

## GİRİŞ

15 Ocak 2004 kabul tarihli, 5070 sayılı ELEKTRONİK İMZA KANUNU ( Resmi Gazete ile Neşir ve İlânı: 23 Ocak 2004 - Sayı: 25355 ) yürürlüğe girmiş olmasına karşın, elektronik imza uygulaması ülkemizde istenen veya beklenen etkinliğe ulaşmamıştır. Bu konuda ne yasa koyucunun ne de yürütmenin kapsamlı bir çalışma ortaya koymadığı bilinmektedir.

Elektronik İmza Kanununda eksikliği hissedilen ve çok önemli olduğu halde dikkate alınmadığını düşündüğümüz düzenleme A.B.D. “ **Küresel ve Ulusal Ticarete Elektronik İşaretler Yasası – Electronic Signatures in Global and National Commerce Act** ” nın 4. maddesinde Ek Çalışmalar başlığı altında düzenlenmiştir. Buna göre “ Yasa yürürlüğe girdikten sonra A.B.D. Ticaret Bakanlığı 12 ( Oniki ) ay içerisinde araştırma ve soruşturma yaparak, elektronik ticaret için tüketicilerin verdiği rızanın, bu yolla verilmesinden doğan külfetler ve yararlar ile elektronik posta ile gönderilen kayıtların, özel ya da resmi posta servisi aracılığı ile gönderilen yazılı kayıtlara göre ne derece etkin kullanıldığı ve teslim alındığını kontrol edecek ve sonucu Amerikan Kongresi’ne rapor edecektir. ”

Benzer çalışmanın ülkemizde de yapılması, elektronik imzanın ilgili ekonomik alanlarda ve tüketiciler üzerindeki etkilerinin araştırılması bakımından önem taşıdığı gibi, kanunun geliştirilmesine de katkı sağlayacaktır.

Aslında, Elektronik İmza Kanunu’nun Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında ki Yönetmeliğin Faaliyet Raporu başlığını taşıyan 33. maddesi ile Hüküm Bulunmayan Haller başlığı altında düzenlenen 35. maddesinin bu yönde bir çalışma yapılabilmesine olanak tanıdığı düşüncesindeyim. Söz konusu maddeler Bakanlık tarafından A.B.D. örneğinde olduğu gibi, hatta daha kapsamlı olarak uygulanırsa yasanın amacı, yorumlanması, uygulanması ve geliştirilmesi bakımından da aydınlatıcı olacağı açıktır.

İşte bu düşünceler ışığında aşağıda U.S.E-SIGN Yasası 105 (a) Bölümü hakkında hazırlanmış ve ülkemizde yayınlanmamış A.B.D. Ticaret Bakanlığı “ FEDERAL KAYIT BİLDİRİSİ ” tercümesi yapılarak konu ile ilgili tüm çevrelerin incelemesine sunulmuştur.

### HAZIRLAYANLAR

Av. ONUR ÜNAL – Bursa Barosu

**İstanbul Bilgi Üniversitesi Hukuk Fakültesi**

**Ekonomi Hukuku ( LL.M. )Yüksek Lisans**

Stj. Av. Kürşat YILMAZ – Bursa Barosu

## FEDERAL KAYIT BİLDİRİSİ

**TİCARET BAKANLIĞI**  
**Ulusal İletişim Ve Bilgi İdaresi**

### **Küresel ve Ulusal Ticarete Elektronik İşaretlerin Kullanılması Yasası 105 (a) Bölümü Hakkında Bildiri, Talep veya Açıklamalar**

**Kurum** : Ulusal İletişim ve Bilgi İdaresi, Birleşik Devletler Ticaret Bakanlığı

**Görev** : ESIGN Yasası 105 (a) Bölümü hakkında açıklama talebi

**Özet** : NTIA, ESIGN Yasası 105 (a) Bölümünü görüşmek ve bunun hakkında fikir bildirmeleri için ilgili tarafları davet etmiştir. **Yasanın 105 (a) Bölümü, Ticaret Bakanı'ndan, Birleşik Devletler Posta Servisi (USPS) veya özel hızlı posta servisleri yoluyla yazılı kayıtların dağıtımına kıyasla elektronik postayı kullanan tüketiciler açısından, elektronik kayıtların dağıtımının etkinliği üzerine bir araştırma yürütmesini ve Kongre ye bir rapor sunmasını istemektedir.** Bu raporla ilgili olarak, bu Federal Kayıt Bildirisi ile ilgili taraflardan açıklama talep etmeyi amaçlamaktadır.

NTIA, kamuyu ESIGN Yasası 105 (a) bölümü hakkında yazılı veya elektronik bir şekilde fikrini beyan etmesi için davet etmiştir. Bu bildiriye karşı sunulan bütün açıklamalar NTIA'nın web sitesinde yayınlanacaktır.

**Tarih** : İlgili taraflar, 21 Nisan 2001 den önce fikir beyanında bulunmak için davet edilmiştir.

## TAMAMLAYICI BİLGİLER

### 1. Arka Plan

Bilgi teknolojisindeki ilerlemeler; uluslararası ve ulusal ticari işlemlerde internet kullanımının artışı, Birleşik Devletler işletmelerine ve tüketicilerine önemli menfaatler / yararlar sağlamıştır. E-ticaret, geçen yıllarda Birleşik Devletler ekonomisinin önemli bir şekilde gelişmesine yardımcı olmuştur. Sayım Bürosu istatistikleri, toplam perakende e-ticaret satışları, 2000 yılı için 25, 8 milyar dolara ulaştığını ve toplam perakende satışlar içerisinde %0,8 oranında olduğunu göstermektedir. İnternet üzerinden ticari işlemlerin sayısında son birkaç yılda artış olmasına rağmen, elektronik ticari işlemlerde elektronik belgelerin ve işaretlerin kullanılmasına sağlayan ulusal kuralların bulunmaması internet ticaretinin gelişimi açısından var olan en büyük sorunlardan bir tanesidir.

**Elektronik ticarete sürekli bir gelişimi desteklemek için Kongre 30 Haziran 2000 de ESIGN Yasasını çıkardı. ESIGN Yasası, elektronik belgelerin ulusal ve uluslararası ticarete kullanımını kolaylaştırmakta ve elektronik sözleşmelerin ve işaretlerin geçerliliğini ve uygulanabilirliğini güçlendirmektedir.** Yasa, işletmelere – tüketicilere yasal olarak yazılı bir şekilde sağlanması gereken elektronik belgelerin suretlerini iletme ve tüketicilere bu belgelerin elektronik suretlerini alma olanağı sunmaktadır. **Bununla birlikte Yasa, yazılı şekilde sunulması gereken bütün belgelere ve bildirilere uygulanmamaktadır.**

**Yasanın 105(a) Bölümü, Ticaret Bakanı' nı, elektronik kayıtların dağıtımında elektronik postanın etkinliğini, belgelerin dağıtımının geleneksel yöntemleriyle kıyaslayarak bir araştırma yapmakla ve araştırma sonuçlarını 30 Haziran 2001 den önce Kongreye rapor etmekle görevlendirmiştir.** NTIA, belge dağıtımını geleneksel yöntemleri ile kıyasla elektronik belgelerin dağıtımında elektronik postanın etkinliği konusunda ve bu Bildiride hazırlanan özel konulara ilişkin fikirlerinin bildirmeleri için ilgili tarafları çağırmıştır.

Geçtiğimiz günlerde NTIA; Yasa' nın 105(b) Bölümü hakkında Federal Ticaret Komisyonu ( “ Federal Trade Commission ” – “ FTC ” ) ile beraber yürütülen bir ortak çalışma üzerine genel bir açıklama yapmıştır. Yasanın, tüketici onayı koşulları ile ilgili 105(b) Bölümü altında yürütülen bu ortak çalışma bu bildiri için hazırlanmış çalışmadan ayrıdır. Bu süreçte beyan edilen fikirler 105(b) bölümü hükümleri altında yasanın tüketici onayı şartları ile ilgili Kongre' ye rapor hazırlamada kullanılabilir. Taraflar, bu çalışmada göz önüne alınması gereken 105(b) Bölümü altındaki ortak çalışma ile birlikte sunulan her açıklamayı atıfta bulunarak belirtmeli veya birleştirmelidir.

### 2. Kongre' ye Verilen Raporun Kanuni İfade Tarzı

Elektronik postanın etkinliği üzerine Kongre' ye verilecek rapor için Ticaret Bakanı' ndan istenilen kanuni ifade tarzı, Yasa' nın 105(a) Bölümü – Çalışmalar – başlığında yer almaktadır.

**DAĞITIM:** Bu kanunun kabul edilmesinden itibaren 12 ay içerisinde Ticaret Bakanı, USPS veya özel hızlı posta servisleri yoluyla yazılı kayıtların dağıtımına kıyasla, elektronik postayı kullanan tüketiciler açısından elektronik kayıtların dağıtımının etkinliğine ilişkin bir araştırma yapacaktır. Bakan, bu 12 aylık periyodun bitiminde ortaya çıkan sonuçlara ilişkin bir raporu Kongre' ye sunacaktır.

### 3. Özel Sorunlar

Bakanlık aşağıdaki özel sorunlar hakkında açıklama istemektedir.

#### I. Genel Sorunlar

- a. Her ayda yaptığımız, bir sonraki gün veya aynı gün ihtiyaç duyulan, dağıtım işlemleri yüzdesinin bir değerlendirmesini sağlayın.
- b. Posta servisinin Pazar günü dağıtım yapmaması gerçeğinin 1(a)' ya dahil edilen işlemleri karmaşılaştırmasının tahmini yüzdesi ne kadardır?
- c. Elektronik iletimle yaşadığımız tüm dağıtım sorunlarını tanımlayınız. Bunlar, kayıtların dağıtımı için posta hizmetini, özel hızlı posta veya kurye servislerini kullanma sırasında yaşadığınız herhangi bir problemle nasıl karşılaştınız?

#### II. Ticari Sorunlar

- a. Tüketicilere dağıtım mekanizmaları ( elektronik veya geleneksel ) seçimi sunuyor musunuz? Piyasa, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayacak derecede gelişmiş mi?
- b. Müşterilerinize, belgelerin elektronik dağıtımı, posta servisi yoluyla dağıtımı veya hızlı posta servislerince dağıtımı arasından herhangi bir seçenek sunmanızın işinize yararını açıklayınız. Birden fazla dağıtım şekli sunma kararınızda maliyet önemli bir faktör mü?
- c. Kâğıtların tasfiye edilmesi işinizde ne kadar önemlidir?
- d. Yazılımınız tam olarak elektronik “ dosya ” yazışmalarını ve tüketiciden alınan onayları izlemeye yeterli mi?
- e. Elektronik işlemlerin göndericilerinin / imzalarının kontrolü için ( eğer varsa ) ne tür yöntemler kullanıyorsunuz?
- f. İşinizde ne çeşit onay mekanizmaları kullanıyorsunuz?
- g. Elektronik dağıtımı belgelendiren üçüncü kişiler konusunda ne tür yöntemler kullanıyorsunuz?
- h. Bir tüketiciden alınan bilgi hangi şartlar altında paylaşılmış olacaktır?

- i. Evrensel bir hizmet sağlıyor musunuz? ( örn; tüm coğrafi yerlere dağıtım )
- j. Lütfen, işletmenizin hizmet ettiği, günlük dağıtımlar alanların sayısının yüzdesini, her bir kaç günde bir alınan dağıtımlar gibi değerlendirin. Eğer uygulanabilirse, daha hızlı bir dağıtım için her birkaç günde bir dağıtım alan ve ayrıca sizin elektronik hizmetlerinizi kullananların sayısını belirleyin.

### III. Tüketici Sorunları

- a. Elektronik belge almaya olanak sağlayan araçların erişimine sahip misiniz?
- b. Elektronik kayıtların alımı olanağına sahipseniz ve fakat tercih etmiyorsanız, bu durum bir işi yürütmek için gereken teknolojiye sahip olmadığınız anlamına mı geliyor?
- c. Deneyimli bir tüketici veya deneyim beklentisine sahip biri olarak, elektronik kayıtların alımındaki bütün külfetleri açıklayınız?
- d. Elektronik kayıt alımının ve elektronik alındı onayının kullanılışlılığını ve külfetlerini bir yazılı kayıt alımının kullanılışlılığı ve külfetleri ile karşılaştırınız.
- e. Elektronik kayıtların varlığının, kayıt saklama kolaylığını olumlu ya da olumsuz olarak nasıl etkilediğini tanımlayınız.
- f. On – line gizlilik ve güvenlik ile ne kadar ilgilisiniz? Karşılaştığımız özel sorunları tanımlatınız. ( örn; virüsler, vb. )
- g. Gizli yazılı belgelerin iletimleri veya depolamaları süresince korunmalarıyla ilgili endişelerinizi tanımlayınız. E – posta yoluyla alınan elektronik belgelerin veya yazılı belgelerin gizliliğinin korunmasıyla ilgili endişelerinizin olup olmadığını belirtin.
- h. Tüketicinin e – posta adresi değiştiğinde bir bildirimde bulunması zorunluluğu gerçeği elektronik işlemleri karmaşık bir duruma mı getiriyor? Eğer öyleyse, bu durum ne ölçüde önemlidir?
- i. Elektronik işlemler, sahtekârlık ve kimlik hırsızlığı konusunda var olan potansiyeli arttırmakta mıdır?

#### IV. Teknoloji Sorunları

- a. Elektronik kayıtların iletimi bakımından uygunluğu sağlamak için yazılım güncellemenin tüketici ve işletmeler açısından belirlenen maliyeti nelerdir?
- b. İletimlerin güvenilirliğini sağlamak açısından ne çeşit teknolojiler kullanılmaktadır? Örneğin; işletmeniz, akıllı kartlardan, şifreleme sisteminden veya şifre koruma araçlarından faydalıyor mu? Bu araçlar ne derecede etkili?
- c. On – line güvenliği korumada, kimliği saklayan ( **anonymizer** ) tipteki programlar etkili midir? Bu tür programlar belgelendirmeyi etkisiz mi kılıyor?
- d. İşletmeniz biometriyi sağlıyor mu? / kullanıyor mu?
- e. İşletmeniz, tüketicilerin elektronik iletim yaparken engellerle karşılaşması halinde, onlara teknik destek sağlıyor mu?

## GENEL AÇIKLAMA

Küresel ve Ulusal Ticarete Elektronik İşaretler Yasası'nın ( " ESING Yasası " ) 105( a ) bölümü, Ticaret Bakanlığı'nı ( " Bakanlık " ) bir araştırma yapmaya ve evrakların Birleşik Devletler Posta Servisi ve özel hızlı posta servisleri yoluyla dağıtımını ile kıyaslayarak elektronik postanın etkinliği hakkında Kongre'ye rapor vermeye yönelmektedir.

" Etkinlik " terimi, E-SIGN Yasası'nda veya Yasa'nın kanunlaşma sürecinde tanımlanmamışken, Bakanlık'ın genel yorum analizi, elektronik ve geleneksel posta dağıtım sistemleri arasında kayıtların dağıtımını etkileyen spesifik farklılıkları ortaya çıkarmaktadır. Bu ayırt edici etmenler dört hususu gündeme getirmektedir: Evrensel Erişim – Güvenilirlik - Belgelendirme ve Gizlilik / Güvenlik.

Geleneksel posta dağıtımını evrensel erişim bakımından elektronik postadan farklıdır, çünkü elektronik postaya ulaşım bir bilgisayar, cep telefonu veya diğer iletişim ekipmanlarını gerektirirken; yazılı posta, alıcı açısından hiçbir maliyet söz konusu olmadan elde edilebilir. Yazılı postanın güvenilirliği, bir kişiye gönderilen postanın genel olarak posta kutusunun içinde veya posta ofisinde alıcı tarafından ( veya yetkili bir kişi tarafından ) alınana kadar süresiz olarak durması veya alıcının yeni adresine gönderileceği gerçeği sayesinde kanıtlanmıştır. Bunun tam tersi olarak, e – posta yoluyla bir kişiye gönderilen elektronik bir kayıt alıcı tarafından tam olarak okunmadan önce İnternet Servis Sağlayıcısı'ndan ( İnternet Service Provider - ISP ) veya sunucudan ( server ) her an kaybolabilir ve alıcının internet adresi değişmiş veya alıcı taşınmışsa alıcıya gönderilemeyebilir. Kağıt üzerindeki işlemlerin tersine, elektronik işlemler özellikle tarafların önceden var olan bir iş ilişkisine sahip olmadıkları yüz yüze görüşmedikleri yerde belgelendirme sorununu gündeme getirir ve her iki tarafın kimliklerinin belirlenmesine ihtiyaç duymaktadır. **Posta yoluyla gönderilen mesajlara ulaşma ihtimaline ilişkin maddi sınırlamalardan dolayı posta servisi tarafından dağıtılan mesajın engellenmesi, yeniden gönderilmesi veya değiştirilmesi ihtimalini içeren gizlilik ve güvenlik kaygıları, e – posta yoluyla gönderilen mesajlara oranla daha az olabilir.**

**Bu noktada analizimizin temeli, Bakanlık'ın, tam anlamıyla gelişmiş bir ekonomi için her iki tür iletim metodunun da gerekli olduğu sonucuna varmasıdır.** Elektronik posta ve geleneksel postanın her ikisiyle de ilgili çok büyük menfaatler söz konusudur ve her bir metod müşteriler ve işletmeler tarafından farklı sebeplerle tercih edilmektedir. Bir müşterinin veya işletmenin geleneksel dağıtım metoduna karşı elektronik dağıtımını seçip seçmemesinde belirli etmenler önemli bir rol oynar. Örneğin, elektronik posta evrensel olarak ulaşılabilir nitelikte değilken, belirli belgeler için daha ucuz bir dağıtım sistemi sunmaktadır. Tam tersi bir şekilde, geleneksel posta daha yüksek maliyetliiyken, bazı işlemler açısından daha güvenli bir ortam sunabilmektedir.

Bütün bu etmenlere rağmen, elektronik posta dağıtımını ve geleneksel posta dağıtımının her ikisi de müşteriler ve işletmeler için etkili bir iletişim metodu olarak kalmaya devam edecektir. E-SIGN Yasası **elektronik işaretlerin kullanılmasını** onaylayarak, elektronik dağıtımın kullanımını desteklemekte olup, bilgisayar bağlantılı gizlilik ve güvenlik gibi daha büyük bir erişimin gelişmesine yardımcı olan politikalar, elektronik dağıtımın işlevini geliştirmeye devam edecektir. Bu arada, **Bakanlık, öngörülebilir bir gelecekte elektronik postanın, geleneksel posta dağıtımının yerini alacağını sanmamaktadır.**

## I. ARKA PLAN

30 Haziran 2000 tarihinde, Kongre; “ Küresel ve Ulusal Ticarete Elektronik İşaretler Yasası ” nı ( “ E-SIGN Yasası ” )<sup>1</sup> kabul etmiştir. E-SIGN Yasası, açıklama ve bilgi gönderilmesi ve kabul edilmesinde, belgelerin toplanması ve muhafaza edilmesinde, sözleşmelerin şekli ve imzalanmasında elektronik teknolojiyi kullanma yolundaki yasal engelleri ortadan kaldırarak ve elektronik işaretler – işlemler için ulusal bir alt yapı temin ederek elektronik ticareti geliştirmeyi amaçlamaktadır. Yasanın 105 ( a ) bölümüne göre;

“ Bu yasanın kanunlaştırılma tarihinden sonraki on iki ay içerisinde, Ticaret Bakanı, Birleşik Devletler Posta Servisi ve özel hızlı posta servisleri yoluyla yazılı kayıtların dağıtımını ile karşılaştırmak suretiyle, elektronik kayıtların, elektronik postanın kullanılması ile tüketicilere dağıtımının etkinliğine ilişkin bir araştırma yapacaktır. Bakanlık, bu on iki aylık periyodun sonucuna bakarak, araştırmanın sonuçlarını ilgilendiren bir raporu Kongre’ ye verecektir... ”<sup>2</sup>

Birleşik Devletler Ticaret Bakanlığı’ nın ( U.S. Department of Commerce ) bir kurumu olan Ulusal Telekomünikasyon ve Bilgi İdaresi ( “ National Telecommunications and Information Administration ” – “ NTIA ” ) bu çalışmayı Bakanlık adına yapmıştır. NTIA, iletişim ve bilgi politikası hususlarında temel icra organı kuruluşudur ve ülkenin teknolojik ve ekonomik ilerlemesini etkileyen konularda Başkan’ a ve Ticaret Bakan’ ına bilgi verir.<sup>3</sup>

Elektronik postanın geleneksel posta dağıtımına karşı etkinliği üzerine yapılan bu araştırmada, NTIA, Birleşik Devletler Posta Servisi ( “ Posta Servisi ” veya “ USPS ” ) , Birleşik Paket Servisi ( “ UPS ” ) ve Federal Ekspres Şirketi ( “ FedEx ” ) gibi genel kurumlardan çeşitli bilgiler almıştır. 26 Şubat 2001’ de, NTIA, E-SIGN Yasası’ nın 105( a ) bölümündeki açıklamalara dayanan bir Federal Sicil İlanı yayımlamıştır.<sup>4</sup> Bu duyuru, geleneksel postaya karşı, elektronik postanın ( e – posta ) etkinliğini kapsayan hususlara ilişkin sorunların ana hatlarını belirtmektedir. Araştırmacılar, çeşitli tipteki tüketiciyi savunma kuruluşlarını, Posta Servisi’ ni, özel hızlı posta dağıtım şirketlerini, finansal kuruluşları ve ilgili diğer üçüncü kişileri de hesaba katmıştır.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Kanunun Yayınlanma Numarası 106 – 229, 114 Kanun 464 ( 2001 )

<sup>2</sup> *Id*

<sup>3</sup> İletişimin Belgelendirilmesi Kanunu Yayınlanma Numarası 102 – 538, 106 Kanun 3533 ( 1992 )

<sup>4</sup> 66 Federal Kayıt İlanı 13048 ( 2 Mart 2001 ). İlanın bir kopyası bu rapora Ek - A olarak eklenmiştir.

<sup>5</sup> Bütün açıklamalar Ulusal İletişim ve Bilgi İdaresi’ nin web sitesi [www.ntia.doc.gov/ntiahome/ntiageneral/esign/comments/index.html](http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/ntiageneral/esign/comments/index.html) ile uyumludur. Araştırmacıların bir listesi ve kendilerine başvuru alan araştırmacıların kısaltmaları bu rapora Ek B olarak eklenmiştir. Her açıklama bakımından ilk olarak başvuru alan kuruluşun açık adı, kısaltmasını ve sayfa numarasını içerecektir. Daha sonraki kaynaklar [ Kısaltma ] – [ Sayfa ] şeklinde yer alacaktır.

NTIA, ayrıca;

- 1.) Tüketici vekilleriyle, kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla ve ticari işletmelerle toplantılar düzenleyerek,
- 2.) Hükümet ve ticari işletmelerin web sitelerini inceleyerek,
- 3.) Elektronik posta dağıtımını ve geleneksel posta dağıtımını ile ilgili araştırma yaparak, konuyla ilgili bilgi toplamıştır.

**NTIA analizi her şeyden önce iki ayırt edici etmeden etkilenmiştir:**

1) Bu iki vasıtanın – elektronik posta ve geleneksel posta – görevi ve amacı birbirinden farklıdır ve doğrudan kıyaslanabilir bir nitelikte değildir. Geleneksel posta dağıtımını, yayan ( yürüyerek ) dağıtım halinden posta arabasına, diğer ulaşım şekillerine kadar ki gelişimi boyunca, Birleşik Devletler’ deki her bireye kadar evrensel bir dağıtım direktifine sahip bulunmaktaydı.<sup>6</sup> Elektronik posta dağıtımını ise, aynı direktife sahip değildir. Elektronik posta her şeyden önce, iletim ve dağıtım için özel kurumlar aracılığıyla, bilgisayarlardan veya diğer iletişim araçlarından yararlanmayı sunmuştur.

2) “ Etkinlik ” terimi, E-SIGN Yasası’ nda veya yasanın kanunlaşma sürecinde tanımlanmamıştır.<sup>7</sup> Bununla birlikte, “ etkinlik ” genel olarak, “ istenilen bir sonucu, etkiyi veya bir amaç için hareket eden bir şeyi elde etmek için, bir neden, sonuç, güç veya kapasite vasıtasıyla bir şeye neden olma ”<sup>8</sup> olarak tanımlandığını belirtelim. Geleneksel posta dağıtımına göre, elektronik postanın etkinliği araştırması, araştırmacılar tarafından belirlenen şu dört konu üzerinde odaklanmıştır:

- 1.) Evrensel Erişim,
- 2.) Güvenilirlik,
- 3.) Belgelendirme,
- 4.) Gizlilik - Güvenlik

Bu raporda, araştırmacılar tarafından belirlenen, elektronik posta dağıtımının geleneksel posta dağıtımına karşı olan nisbi başarısını etkilemesi muhtemel kritik sorunları açıkladık ve analiz ettik.

---

<sup>6</sup> Birleşik Devletler Posta Servisi’ nin Tarihçesi ( 8 Haziran 2000’ de site ziyaret edilmiştir) – [www.usps.gov/history/hisl.htm](http://www.usps.gov/history/hisl.htm)

<sup>7</sup> Kanun Yayın Numarası 106 – 229, 114 Kanun 464 ( 2001 )

<sup>8</sup> Webster’ s II New Riverside Üniversitesi Sözlüğü 418 ( 2001 )

Raporun devam eden açıklamaları aşağıdakileri içermektedir: **a)** Elektronik posta dağıtımının etkinliğine tesir edecek var olan İnternet ekonomisindeki arka plan, **b)** Elektronik posta kullanımının gelişim analizi, **c)** Bu süreç ve bağımsız araştırmada sıralanmış olan açıklamalara dayanarak Bakanlık' ın, elektronik posta dağıtımının elektronik olmayan posta dağıtımına karşı etkinliği üzerine sonuç yazısı.

## **II. GELENEKSEL POSTAYA KARŞI ELEKTRONİK POSTA - GELİŞEN GÖRÜNÜMÜN BİR FOTOĞRAFI**

### **A. İnternet Ekonomisi**

On yıldan az bir süre önce, elektronik ticaret ( “ e – ticaret ” ) endüstrisindeki ilerlemelerin, iş hayatındaki işleyişi ne şekilde etkileyeceği tahmin edilemezdi. 2000 yılında, toplam perakende satışların %0,8' i göz önüne alındığında, e – ticaret satışları 25,8 milyar dolara ulaşmıştır.<sup>9</sup> E – ticaret işlemlerinin gelişimi, internet üzerinden yapılan karmaşık ve komplike işlemlerin sayısındaki artışla birlikte oluşmuştur. Sayım Bürosu' nun 1999 ( uygun olan en yakın yıl ) hesaplarına göre, e – ticaret geliri, komisyonculuk tahvilleri bakımından 3,8 milyar dolar ve internet üzerinden bilgi servisi bakımından 1 milyar dolardır.<sup>10</sup> İnternet üzerinden yapılan komplike işlemlerin artışının bir sonucu olarak, bu tip işlemler açısından artan bir kanuni geçerlilik kazandırma ihtiyacı söz konusudur.

Haziran 2000' de, Kongre ESIGN Yasası' nı kabul ederek bu konuya yönelmeye çalışmıştır. Yasanın 101( a ) bölümü, elektronik kayıtları ve işaretleri yazılı ( geleneksel ) eşleriyle yasal olarak aynı düzeye koymaktadır.<sup>11</sup> Bu bölüm, iç – dış ticareti etkileyen veya iç – dış ticaretteki işlemlerle ilgili kayıtların ve işaretlerin hukuki sonuçlarının geçerliliklerinin veya tek başlarına uygulanabilirliklerinin, elektronik biçimde olmalarından veya elektronik bir kayıt veya işaretin kendi şeklinde kullanılmış olmalarından dolayı reddedilemez nitelikte olduğunu belirtmektedir.<sup>12</sup>

ESIGN Yasası hükümleri açısından elektronik kayıtların ve işaretlerin kullanımı ve kabulü ihtiyari olmasına rağmen, müşterilerin bu işlemlere olan artan güveni, itimadı ve bu işlemleri kullanımı ve kabulü Birleşik Devletler' deki elektronik ticaretin gelişiminin önemli bir parçası olarak ortaya çıkmaktadır.<sup>13</sup> Müşterinin elektronik işlemlere olan güveni artarken, geleneksel posta dağıtımını, müşteri seçimindeki dağıtım metodu olmaya devam etmektedir.

<sup>9</sup> Birleşik Devletler 2001 yılı ilk çeyreği bakımından Birleşik Devletler Bürosu, Ekonomi ve İstatistik İdaresi, Birleşik Devletler Ticaret Bakanlığı' ndan alınan tahmini perakende e – ticaret satışları, 16 Mayıs 2000

<sup>10</sup> E – Stats, Birleşik Devletler Sayım Bürosu, Ekonomi ve İstatistik İdaresi ve Kuzey Amerika Endüstri Sınıflandırma Sistemi' nden alınan 1999 yılı belirlenen hizmet sektörleri açısından tahmini e – ticaret gelirleri, 07 Mart 2001, Tablo 3

<sup>11</sup> Kanun Yayınlanma Numarası 106 – 229, 114 Kanun 464 ( 2000 )

<sup>12</sup> *Id.* .....

<sup>13</sup> *Id.* .....

## B. Elektronik Postaya Karşı Gelişen Güven

Genel olarak posta ofisi tarafından kullanılan materyali ifade eden “ posta ” terimi, mektupların ve mesajların atlı postacıların seyahat çantalarında taşınmasından günümüze kalan bir terimdir.<sup>14</sup> USPS, günde 500 milyondan fazla posta dağıtan dünyanın en büyük posta kurumudur.<sup>15</sup> Bu durum, uzun soluklu bir evrensel hizmet geçmişinin varlığını ve yüksek düzeyde bir müşteri memnuniyetini kanıtlamakta<sup>16</sup> USPS, geleneksel posta dağıtımının; internet gibi elektronik alternatiflerden kaynaklanan ve yükselen rekabete dayanmakta olduğunu belirtmektedir.<sup>17</sup> Ayrıca USPS, FedEx, DHL gibi özel hızlı posta dağıtım servisleri “ acil ” posta ve paket dağıtım sektörünü geliştirmeye devam etmekle birlikte,<sup>18</sup> aynı zamanda elektronik posta ile rekabete de dayanmaktadır.

Elektronik postanın etkisi, Birleşik Devletler Genel Muhasebe Bürosu ( “ U.S. General Accounting Office ” – “ GAO ” ) tarafından geleneksel posta hacminin, kâğıt işlemlerini azaltmak ve elektronik fatura – ödeme yollarını benimsemek için, federal kurum direktiflerince değiştirildiğini belirten bir rapor ile onaylanmıştır.<sup>19</sup> Örneğin, Kâğıt İşlerinin ( Kırtasiyeciliğin ) Azaltılması Yasası’ ndan dolayı 1999 mali yılında Maliye Bakanlığı tarafından gönderilen 880 milyon Sosyal Güvenlik fişi, vergi iadesi ve diğer ödemelerin % 68’ i elektronik olarak gönderilmiştir.<sup>20</sup> Bu bakımdan, söz konusu belgelerin fiziksel olarak ( geleneksel yöntem ile ) dağıtımının milli gelir içindeki zararı 180 milyon dolar olarak hesaplanmıştır.<sup>21</sup> Bundan başka, bankacılık endüstrisi postalama hacminin 1996 – 99 yılları arasında % 18 oranında azaltıldığını belirtmiştir ve bu belirlemenin doğrudan bir sonucu olarak, posta merkezli faturalamanın ve ödemelerin uygulanmasının elektronik versiyondan daha masraflı olduğu ortaya çıkmaktadır.<sup>22</sup>

---

<sup>14</sup> Birleşik Devletler Posta Servisi’ nin Tarihçesi ( 7 Haziran 2000 tarihinde site ziyaret edilmiştir ) - [www.usps.gov/history/hisl.htm](http://www.usps.gov/history/hisl.htm)

<sup>15</sup> Birleşik Devletler Posta Servisi ve Pitney Bowes Şekli Postalama Endüstrisi Görev Yetkisi, Business Wire, 27 Mart 2001, LEXIS ile uyumlu, Pazar ve Endüstri, Endüstri ve Sorun

<sup>16</sup> Birleşik Devletler Posta Servisi: Büyük Yönetim Yarışları ve Program Riskleri, sf. 6, ( GAO – 01 –262, Ocak 2001 ) ( 8 Haziran 2001’ de site ziyaret edilmiştir ), [www.gao.gov](http://www.gao.gov) , Birleşik Devletler Posta Servisi sf. 4

<sup>17</sup> Birleşik Devletler Posta Servisi: Büyük Yönetim Yarışları ve Program Riskleri, sf. 6, ( GAO – 01 –262, Ocak 2001 ) ( 8 Haziran 2001’ de site ziyaret edilmiştir ), [www.gao.gov](http://www.gao.gov)

<sup>18</sup> USPS yurt içi posta dağıtımının tahminen % 55’ ini temsil etmektedir ve yaklaşık olarak 24 milyar dolar yıllık gelir sağlamaktadır, United Parcel Servis, 2000 Yıllık Rapor 32 ( 2001 ) ( UPS Yıllık Rapor ) Aynı şekilde, FedEx 9,96 milyar dolarla yurt içi dağıtımda % 23’ lük bir pay yakalamıştır. Federal Ekspres Kurumu, 2000 Yıllık Rapor 9 ( 2001 ) . Geriye kalan % 22’ lik bir oran ise USPS, DHL ve diğer küçük şirketler arasında paylaşılmıştır. DHL 2000 Worldwide Ekspres Corporate Raporu 3 ( 2001 ) ( DHL Corp. Raporu )

<sup>19</sup> Birleşik Devletler Posta Servisi: Büyük Yönetim Yarışları ve Program Riskleri, sf. 6, ( GAO – 01 –262, Ocak 2001 ) ( 8 Haziran 2001’ de site ziyaret edilmiştir ), [www.gao.gov](http://www.gao.gov)

<sup>20</sup> *Id*

<sup>21</sup> Birleşik Devletler Posta Servisi: Elektronik Ticaretle İlgili Posta Servisleri ve Kanunlar, sf. 6 ( GAO / GGF – 00 – 188, Eylül 2000 ) ( 8 Haziran 2000’ de site ziyaret edilmiştir ), [www.gao.gov/e/new.items/gg00188.pdf](http://www.gao.gov/e/new.items/gg00188.pdf)

<sup>22</sup> *Id*

Bütün bu eğilimlere rağmen, tüketiciler bazı kayıtların dağıtımını için geleneksel postayı tercih etmeye devam etmektedir. Şubat 2001’ de yapılan bir araştırmada, bireylerin % 93’ ü finansal bilgi ve belgeleri alırken geleneksel postayı tercih ettiklerini belirtmiştir.<sup>23</sup> 2000 mali yılında, Posta Servisi 65 milyar dolar işletme geliri ile birlikte, 130 milyondan fazlası bireylere işletmelere olmak üzere, 208 milyon adet posta dağıtmıştır.<sup>24</sup> Finansal belirtiler / göstergeler, USPS’ nin 2000 mali yılının ilk üç çeyreği için beklenen gelir hedeflerine ulaşamamasına rağmen, son beş yıldaki en yüksek mali ve hizmet performansını sağladığını göstermektedir.<sup>25</sup> Bununla birlikte, pazardaki en yüksek paya sahip olan özel hızlı posta şirketleri yoğun bir kâr marjı ile postalama işlemlerine devam etmektedirler.<sup>26</sup>

Elektronik postadan kaynaklanan yükselen rekabetin ışığında, USPS ve özel hızlı posta dağıtım servisleri, elektronik posta girişimlerini var olan ve geleceğe ilişkin planlarına dahil etmişlerdir. USPS’ nin tahminlerine göre, elektronik posta gelişimi ile ilgili uygulamalar karma bir posta yapısını ortaya çıkarmaktadır ve insanlar yazılı ve elektronik postanın birlikte kullanımının bir maliyet etkinliği ve evrensel dağıtım dengesi sağladığının farkına varmıştır.<sup>27</sup>

USPS ve özel hızlı posta dağıtım servisleri, tüketici talebi, indirgenmiş maliyetler ve daha fazla etkinlik sebeplerine dayanarak, elektronik posta servislerine başlamışlardır.<sup>28</sup>

## 1. Tüketici Talebi

Posta Servisi, UPS, FedEx gibi geleneksel posta dağıtım sağlayıcıları, işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için iki kademeli bir posta sistemini ( elektronik ve yazılı çıktı ) sağlamaları gerektiği yönünde hemfikirlerdir.<sup>29</sup> Özellikle UPS, sanal dünyanın gelişiminin fiziksel olarak eşyaların dağıtımının yerini alamayacağını, her iki iletişim şeklinin bir arada var olacağını ve birbirlerini geliştireceklerini ve elektronik ticaretin gelişiminin ana faaliyet konusu olan paketlemeyi geliştirmek için diğer hizmetleri toplayan UPS’ in geleneksel posta hizmetlerine devam etmesini sağlayacağını belirtmektedir.<sup>30</sup>

---

<sup>23</sup> 2001 Hanehalkının Posta Tercih Çalışması, Pitney Bowes Kürese Postalama Sistemleri Bölümü tarafından görevlendirilmiş ve ICR Araştırma Grubu tarafından yönetilmiştir. Anket, Birleşik Devletler hane halkından 1000 kişiye telefon aracılığıyla yapılmıştır ve ankete katılanların % 53’ ünün evlerinde elektronik postaya ulaşım olanağının bulunduğu belirlenmiştir. Mart 1999’ da Pitney Bowes bu çalışmayı, elektronik postanın evlerde giderek gelişen bir şekilde varlığını göstermesini belirtmek için yapmıştır ve Şubat 2001’ de bu çalışma tekrarlanmıştır.

<sup>24</sup> Birleşik Devletler Posta Servisi: Büyük Yönetim Yarışları ve Program Riskleri, ( GAO – 101 – 262, Ocak 2001 ), sf. 6, ( 6 Haziran 2000’ de site ziyaret edilmiştir ), [www.gao.gov](http://www.gao.gov)

<sup>25</sup> *Id.*, sf.15

<sup>26</sup> UPS Yıllık Raporu sf. 32 ( 2001 ) ; DHL Ortaklık Raporu sf. 3 ( 2001 )

<sup>27</sup> USPS sf. 3

<sup>28</sup> USPS sf. 2; FedEx sf. 3; UPS sf. 2

<sup>29</sup> USPS sf. 2; UPS sf. 2; FedEx sf. 2

<sup>30</sup> UPS sf. 2

Posta Servisi' ne göre, karma iletişim aracının, 21. yy.' da ki mesaj iletim aracı ve ticaret açısından standart bir seçenek olması beklenmektedir.<sup>31</sup> Geleneksel posta dağıtım şirketleri, karma iletişim aracı servisleri açısından gelecekteki tüketici talebi beklentisinde yeni bir hizmete başlamıştır. USPS' nin yeni hizmetlerinden biri olan “ NetPost OnLine Postalama ”, Posta Servisi' ne baskı, postalama ve dağıtım için elektronik olarak düzenlenmiş postaya imkan veren ve insanlara fiziksel posta ve elektronik postanın avantajlarını sunan bir sistemdir.<sup>32</sup>

Benzer bir şekilde, UPS, yalnızca parola ile girilebilen bir şifreleme içererek güvenli bir elektronik belge dağıtımını sunan, gönderenin dosyaları geri almasını / iptal etmesini sağlayan “ UPS On Line Kurye ” adlı bir sistem oluşturmuştur.<sup>33</sup>

Posta Servisi' ne göre bu araştırma, elektronik ve yazılı mesajların birbirleri açısından mükemmel birer ikame olmadığını, tüketicinin araç seçiminin büyük ölçüde uygulanmanın kendisine özgü yapısına ve mesajın içeriğine bağlı olduğunu belirtmektedir.<sup>34</sup> Ayrıca USPS, bazı müşterilerin, bütün mesajlarını tek bir şekilde tercih ederken, bu müşterilerin muhtemelen az bir sayıda kalacaklarını ifade etmektedir. Aslında USPS, birçok müşterinin bazı mesajları tek bir şekilde ve diğerlerini de farklı bir şekilde almayı tercih ettiklerini ve bu tercihlerin şartlara bağlı olarak aynı müşteri açısından bile değiştiğini ileri sürmektedir.<sup>35</sup>

## 2. Maliyet ve Verimlilik

Elektronik kayıt dağıtımını kullanan işletmeler maliyetleri azaltabilirler. USPS, yazılı posta dağıtımına ilişkin işletme masraflarının çok fazla olduğunu belirtmiştir.<sup>36</sup> Örneğin; USPS, 797.795 işçi çalıştırmakta, kiralanmış yeni veya onarılmış binalar ve postalama ekipmanları için her yıl milyarlarca dolar para harcamakta, yılda 1,1 milyar mil yol alan 202.000 araçtan oluşan ulaşım ve dağıtım filosunu işletmekte, uçak ( günde 1.500 ticari uçuş ), tır, tren, gemi ve hatta Büyük Kanyon' un altından katırla posta dağıtımını yapmaktadır.<sup>37</sup> Bu sebeple, maliyet, Posta Servisi' nin birden fazla dağıtım yöntemini teklif etme kararında önemli bir etmendir.<sup>38</sup>

Araştırmacılardan bir tanesi; finansal kurumların, tüketicilere yazılı postanın yerine elektronik olarak bilgi alımı seçeneğini sunarak indirgenmiş maliyetlerden yararlandıklarını belirtmiştir.<sup>39</sup> Örneğin Household Bankası, bir yılda postalama işlemleri için 73 milyon dolar harcamaktadır ve bilgilerin elektronik olarak dağıtılmasına geçilirse, her işlem için 39 cent tasarruf edebileceklerini hesaplamıştır.<sup>40</sup>

---

<sup>31</sup> USPS sf. 1

<sup>32</sup> USPS sf. 2

<sup>33</sup> UPS sf. 2

<sup>34</sup> USPS sf. 3

<sup>35</sup> *Id*

<sup>36</sup> USPS sf. 1

<sup>37</sup> USPS sf. 2

<sup>38</sup> *Id*

<sup>39</sup> Household Bank, N. A. ( “ Household Bank ” )

<sup>40</sup> *Id*

Bu tasarruflar, ipotekli konut finansman sistemleri gibi büyük işlemleri gerçekleştiren finansal kurumları etkilemektedir. eOriginal geçtiğimiz günlerde interneti iletişim ve dağıtım aracı gibi kullanarak Florida' nın tarihindeki ilk sıralı elektronik ipotekli konut sistemini bir pilot program olarak tamamlamıştır ve New York' ta da sıralı elektronik ipotekli konut finansman sistemini neredeyse tamamlanmıştır.<sup>41</sup> eOriginal açıklamalarında, sistemin, kredi döngüsü maliyetlerindeki tahmini tasarrufların % 40' ına eşit olan kredi başına 750 – 1000 dolar arasında önemli tasarrufları ve kredinin piyasa dağıtımına geri dönüş süresinin 45 günden 3 saate indirgenmesini sağladığını belirtmiştir.<sup>42</sup> Belirtilen diğer yararlar, tahrif edilmiş dokümanların geliştirilmiş risk yönetimi, indirgenmiş hata ve ihmaller, indirgenmiş personel sayısı, üretimin artırılması, yönetim ve eğitim giderlerinin indirgenmesi ve müşteri hizmetlerinin geliştirilmesidir.<sup>43</sup>

### **3. ELEKTRONİK POSTANIN GELENEKSEL POSTA DAĞITIMINA KARŞI ETKİNLİĞİ**

Geleneksel posta ve elektronik posta kıyaslanırken, araştırmacılar, geleneksel bir postaya uygulanabilecek fakat bir web sitesine gönderilen postaya veya elektronik bir postaya uygulanamayan bir takım özelliklerin bulunduğunu belirtmektedir. Araştırmacılar, elektronik posta dağıtımını ve geleneksel posta dağıtımının nispi etkinliklerine tesir eden dört tane ayırt edici alan belirtmişlerdir: **1. ) Evrensel Erişim / Ulaşım, 2. ) Güvenilirlik, 3. ) Belgelendirme, 4. ) Gizlilik / Güvenlik**

#### **A. Evrensel Erişim – Ulaşım**

Elektronik ve yazılı mesaj dağıtımını kıyaslarken ana husus, günümüzde Amerikalıların büyük bir kısmının elektronik posta servislerinden faydalanma imkanlarının olmamasıdır. NTIA tarafından, bilgisayar ve internet gelişimi üzerine hazırlanan “ İnternet’ ten Vazgeçme ” adlı çalışmada anlatıldığı gibi, Amerika toplumunun büyük bir çoğunluğu halen elektronik ortamla bağlantılı değildir.<sup>44</sup>

Bu raporun sonuçları;

- Amerikalıların % 55’ inden fazlası evlerinde veya başka bir yerde interneti kullanmamaktadır.
- Evlerdeki insanların sadece % 41,5’ i interneti kullanmaktadır.
- Amerikalıların % 85’ inden fazlası, genel kullanıma açık olan veya işverenlerinin veya diğer insanların bilgisayarlarını kullanmaktadır.

<sup>41</sup> eOriginal, Ortaklık ( “ eOriginal ” ) sf. 3

<sup>42</sup> Id

<sup>43</sup> Id

<sup>44</sup> Falling Through the Net: Toward Digital Inclusion: Amerikalılar’ ın Teknolojiye Ulaşım Araçları ve Şekilleri Üzerine Bir Rapor I – 1 ( 8 Haziran 2000’ de site ziyaret edilmiştir ) , <http://search.ntia.doc.gov/pdf/ftn00.pdf>

**Araştırmacılardan bir tanesi, elektronik ticaret, geleneksel posta dağıtımını gibi evrensel erişim düzeyine ulaşana kadar hukukun, elektronik ve yazılı kayıtların dağıtımına birbirinden farklı davranması gerektiğini belirtmiştir.**<sup>45</sup> Aynı araştırmacı, Birleşik Devletler postasına evrensel ulaşım kabul edilmiş olsa da, aynı varsayımları elektronik dağıtıma uygulamanın yerinde bir fikir olmadığını da belirtmiştir.<sup>46</sup>

Elektronik posta dağıtımını geleneksel posta dağıtımını arasındaki özellikle önem arz eden farklılık, elektronik dağıtımın, mesajlara ulaşmak için para ve bir bilgisayar gerektirmesidir. Bir araştırmacının belirttiği gibi;

*“ ... ihtiyaçlar; bir bilgisayar, bağlantıya erişmek için bir telefon telini veya kablosunu ve İnternet Servis Sağlayıcısı' nı ( ISP ) içermektedir. Ayrıca, bir bilgisayar, iletişimin yazılı bir kopyası saklanmak istenirse bir tane yazıcı edinme ve bir ISP için gereken aylık servis ücreti bakımından oldukça fazla bir maddi harcama söz konusudur. Şu anda bu harcamalar ayda 20 ila 40 dolar arasındadır. ”*<sup>47</sup>

Asıl olan, teknolojinin elektronik iletişim alanında oldukça hızlı bir şekilde değişmesidir ve bu değişime ayak uydurma yükü, araştırmacının fikrine göre, sürekli ve haksız bir şekilde müşterinin üzerine yıkılmıştır.<sup>48</sup>

Ayrıca, elektronik iletişim Birleşik Devletler' deki her işletme açısından genel olarak kullanışlı veya mali açıdan erişilebilir bir nitelikte değildir. Bir araştırmacı, küçük iş çevrelerinde yer alan, küçükten ( yerel tüketici uzlaştırma ofisleri ) büyüğe ( hükümet ve uluslararası kurumlar ) doğru sıralanan kuruluş üyelerinden bazılarının - *tamamının değil* – belgeleri elektronik olarak almalarını sağlayan gerekli araçlara sahip olduğunu belirtmiştir.<sup>49</sup> Günümüz iş ortamında bile, elektronik haber dağıtımını ve alımı için gerekli ekipmanlara para harcamaya gücü yetmeyen küçük işletmeler bulunmaktadır.

Bir tüketici veya bir işletmeci açısından kıyas kabul etmez masraflar, Birleşik Devletler postası veya bağımsız bir dağıtım servisi yoluyla bir mektup almak için gereklidir. Yazılı posta gönderme maliyeti ara sıra artış gösterirken, posta alımı için eş değer bir harcama veya daimi bir maliyet bulunmamaktadır. Daha doğrusu, yazılı posta alımı ücretsizdir.

## **B. Kayıtların Güvenilirliği – Saklanması ve Uygulanabilirliği**

Elektronik iletişim, geleneksel yapıdaki dağıtıma göre daha ucuz, hızlı ise de, elektronik kayıtların saklanması ve güvenilirliği, yazılı eşlerinin aksine, kesin değildir.<sup>50</sup>

Araştırmacılar, sistem hatalarının elektronik kayıtlara zarar verebilmesi veya yok edebilmesi ve uygun koruma önlemleri bulunmazsa elektronik kayıtların, buldukları dosyaların sahibinin veya kime gönderilmişse, gönderilenin bilgisi dışında değiştirilebileceği yönünde aynı fikirdedirler.<sup>51</sup>

<sup>45</sup> Ulusal Tüketici Hukuku Merkezi ( “ National Consumer Law Center ” ), ( “ NCLC ” ) sf. 5

<sup>46</sup> *Id* sf. 3

<sup>47</sup> National Association of Consumer Agency Administration ( “ NACAA ” ) sf. 2

<sup>48</sup> *Id* sf. 4

<sup>49</sup> *Id*

<sup>50</sup> FedEx sf. 3; NACAA sf. 3

<sup>51</sup> FedEx sf. 5

Üstelik arařtırmacılarđan bir tanesi, elektronik kayıtlarla ilgili yaşadıklarını anlatırken, mesajların sanal âlemde kaybolabileceğini, iletişim alt yapısının çökebileceğini, bilgisayarın aktarım alırken veya gönderirken bozulabileceğini veya mesajların güvenlik duvarında reddedilebileceğini belirtmiştir.<sup>52</sup>

Ayrıca, e – posta mesajlarının alımı ve iletimi, elektronik posta hesaplarının haber verilmeden değiştirilmeye mecbur kalındığı zaman, örneğın bir iş kaybı veya bir ISP tasfiyesi nedeniyle, müşterilere problem çıkarmaktadır.<sup>53</sup> E – posta mesajlarının kaybolma problemini en aza indirmek için yerleşik bir kuruluştan bir gönderim adresi almak veya bir alan adı tescil ettirmek gibi yöntemler bulunmaktayken, birçok kişinin bu tip hizmetlerden haberi yoktur.<sup>54</sup>

Diğer taraftan, elektronik kayıtların varlığının, kayıtların korunması kolaylığını nasıl etkilediğini tanımlanırken, araştırmacılar karışık sonuçlar belirtmişlerdir. Araştırmacılar, elektronik kayıt aktarımının, mükemmel olmasa da, kayıtları yaratmak ve saklamak açısından daha kolay ve daha ucuz bir yol olduğunu, elektronik kayıtlarda bilgiye ulaşımın daha kolay olduğunu ve elektronik kayıtların daha az yer kapsadığını belirtmişlerdir.<sup>55</sup> Tam tersi olarak araştırmacılar ayrıca, bir elektronik kaydın sadece elektronik olarak sağlanabileceğini, iletim süresince güvenli bir şekilde mühürlenmesi gerektiğini ve iletim veya depolama sırasında kaybolabileceğini belirtmiştir.<sup>56</sup> Ayrıca araştırmacılar, yazılı dokümanların daha zor değiştirilebileceğini hususunda hemfikir olup, tahrifata dayanıklılığın bütün elektronik kayıtların içerisine yerleştirilmesi suretiyle sistem içerisinde güven ve birliği sağlamak amacıyla sürdürülmesi tasarlanmıştır.<sup>57</sup>

### **C. Belgelendirme / İletişim Bütünlüğü**

Her bir dağıtım sisteminin etkinliği, özellikle de elektronik dağıtımın, bilgilerin bütünlüğünü sağlamadaki yeterliliğine bağlıdır.<sup>58</sup> Birçok yazılı işlemlerin aksine elektronik işlemler, tarafların bir işlemi nasıl belgelendireceğini sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, bir işlem açısından tarafların kimliklerini belirlemeyi gerektirmektedir; böylece hem taraflar belirli olacak, hem de taraflar birbirleri için uygun bireylerle temasa geçeceklerdir. Tartışmalı bir şekilde, birçok elektronik perakende ticaret işlemleri, daha önceden var olan bir iş ilişkisine sahip olmayan ve yüz yüze görüşmeyen taraflar arasında oluşmaktadır. Böylece, bir tarafı tanımlamanın ve hukuken bağlayıcı bir işlem yapmanın geleneksel yöntemleri tamamen yok olabilir. Tarafların kimlikleri belirlenmiş olduğunda bilgisayarla bağlantılı işlemlerin, aktarımın güvenilirliğini ve bütünlüğünü sağlamak için, güvenli bir alanda meydana gelmesi önemlidir. Ayrıca, gelecekte herhangi bir uyuşmazlık meydana geldiğinde, bir iletim kaydına sahip olunması da önem arz etmektedir.

---

<sup>52</sup> *Id* sf. 2

<sup>53</sup> Gabriel Goldberg, Don' t Become an E – Mail Orphan, Washington Post, 8 Temmuz 2001, sf. E1

<sup>54</sup> *Id*

<sup>55</sup> FedEx sf. 5; UPS sf. 2

<sup>56</sup> FedEx sf. 5; NACAA sf. 3

<sup>57</sup> FedEx sf. 5; NACAA sf. 3; NCLC sf. 5

<sup>58</sup> Register.com sf.1

Bazı araştırmacılar teknolojinin çözüm içerdiğini, elektronik işlemlere imkân tanımak gibi internet üzerinden yapılan ticari işlemleri kapsayan karmaşık sorunların çoğunu çözmekte olduğunu belirtmektedirler.<sup>59</sup> Dijital belgeler müşteri ürünlerinde henüz geniş bir şekilde kullanılmamakta ise de, genel ana teknoloji giderek artan bir şekilde elektronik ticarete ve internet üzerinden yapılan diğer işlemlerde bir ana unsur olarak kabul edilmektedir.<sup>60</sup> Araştırmacıardan bir tanesine göre, ortak ana altyapı ( “ PKI ” ) gibi hiyerarşık elektronik kontrol sistemleri, bütün bu güvenlik ve etkinlik / verimlilik unsurları ve geleneksel dağıtım şekillerinin güvenilirliğine eş değer veya daha üstün olan elektronik belge dağıtımı ve depolaması açısından genel bir çerçeve oluşturmayı sunmaktadır. Birçok tüketici bu teknolojiyi farkında olmadan kullanmaktaysa da, bütün tüketiciler bu durumdan haberdar olana kadar ve elektronik güvenlik ve dağıtım yöntemlerine ulaşana kadar, bir dağıtım mekanizması seçimine sahip olmaktan yararlanacaklardır.<sup>61</sup>

#### D. Gizlilik / Güvenlik

Diğer bir ana husus, yazılı veya elektronik dağıtım yöntemlerinden herhangi birisini kullanırken belgelerin gizliliği hususudur. Sık sık e – postayı kullanan tüketiciler ticari işlemlerle meşgulken gizliliğin bozulması konusunda endişelenmektedir.<sup>62</sup> En son yapılan inceleme, interneti kullanan tüketicilerin % 77’ sinin internetteki kişisel bilgilerinin suiistimali konusunda oldukça endişelendiklerini ortaya çıkarmıştır.<sup>63</sup> Örneğin, e – posta mesajları gönderenin bilgisi olmadan engellenebilir, alıcısı değiştirilebilir, gizlice okunabilir veya içeriği değiştirilebilir.<sup>64</sup> Bir araştırmacı, gönderene veya alıcıya bildirilmeden iletim süresince verilerin kaybolabilme tehlikesinden dolayı bir alındı onayına sahip olmanın çok önemli olduğu sonucuna varmıştır.<sup>65</sup> Diğer bir araştırmacı, yazılı postanın, göndereni ve mesajın içeriğini açığa vurmadan, belirsiz bir zaman dilimi zarfında bir kişinin vekili tarafından kabul için alınabileceğini belirtmiştir.<sup>66</sup> Posta kutusuna veya kapıya posta dağıtımı, bu belgelere ulaşabilecek kişiler bakımından daha kısıtlı bir ortam söz konusu olduğundan, daha az bir güvenlik endişesi yaratabilir.

<sup>59</sup> Register.com sf.1; Açıklama Talebine Yanıt: Küresel ve Ulusal Ticarete Elektronik İşaretler Yasası’ nın 105(b) Bölümü, Verisign Kurumunun Açıklamaları ( 8 Haziran 2000’ de site ziyaret edilmiştir ) , [www.ftc.gov/bcp/workshops/esign/comments/Verisign2.htm](http://www.ftc.gov/bcp/workshops/esign/comments/Verisign2.htm) ; Açıklama Talebine Yanıt: Küresel ve Ulusal Ticarete Elektronik İşaretler Yasası’ nın 105 ( b ) Bölümü, Comments of Digital Signatures Trust Co. ( 8 Haziran 2000’ de site ziyaret edilmiştir ) [www.ftc.gov/bcp/workshops/esign/comments/dstc.htm](http://www.ftc.gov/bcp/workshops/esign/comments/dstc.htm)

<sup>60</sup> Register.com sf.1; Dijital İşaretlerin ve Belgelendirme Açısından Genel Ana Teknolojinin Federal Kurumlarca Kullanımı ( 8 Haziran 2000’ de site ziyaret edilmiştir ) , <http://csrc.nist.gov/publications/nistpubs/800-25/sp800-25.pdf>

<sup>61</sup> Register.com sf.3

<sup>62</sup> Demokrasi ve Teknoloji Merkezi ( “ CDT ” ) sf. 1; FedEx açıklamaları sf. 3; ayrıca bak. Jeffrey Rosen, İstenmeyen Bakış: Amerika’ da Gizliliğin Yıkılması ( Random House, 2000 )

<sup>63</sup>Görüş Açıklamaları: Tüketiciler Bilginin Gizliliği Hakkında Ne Söylemelidir ( 8 Haziran 2000’ de site ziyaret edilmiştir ) <http://energycommerce.house.gov/107/hearings/05082001Hearing209/Westin309.htm>. Ayrıca bak. , Bankalar Var Olan Durumu Sona Erdirecek Mi? Amerikalılar OnLine Bankacılığı Nasıl Benimsedi, Red Herring ve Ipsos – Ried İncelemesi, 11 Ocak 2001 ( 8 Haziran 2001’ de site ziyaret edilmiştir ) [www.ipsos-ried.com/media/content/displaypr.cfm?id-to-view=1156](http://www.ipsos-ried.com/media/content/displaypr.cfm?id-to-view=1156) Bu inceleme, banka müşterilerinin % 34’ ünün internet erişimine sahip olduklarını fakat güvenlik ve gizlilik kaygıları nedeniyle kullanmadıklarını ve Amerikalı yatırımcıların sadece % 15’ inin yatırımlarını on - line olarak yaptığını belirlemiştir.

<sup>64</sup> [www.privacyfoundation.org/commentary/tipsheet.asp](http://www.privacyfoundation.org/commentary/tipsheet.asp) ( 8 Haziran 2001’ de site ziyaret edilmiştir )

<sup>65</sup> NACAA sf. 3

<sup>66</sup> NACAA sf. 3, [www.ntia.doc.gov/ntiahome/ntiageneral/esign/comments/NCLC.htm](http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/ntiageneral/esign/comments/NCLC.htm) İnternet ve E - posta kullanımında güvenin Amerikalı tüketicilere kanıtlanması için on – line gizlilik sorunlarının çözümleri üzerine genel bir açıklama bulunmaktadır.

Üçüncü kişiler açısından bilginin kullanılabilirliği ve mesaj gönderenin gizlilik hakları üzerindeki etkisi, araştırmacılardan bir tanesi tarafından e – posta ve geleneksel posta dağıtım arasındaki diğer bir fark olarak nitelendirilmiştir.<sup>67</sup> E – posta kullanımına ilişkin endişe, elektronik işlemler süresince üçüncü kişilerin bilgi toplamasıdır. Bir araştırmacı, tüketicinin kendi kimliğini belgelendirmek için dijital bir belge kullanmasıyla, bu belgeleri yayınlayan üçüncü tarafların oldukça detaylı bilgiler edindiğini belirtmektedir.<sup>68</sup> Bu üçüncü kişiler ayrıca, belgelerin ne zaman ve nasıl kullanıldığını takip edebilir ve böylece zengin bir bilgi işlem deposu yaratır.<sup>69</sup> Elektronik ortamdan toplanan bu belgeler günümüzde kanunlar tarafından korunmamaktadır ve bu yüzden satılabilirler, dağıtılabılırler veya kişinin bilgisi ya da onayı dışında kullanılabilirler.<sup>70</sup>

Tüketiciler ve işletmeler, elektronik dağıtım yöntemlerini veya geleneksel dağıtım yöntemlerini kullansalar da, değişken çözüm derecelerine sahiptirler. Kullanıcıların kendi bilgilerini ve kimliklerini korumalarına yardım edebilecek internet ile uyumlu bir takım gizlilik araçları bulunmaktadır. Bu araçlar, kullanıcının kimliğini gizleyen – gerçek ismi saklayan araçları, kişileri tarayıcıdan ( browser ) koruyan teknolojileri, aktarma ve toplamada verileri koruyan şifreleme araçları gibi gizlilik politikalarının okunmasını kolaylaştıran araçları içermektedir.<sup>71</sup> Tüketicilerin hızlı bir şekilde yükselen elektronik posta kullanımlarının ışığında tüketiciler, işletmelerin güvenilir gizlilik politikaları uygulamaları gerektiğine inanmaya başlamışlardır.<sup>72</sup>

Gizliliğe ek olarak geleneksel postanın ve elektronik postanın güvenlik endişeleri ortaya çıkmaktadır. Bir araştırmacının belirttiği gibi, elektronik iletişim güvenliği, elektronik iletişimin etkinliğinin gelişimi açısından önemli bir unsurdur.<sup>73</sup> Bu araştırmacı, tüketicilerden her yıl bilgilerinin çalınması veya kötüye kullanılması ile ilgili birçok şikayet alındığını ve sadece bir kişinin, müşterinin posta kutusundan postayı çalabilmesine rağmen, internet üzerinden bireyin kişisel bilgilerine ulaşabilen birçok kişinin önünde sadece güvenlik duvarını aşabilme yetenekleri dışında neredeyse hiçbir engelin bulunmadığını belirtmiştir.<sup>74</sup>

Bir şirket, daha ucuz ve daha sıkı bir şekilde birleştirilmiş güvenli mesaj ve dijital işaret seçeneğine ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir.<sup>75-76</sup> Son zamanlarda güncellenmiş bir on – line ürün ile birlikte UPS çok aşamalı bir güvenlik yaklaşımı kullanmaktadır: 128 bit’ e kadar şifreleme, sadece şifre ile giriş, acil dağıtım bildirim ve dosya dağıtımının gönderen tarafından iptalini içermektedir.<sup>77</sup>

---

<sup>67</sup> CDT sf. 2

<sup>68</sup> *Id*

<sup>69</sup> *Id*

<sup>70</sup> *Id*

<sup>71</sup> Bu yöntem biraz gizlilik sağlarken, uzmanlar e – posta için mutlak bir garantinin var olmadığını belirtmişlerdir. Bak. Bug Watch, E – Postadaki Gizli Tehlike, Financial Times, 13 Ekim 2000

<sup>72</sup> Dr. Alan Westin “ Tüketiciler Bilginin Gizliliği Hakkında Ne Söylemelidir ”

<sup>73</sup> NACAA sf. 3

<sup>74</sup> *Id*

<sup>75</sup> FedEx sf. 6

<sup>76</sup> *Id*

<sup>77</sup> UPS sf. 2

Tüketiciler açısından diğer güvenlik seçeneklerini görüşürken, bilgisayar bağlantılı ürünler ve hizmetler sağlayan başka bir şirket, dijital belgelerin tüketici ürünlerinde henüz geniş bir şekilde kullanılmamasına rağmen, genel ana teknolojinin giderek e – ticarete ve diğer bilgisayar bağlantılı işlemlerde esas bir unsur olarak kabul edildiği sonucuna varmıştır.<sup>78</sup>

USPS, tüketiciler için gizlilik ve güvenliğin gittikçe artan önemini kabul ederek, yürütme kolu olan US Posta Denetleme Servisinin posta ile ilgili cezai fiilleri araştırdığını ve geleneksel posta yolu ile gerçekleştirilen işlemleri güvence altına aldığı belirterek “ mührün kutsallığını ” vurgulamıştır.<sup>79</sup> Son zamanlardaki elektronik risklerine rağmen, Posta Servisi gizlilik ve güvenliğin önemini yerine getirmektedir. Örneğin yakınlarda tanıtılmış ürünü vasıtasıyla, PosteCS, USPS güvenli çevrimiçi elektronik kurye servisi sağlamaktadır.<sup>80</sup>

Bu örnekler, geleneksel posta ve elektronik posta dağıtım şirketlerinin güvenlik açısından yükselen bir endişe havasında olduklarını, yeterli bir güvenlik sağlamak ve müşteri güvenini devam ettirmek için olumlu adımlar attıklarını göstermektedir. Yazılı posta veya e – postadan hangisinin daha güvenli olduğu, dağıtım hizmetleri boyunca sağlanacak önlemlere bağlı olacaktır.

#### 4. SONUÇ

Ticaret Bakanlığı bağımsız bir araştırmaya ve başkalarından alınan açıklamalara dayanarak elektronik postanın ve posta dağıtımının etkinliğini değerlendirmiştir. Geleneksel posta ve elektronik postanın her ikisinde de geniş ölçüde yararların olduğunu belirledik. Bu yararlar, elektronik postanın, geleneksel postanın günümüzde sağladığı düzeyde güvenilirlik ve evrensel erişim sağlaması anlamına gelmemektedir. Elektronik posta ve geleneksel posta iletişimleri arasındaki farklılıklar dört önemli hususu belirtmektedir. **1. ) Evrensel Erişim, 2. ) Güvenilirlik, 3. ) Belgelendirme, 4. ) Gizlilik ve Güvenlik**

ESIGN Yasası, elektronik posta iletimi için belirli bir teknolojinin kullanılmasını emretmemektedir, aksine bu teknoloji seçeneklerini piyasanın kullanımına bırakmaktadır. Bununla birlikte Bakanlık, etkili ve güvenli elektronik posta temini için teknoloji yaratımının ve uygulamasının elektronik ticareti geliştireceğini belirtmektedir. Gelecekte, tüketiciler elektronik postanın dijital çağda genel kullanımın içerisine sokulmasını için rekabet mekanizmalarının artmasını bekleyebilirler. Yine de bu ortamda tüketici güvenini geliştirerek artan elektronik posta kullanımının amacını ölçülü bir şekilde ayarlamak gerekir.

Öngörülebilir bir gelecek açısından Bakanlık, elektronik endüstrisindeki gelişmelere rağmen; elektronik postanın, geleneksel postanın yerine kullanılacak bir duruma gelmediğini, daha çok bazı konularda karşılıksız hizmetlerde bulunduğu sonucuna varmıştır. Her iki posta dağıtım sisteminin de, günümüzde önemli amaçlara ve farklı ihtiyaçlara hizmet ettiklerinden dolayı etkili olduğu düşünülebilir.

---

<sup>78</sup> Register.com sf. 2

<sup>79</sup> USPS sf. 4

<sup>80</sup> USPS sf. 2