortamında okurların kendi duygu ve düşüncelerini anlık olarak e-posta, mesaj, yorum ya da anket aracılığıyla bildirmesi, içeriğin oluşturulmasına katkıda bulunduğu anlamına gelir. Geleneksel yayınlarda okur olan bireyler, internetin etkileşimlilik özelliği sayesinde sadece okur olmaktan ziyade aynı zamanda var olan içeriğe katkıda bulunan, yorum yapan, görüş ve önerilerini bildiren kişiler haline gelmişlerdir. Bu rol değişikliği okuyucu alışkanlıklarını büyük oranda değiştirmiştir. Öte yandan sosyal medyanın sahip olduğu mesajın yayılım gücünden yararlanmak isteyen köşe yazarları, sanatçılar ve teknologlar kendi takipçi listelerini oluşturmak için sosyal medyayı kullanmaktalar. Örneğin bazı gazeteci ve köşe yazarları geleneksel medya ortamlarında yayımladıkları günlük yayınlarını sosyal medya ortamında paylaşmaktadır. Bu yazarları takip eden kişiler de yayınlara erişebilmekte, yorum yapabilmekte, hatta yayının içeriğine katkıda bulunabilmektedir. Böylece yazar yayını çok daha fazla kişiye ulaştırabilir, takip edenler de içeriklere hızlı bir şekilde erişerek üretiminde ve yorumlanmasında rol oynar hale gelmiştir. Öte yandan bazı yazarlar da hiçbir ajansa bağlı olmadan, evlerinde oluşturdukları çalışma ortamında sosyal medya araçlarını kullanarak hedef kitlelerine ulaşmayı tercih etmektedir. Yine sanatçılar da gösterileri öncesinde oyun tanıtımları gibi halkla ilişkiler etkinliklerini sosyal medya ortamlarında yürütmekte; gösteri

sonrasında da izleyicilerle bir araya gelerek yorum yapmaktadır. Sosyal medya ortamlarında habercilik alanında değinmemiz gereken bir diğer konu da dijital yayıncılık uygulamalarıdır. Mobil cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya uygulamaları daha kolay ve hızlı bir şekilde erişilebilir hale gelmiştir. Geleneksel medya ortamlarında hazırlanan gazete ve dergiler çoklu ortam içeriklerle desteklenerek ve kullanıcıların içerikle etkileşime girmesi sağlanarak dijital ortamlara taşınmıştır. Bu uygulamalar da bireylerin gazete ve dergi okuma alışkanlıklarında devrim niteliğinde değişikliklere yol açmıştır.

İnsanların kendini ifade edebildikleri bir başka sosyal medya ortamı olan bloglar ya da diğer adıyla internet günlükleri, habercilik anlayışına farklı bir boyut kazandırmıştır. Bloglar, bireylerin beğendikleri bir filme ilişkin yorumlarını yazabildiği, ilgilendiği konularda hazırladığı haberleri paylaşabildiği ya da hiç tanımadığı kişilerle bir konu hakkında fikir alışverişinde bulunabildiği sanal platformlardır.

5. Fikri Haklar

Medya, modern dünyada sosyal yaşamın en önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. Modern birey yaşamı medya aracılığıyla deneyimlemekte, medya aracılığı ile iletişim kurmakta, medya aracılığı ile elde ettiği bilgilerle karar alma süreçlerine dâhil olmaktadır. (Arık:2013) Sosyal medyanın en önemli özelliği ise kullanıcılara kendi içeriklerini üretebilmelerine imkan vermesi. Herkesin kullanımına açık bu içeriklerin üretilmesi sonrasında fikri haklar bağlamında nereye konumlanacağı ise halen tartışılan konulardan biri.

Sosyal medya içeriklerinin fikri haklar açısından önemine geçmeden önce fikri haklar konusuna değinmekte fayda var.

Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun 1. Maddesinde , 'sahibinin hususiyetini taşıyan ve ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri sayılan her nevi fikir ve sanat mahsulü' eser olarak tanımlanmış ve fikri içeriği koruma altına alınmıştır.

İnternet ortamında sunulanlar; metin, resim, grafik, bilgisayar programı gibi her biri eser olan birçok unsurdan oluşmaktadır. Özellikle internet sayfalarının kaydedildiği bir bilgisayar programı olan HTML kaynak kodları Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu md. 2/1' e göre, "her biçim altında ifade edilen bilgisayar programları ve bir sonraki aşamada program sonucunu doğurması koşuluyla bunların hazırlık tasarımları" olduğundan açıkça "eser" kabul edilmiştir (Avşar ve Öngören, 2010:240). Bu yüzden de eser üzerinde

korumanın sağlanabilmesi için düşüncenin internet ortamında şekillenmiş olması yeterli kabul edilmektedir.

FSEK Madde 6/11'de; 'bir bilgisayar programının uyarlanması, düzenlenmesi veya herhangi bir değişim yapılması' "işlenme eser" olarak tanımlanmıştır. Ayrıca bu maddede, 'belli bir maksada göre ve hususi bir plan dahilinde verilerin ve materyallerin seçilip derlenmesi sonucu ortaya çıkan veri tabanları' yine işleme eser sayılır ve koruma hakkından yararlanır.

FSEK Madde 8'de 'bir eserin sahibi onu meydana getirendir' hükmü bağlamında internet içeriğini oluşturan veya siteye sahip olan kişinin eser sahibi sayılabileceği anlaşılmaktadır. Ama eğer kişi içeriği oluştururken müzik, resim, ilim veya edebiyat eserlerini işleyip bağımsız bir eser olan 'işlenme eser' oluşturuyorsa, bağımsız eser sahiplerinden izin almış olması gerekmektedir.

6. Dijital Dünya, Sosyal Medya ve Fikri Haklar

Peki bu noktada sosyal medya içeriklerinin hangi kapsamda ele alınması gerekmektedir? Sosyal medyanın daha önce sayılan özelliklerinde video paylaşım siteleri, bloglar, Facebook ve Twitter gibi siteler aracılığıyla kullanıcıların bir anlamda içerik üreticisi haline geldikleri ifade edilmişti. Kullanıcının içerik üretimindeki aktif rolü onu farkında olmadığı bir takım yasal ve ahlaki sorumluluklarla karşı karşıya getirdiği gibi geleneksel medyada çalışan profesyonellerle aynı işi yapma fırsatına da sahip olmuştur. Burada 'eser sahibinin rızası ile kullanıcılara sunulması' söz konusudur.

Bir eserin ilk defa web sayfası aracılığıyla internet ortamına aktarılması ve kullanıcıların hizmetine sunulması FSEK m. 14 anlamında umuma arz olarak kabul edilmektedir ki umuma arz yetkisi münhasıran eser sahibine aittir. Ancak eser sahibi bu hakkını bizzat kullanabileceği gibi başkalarına da bu hakkı kullanmaları için yetki verebilir.

Günümüzde bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak internet üzerinde pek çok alanda kullanıcı fikirlerini içeren metin veriler bulunmaktadır. Metin veriler veritabanına kaydedilebilen veriler gibi yapılandırılmış biçimde değildir (Aytekin, 2012:114).

İnternet gibi etkileşime açık bir ortamda eserin sunulmuş olması üçüncü kişilerin eser üzerindeki her türlü müdahalelerine rıza gösterildiği manasına gelmese de bu durum eserin en azından şahsi kullanım için çoğaltılabileceği manasına gelecektir. (hukukcu.com, erişim tarihi: 11.01.2014)

Tabii burada kişisel ağ günlükleri de denilen blog sitelerinde kişilerin yazılarını, düşüncelerini, araştırma ve görüşlerini paylaştıkları sınırsız yazla imkanı sunan sitelerdeki yazıların bu kapsama girdiği söylenebilir. Bu siteler aracılığıyla oluşturulmuş içeriğin ‘umuma arz yetkisi münhasıran eser sahibine ait’ olduğu ve kanunun getirdiği haklar çerçevesinde umuma açık olduğu söylenebilir. Avşar ve Öngören (2010:248) internet sitelerinin içeriğinde; şiir, hikaye, makale, deneme, bilgisayar programları gibi ilim ve edebiyat eserleri, bediî niteliği bulunmayan teknik ve bilimsel çizimler, sözlü ya da sözsüz musiki eserleri, güzel sanat eserleri, bunların resimleri, hatta sinema eserlerinin kullanıldığından bahseder. Buna göre bağımsız eserlerin internet ortamında korunması sorunu gündeme gelmektedir. Site ve içerikte kullanılan eserlerin, eser ve bağlantılı hak sahiplerinden yazılı izin veya lisans alınmadan kullanılması veya bunların işlenmesi yoluyla “işlenme”, “seçme ve toplama eser” veya “külliyat” şeklinde yahut başka biçimlerde bağımsız eserlerin yaratılması mutlaka eser sahiplerinin iznini gerektirmektedir. Yazarlar ayrıca eserini internet ortamında kullanıcıların hizmetine sunan veya buna muvafakat eden eser sahibinin, şahsi kullanım için bir müdahaleye izin vermiş kabul edilebileceğini belirtir. Ancak burada hak sahibinin meşru menfaati onu internette her bir kullanım için para ile satmak ise, bu durumda şahsi kullanım, hak sahibinin meşru menfaatine zarar verdiği için hukuka aykırılık söz konusu olur. Boldrin ve Levine (2011:40) konuya başka bir açıdan yaklaşarak, yeni teknolojilerin ve yaratıcı rakiplerin ortaya çıkmasının, halen geçerli olan telif hakları mevzuatının, özellikle karşı koyulması güç bir tekel gücünü korumak ve kazanmak için kullanmaya teşvik ettiğini belirtir.

Ancak Facebook, Twitter gibi anlık paylaşım imkanı sunan, çoğu zaman paylaşım iletilerin sahiplerinin belirtilmediği, enformasyon akışının başdöndürücü bir hızla işlediği mecralarda fikri haklar konusu biraz daha karmaşıklaşmaktadır. Çünkü bir kişinin kendi ürettiği bir iletiyi bir başkası kaynak göstermeden alabilmekte ve paylaşabilmektedir. Sonrasındaki kişilerarası paylaşım o kadar hızlı gerçekleşir ki, iletiyi ilk yazanın kim olduğu genellikle belli olmayabilir. Sosyal ağlarda katılımcılar hem üretici, hem de tüketici konumundadırlar. Dolayısıyla bir kişinin gönderdiği iletinin başkaları tarafından kullanılması dolayısıyla dava açması söz konusu olmamaktadır. Ancak gönderilen ileti bir markanın reklamında, bir yazıda veya bir başka eserde kaynak gösterilmeden kullanılmışsa ve kişi iletinin kendisine ait olduğunu ispatlayabiliyorsa dava söz konusu olabilir. Sosyal medyada fikri içerikler genelde manevi kişilik haklarına saldırı veya saygısızlıktan

dolayı dava konusu olmaktadır. Örneğin, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Melih Gökçek, Twitter adresinden kendisine verilen cevaplar sonucu pek çok kişiye dava açmıştır.

Birçok tür fikir ve sanat eserini aynı anda içinde barındıran web sayfasını işleme eserin bir türü olan derleme eser olarak da kabul edebiliriz. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu 1/B maddesinin d bendinde “özgün eser üzerindeki haklar saklı kalmak kaydıyla, ..muhtevası seçme ve düzenlemelerden oluşan ve bir düşünce yaratıcılığı sonucu olan eser” derleme eser olarak belirtilmiştir. İşte bu kapsama uyan web sayfaları da derleme eserdir. Bu açıdan web sayfası veya bütününde web siteleri bir eser olduğundan bunun izinsiz olarak kısmen veya tamamen kullanılması da hukuka aykırı olur ve ileride belirtilen hukuki ve cezai yaptırımları gündeme getirir. Öte yandan internet web sayfası, sitesi ve içeriğinin eser sayılması hakkındaki bir diğer düzenleme de Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu m. 6/10 ve 11’de bulunmaktadır. Buradaki ifadeye göre; bir bilgisayar programının uyarlanması, düzenlenmesi veya herhangi bir değişim yapılması “işlenme eser” olarak kabul edilir denmektedir (Avşar ve Öngören, 2010:240).

KAYNAKÇA

- [1] ARIK, Emel; ‘**Sıradan İnsanın Yükselişi: Sosyal Medya Şöhretleri**’, İletişim ve Diploması, , Sayı: 1, Ankara, 30 Eylül 2013.
- [2] AVŞAR, Zakir ve ÖNGÖREN, Gürsel; **Bilişim Hukuku**, Türkiye Bankalar Birliği, İstanbul, 2010.
- [3] AYTEKİN, Çiğdem; ‘**Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciligi**’, ss. 102-123, içinde YENGİN , Deniz (editör); **Yeni Medya ve...**, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 2012.
- [4] BİNARK, Mutlu ve BAYRAKTUTAN Günseli; **Aynı Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik**, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2013.
- [5] BİNARK, Mutlu (derleyen); **Yeni Medya Çalışmaları**, Dipnot Yayınları, Ankara, 2007.
- [6] BOLDRIN, Michele ve LEVINE, David K.; **Entelektüel Tekele Karşı**, çev. Başak Bingöl, Sel Yayınları, İstanbul, 2011.
- [7] CROWLEY, David ve HEYER, Paul; **İletişim Tarihi**, çev. Berkay Ersöz, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011.

- [8] DOLGUN, Uğur; **Şeffaf Hapishane yahut Gözetim Toplumu**, Ötüken Yayınları, İstanbul, 2008.
- [9] GERAY, H, **İletişim ve Teknoloji**, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2003.
- [10] İRAK, Dağhan ve YAZICIOĞLU Onur; **Türkiye ve Sosyal Medya**, Okuyan Us Yayınları, İstanbul, 2012.
- [11] LYON, David; **Günlük Hayatı Kontrol Etmek: Gözetlenen Toplum**, çev. Gözde Soykan, Kalkedon Yayıncılık, 2006.
- [12] TÖRENLİ, Nurcan, **Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2005.
- [13] Yayınları, Ankara, 2005.
- [14] GÜNÜZ, Uğur; PEMBECİOĞLU, Nilüfer; **“Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya”**, ss. 311-338, Yeni Medya Üzerine... içinde, ed.Müge Demir, Literatürk Yayınları, Konya, 2013.
- [15] <https://tr.wikipedia.org/wiki/internet>
- [16] <http://www.hukukcu.com>