Kurgusal Markalar ve Tersine Ürün Yerleştirme

9 Eylül 2025

I. Kurgusal Marka Kavramı ve Kurgusal Markanın Belirlenmesinde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Bir sinema filmi veya dizide kullanılan, gerçek hayatta bir mal veya hizmeti ayırt etme işlevi olmayan markalara "kurgusal marka" denilmektedir.

Kurgusal markaların gerçek anlamda bir "marka" olmaması, filmde/dizide kullanılacak markaları belirleyen senaristlere veya sanat ekibine bir özgürlük alanı tanımaktadır. Şöyle ki, markanın esas işlevlerinden biri, bir teşebbüse ait mal veya hizmetleri bir başka teşebbüse ait mal veya hizmetlerden ayırt etmek olduğu için bir markanın tescil edilebilmesi, soyut ve somut ayırt edicilik vasıflarına sahip olması şartına bağlıdır. Ayrıca marka olarak tescil edilmek istenen işaret mutlak ret nedenlerine aykırılık oluşturuyorsa, Türk Patent ve Marka Kurumu bu başvuruyu reddedecektir. Ancak kurgusal markaların sinema filmlerinde ya da dizilerde kullanılabilmesi açısından tescil veya başkaca bir idari prosedüre uyulmasına ihtiyaç olmadığından, filmde/dizide kullanılacak markalar belirlenirken bu kısıtlamalara uyulması gerekmez.

Bununla birlikte, filmlerde/dizilerde kullanılacak kurgusal markalar belirlenirken üçüncü kişilerin haklarının ihlal edilmemesi gerekir. Sözgelimi, gerçek bir markanın bir dizi içerisinde kullanılması hâlinde, bu durum –*senaryonun akışına göre*– markanın itibarının zarar görmesi veya markanın itibarından haksız şekilde yararlanılması sonucunu doğurabilir. Bu durumda marka hakkı sahibi, hukuki ve cezai yollara başvurabilir. Benzer şekilde, kurgusal marka gerçek bir kişinin adını-soyadını içeriyorsa ve yapımda bu ismin kullanım şekli söz konusu gerçek kişi ile ilişki kurulmasına neden oluyorsa, adı kullanılan gerçek kişi, kişilik hakkının ihlal edildiği gerekçesiyle bu kullanıma engel olabilir.

Bir filmde/dizide kullanılacak markalar belirlenirken, bu tür yayınlara ilişkin mevzuat hükümlerine aykırılık oluşturacak kullanımlardan da kaçınılması gerekir. Bu noktada örtülü reklam yasağını vurgulamanın faydalı olacağı kanaatindeyiz. Reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yazı, haber, yayın ve programlarda, mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo ya da diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticaret unvanı ya da işletme adlarının reklam yapmak amacıyla yer alması ve tanıtıcı mahiyette sunulması, örtülü reklam olarak nitelendirilmektedir. Buna göre, filmlerde/dizilerde, reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin bir markaya yer verilmesi örtülü reklam olarak değerlendirilebilir. Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği m. 22/1 hükmü bu tür reklamları açıkça yasaklamaktadır.

II. Tersine Ürün Yerleştirme

Sinema ve dizi sektöründe, üretilen içerikten elde edilecek gelirin artırılabilmesi amacıyla ürün yerleştirme uygulamalarına sıklıkla başvurulmaktadır. Ürün yerleştirme ile ilgili kısa bir tanımlama yapmak gerekirse, ürünün kadrajda yer aldığı fakat oyuncuların ürüne ilişkin herhangi bir katılımının olmadığı reklam uygulamaları, *"pasif ürün yerleştirme"*; oyuncunun ürünü fiziken kullandığı, elinde tuttuğu, gösterdiği, sloganını söylediği veya ürünün kullanılmasına ilişkin sözlü ya da eylemli öneride bulunduğu reklam uygulamaları ise, *"aktif ürün yerleştirme"* olarak nitelendirilmektedir.

Pasif ve aktif ürün yerleştirme uygulamalarının ortak noktası, gerçekte var olan bir markaya ilişkin ürünün film/dizi içerisine yerleştirilmesi ve bu yolla ürünün reklamının yapılmasıdır. Tersine ürün yerleştirme ise, bir film veya dizide kullanılan markaların daha sonra gerçekten bir mal veya hizmetin ticarileştirilmesi amacıyla kullanılmasıdır. Burada amaç; film/dizi sayesinde seyirciler nezdinde itibar kazanmış kurgusal markanın gerçek dünyaya entegre edilerek bir mal veya hizmetin sürümünü artırmaktır.

Tersine ürün yerleştirme uygulamasının ilk önemli örneklerinden biri, başrolünde Tom Hanks'in yer aldığı Forest Gump (1994) filminde karides ticareti yapan bir şirketin adı olarak kullanılan *"Bubba Gump Shrimp Co."* markasının gerçek hayata taşınmasıdır. Filmin yayımlanmasından bir sene sonra, Amerikalı bir girişimci, filmin yapımcısı Paramount Pictures ile anlaşarak *"Bubba Gump Shrimp Co."* markası üzerindeki hakları devralmıştır. Günümüzde bu marka, bir restoran zincirine adını vermektedir ve bu zincirin dünya çapında pek çok şubesi bulunmaktadır.

Tersine ürün yerleştirme faaliyetlerine ilişkin planlamalar, daha en başta, film/dizi evreni tasarlanırken yapılabileceği gibi *"Bubba Gump Shrimp Co."* örneğinde görüldüğü üzere üçüncü kişilerin talepleri sonucunda da şekillenebilir. Dolayısıyla, başlangıçta bu tür bir pazarlama hedefi olmasa dahi, olası iş birliği fırsatlarını değerlendirebilmek adına, filmde/dizide kullanılacak kurgusal markalar seçilirken tescili mümkün ibarelerin tercih edilmesinin faydalı olacağı kanaatindeyiz.

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.