Karakter Ürünleştirme
(Character Merchandising)

21 Ekim 2025

Merchandising; bir adın, sembolün veya halk nezdinde popülerlik kazanmış (ya da kazanma potansiyeli olan) bir işaretin, esasen yabancısı olduğu mal veya hizmetlerin pazarlanması amacıyla, lisans ya da başka yöntemler ile ticari olarak kullanılması faaliyetidir. Bu ilişkide lisans alan veya daha geniş bir ifade ile kullanım hakkı elde eden taraf, kullanılan ad, sembol veya işaret ile halk arasındaki ilişkiden ticari anlamda istifade etmeyi amaçlamaktadır. Lisans veren ise, genellikle lisans bedeli adı altında bir alacağa hak kazanmaktadır. Lisans bedeli; götürü şekilde belirlenebileceği gibi lisans alanın elde edeceği gelir veya kâr üzerinden lisans verene bir pay ödenmesi şeklinde de kararlaştırılabilir.

Merchandising faaliyetinin özel ve yaygın görünüş şekillerinden birisi de character merchandising'dir. Bu kavram Türkçeye "karakter ürünleştirme" şeklinde tercüme edilebilir. Karakter ürünleştirme; bir kurgusal karakterin kişilik özelliklerinin ve/veya görüntüsünün bir mal veya hizmetin sürümünü artırmak amacıyla o mal veya hizmet ile ilişkili şekilde kullanılmasıdır. Sevilen çizgi karakterlerin oyuncaklarının veya anahtarlıklarının yapılması ya da bu karakterlerin resimlerini içeren kırtasiye malzemelerinin veya tekstil ürünlerinin üretilip pazarlanması karakter ürünleştirmeye örnek verilebilir. Bu sayede tüketicilerin karakter ile mal/hizmet arasında bağlantı kurması sağlanır ve bunun sonucunda tüketicinin o malı/hizmeti satın alması amaçlanır.

Karakter ürünleştirme, ülkemizde kıymeti yeni yeni anlaşılmaya başlanan bir ticari faaliyettir. Ne var ki dünyada uzun yıllardır bu alanda çalışmalar yapılmaktadır. Bunun sonucunda, kurgusal karakterlerin lisanslı ürünleri üzerinden kayda değer bir ekonomi oluşturulmuştur. Karakter ürünleştirme faaliyetine ilişkin en ilgi çekici anlaşmalardan biri 1977 tarihli Star Wars: Yeni Bir Umut filminin yapımcıları ile yönetmen George Lucas arasında yapılmıştır. Film henüz yayımlanmadan önce, yapımcı ile yönetmen arasında yapılan görüşmeler sonucunda taraflar, aralarındaki sözleşmeyi revize ederek yönetmenlik ücretinden yapılacak 500.000 dolarlık kesinti karşılığında kurgusal karakterlerin ticari haklarının Lucas'a ait olacağı konusunda anlaşmıştır. Bilindiği üzere film dünya çapında çok büyük başarı elde etmiş, ve buna paralel olarak, filmde yer alan kurgusal karakterlerin figürleri de çok yoğun ilgi görmüştür. 1978 yılında toplamda 40 milyondan fazla Star Wars figürü satılarak 100 milyon Dolar gelir elde edilmiştir. İlerleyen yıllarda filmde yer alan kurgusal karakterlerin pazarlanması suretiyle elde edilen gelir milyar dolarlar seviyesine ulaşmıştır.

Elbette her sinema filmi Star Wars filminin yarattığı ekonomik değeri yaratma potansiyeline sahip değildir. Ancak bu örnek göstermektedir ki günümüz tüketim toplumunda fikir ve sanat eserlerinin alışıldık kalıpların dışında başkaca şekillerde kullanılması ve hak sahiplerinin bundan ticari kazanç elde etmesi mümkündür. Nitekim ülkemizde, özellikle çizgi filmlerde yer alan karakterlerin çocuklara yönelik tekstil ve kırtasiye ürünlerinin pazarlanması amacıyla kullanıldığı ve bu şekilde yapımcıların

ticari gelir elde ettiği bilinmektedir. Biz de bu yazıda bunun hukuki alt yapısını oluşturulurken dikkat edilmesi gereken hususlara dikkat çekmeyi amaçlıyoruz.

Karakter ürünleştirme, fikri mülkiyet hukukunun tek bir dalı ile sınırlı olmayan ve farklı yöntemlerle gerçekleştirilebilen bir faaliyettir. İlk olarak denebilir ki kurgusal karakter üzerindeki mali hakların sahibi veya onun lisans verdiği kişilerin eserden doğan haklara dayanarak bu faaliyeti gerçekleştirmesi mümkündür. Ancak bunun dışında kurgusal karakterin marka veya tasarım olarak tescil edilmesi suretiyle de karakter ürünleştirilmesi yapılabilir. Bu amaçla tescil edilen markalar "merchandising markası" olarak adlandırılmaktadır.

Eser sahibi, karakter ürünleştirme faaliyeti için müstakil bir sözleşme akdedebileceği gibi başkaca hükümleri de ihtiva eden bir sözleşmede (örn. senaryo sözleşmesinde) karakter ürünleştirme hükümlerine yer vererek de bu hakkı üçüncü kişilere tanıyabilir. Bu noktada, karakter ürünleştirme amacıyla devredilen/lisanslanan hakların kapsamının ne şekilde belirleneceği ve özellikle sözleşmenin sona ermesinden sonra bu hakların akıbetinin ne olacağının titizlikle düzenlenmesi gerektiğine dikkat çekmek isteriz. Sözgelimi, karakter ürünleştirmenin bir marka veya tasarım tescili suretiyle gerçekleştirilmesi tercih edilmişse, taraflar arasındaki sözleşmenin sona ermesinden sonra söz konusu sınai hakların kimin malvarlığında kalacağı önem arz eden bir husustur.

Son olarak, eser sahibi, kendisinin izni dışında bu tür faaliyetlerin gerçekleştirilmesi halinde FSEK ve SMK'dan kaynaklanan haklarını kullanarak bu tür izinsiz kullanımlara engel olabilecektir. Eser sahibi, halihazırda bir kimseye lisans vermişse, lisans alanın da bu eylemlere engel olması mümkün olabilir. Ancak bunun için lisans hakkının kapsamının buna uygun şekilde düzenlenmiş olması gerekir.

YAZAR

Dr. Ozan Ali Yıldız
ozanali.yildiz@sakyildiz.com

Bu sitede yer alan yazılar genel bilgilendirme amaçlıdır; hukuki görüş, danışmanlık veya avukatlık hizmeti niteliği taşımaz. Her uyuşmazlık kendi somut koşulları içinde değerlendirilmelidir.