



T.C.

**ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

MODA TASARIMLARININ TASARIM HUKUKUNA GÖRE KORUMA ŞARTLARI

Yüksek Lisans Tezi

Funda YENEN ASLAN

ÖZEL HUKUK ANA BİLİM DALI

ÖZEL HUKUK TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

Eylül 2025



T.C.

**ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

MODA TASARIMLARININ TASARIM HUKUKUNA GÖRE KORUMA ŞARTLARI

Yüksek Lisans Tezi

Funda YENEN ASLAN

ÖZEL HUKUK ANA BİLİM DALI

ÖZEL HUKUK TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

Doç.Dr. Salih POLATER

Eylül 2025

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda patent ve telif haklarını ihlal edici etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tezde kullanılmış olan tüm bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi beyan ederim. .../.../

Funda YENEN ASLAN

TEŞEKKÜR

Her şeyden önce, biz kadınlara ilim ve bilim yolunu açarak özgürce eğitim görmemizi ve meslek sahibi olmamızı mümkün kıldığı için Gazi Mustafa Kemal Atatürk’e minnetle teşekkür ederim.

Bu çalışmanın her aşamasında yolumu aydınlatan, bilgi ve deneyimiyle beni yönlendiren değerli hocam Doç. Dr. Salih POLATER’e teşekkür ederim.

Yüksek lisans sürecim boyunca maddi ve manevi olarak “TÜBİTAK Bilim İnsanı Destek Programları Başkanlığı (BİDEB) 2210- A Yurt İçi Lisansüstü Burs Programı” kapsamında benden desteklerini esirgemeyen TÜBİTAK’a teşekkür ederim.

Bu süreçte benden desteğini hiç esirgemeyen, bilgi ve tecrübeleriyle ufkumu açan, her zaman her anlamda yanımda olan yol arkadaşım Hilal ÇENGEL’e teşekkür ederim.

En önemlisi, sevgisi, sabrı ve desteğiyle her zaman yanımda olan, bir an olsun başarabileceğimden şüphe etmeyen sevgili eşim Cabir ASLAN’a ve aileme teşekkür ederim. Onların varlığı bu yolculuğun en güvenli limanıydı.

İÇİNDEKİLER

BEYAN.....	i
TEŞEKKÜR.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
KISALTMALAR.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	x
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1- MODA KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ	3
1.1. Moda Kavramı.....	3
1.2. Modanın Tarihsel Süreçteki Evrimi	5
1.2.1. Antik Dönemde Moda.....	6
1.2.2. Orta Çağ ve Rönesans Dönemi	8
1.2.3. Barok ve Rokoko Dönemi	9
1.2.4. Sanayi Devrimi ve Viktorya Dönemi.....	11
1.2.5. 20. Yüzyıl ve Modern Moda	12
1.3. Moda Tasarımı ve İlgili Kavramlar	15
1.3.1. Moda Tasarımı Kavramı.....	15
1.3.2. Moda Tasarımı Süreci	18
1.3.3. Moda Tasarımlarının Hukuki Olarak Korunması	19
1.4. Moda Hukuku ve İlgili Kavramlar	20
1.4.1. Moda Hukuku Kavramı ve Kapsamı	21
1.4.2. Knock-Off Kavramı.....	23
1.4.3. Fast Fashion Kavramı	24
1.4.4. Slow Fashion Kavramı	25
1.5. Uluslararası Tasarım Hukuku'nun Çerçevesi.....	26
1.5.1. WIPO ve Lahey Sisteminde Uluslararası Tasarım Tescili.....	27

1.5.2.	Paris Sözleşmesi Kapsamında Tasarım Koruması	28
1.5.3.	TRIPS Anlaşması Kapsamında Tasarım Koruması	29
1.5.4.	Locarno Sınıflandırması ve Moda Tasarımlarının Uluslararası Tescil Sistemi İçindeki Yeri.....	31
1.5.5.	Uluslararası Uyuşmazlıkların Çözümünde WIPO Tahkim Kararları	33
1.5.6.	Avrupa Birliği Tasarım Hukukunda Moda Tasarımları	34
1.6.	Moda Tasarımları ve Fikri Mülkiyet Hakları	40
1.6.1.	Tescil ve Ülkesellik İlkesi.....	41
1.6.2.	Tükenme İlkesi	42
1.6.3.	Kümülatif Koruma	44
1.6.4.	Moda Tasarımlarının Marka Hukuku Kapsamında Korunması	46
1.6.5.	Moda Tasarımlarının Patent ve Faydalı Model Hukuku Kapsamında Korunması.....	48
1.6.6.	Moda Tasarımlarının Telif Hukuku Kapsamında Korunması	49

BÖLÜM 2- MODA TASARIMLARININ TASARIM HUKUKU KAPSAMINDA KORUNMASI..... 55

2.1.	Tasarım Korunması	55
2.2.	Tasarım Çeşitleri	56
2.2.1.	Tescilli ve Tescilsiz Tasarımlar	56
2.2.2.	İki Boyutlu ve Üç Boyutlu Tasarımlar	58
2.2.3.	Estetik ve İşlevsel Tasarımlar	58
2.2.4.	Endüstriyel Olan ve Endüstriyel Olmayan Tasarımlar	60
2.2.5.	Birleşik Ürün	61
2.3.	Tasarım Hukukunun Genel Esasları.....	63
2.3.1	Genel Olarak	63
2.3.2.	Yenilik	64
2.3.3.	Ayırt Edicilik	69
2.3.3.	Kamuya Sunma	80
2.3.4.	Tasarım Tescilini Etkilemeyen Açıklamalar ve Hoşgörü Süresi	81
2.3.5.	Tasarım Koruması Dışında Kalan Durumlar	84
2.3.6.	Hak Sahipliği	89
2.3.7.	Tasarımların Tescili	92
2.3.8.	Tasarımın Hükümsüzlüğü.....	100
2.3.9.	Tasarım Hakkının Sona Ermesi	105
2.3.10.	Tasarım Hakkına Tecavüz	106

BÖLÜM 3- ÜLKELERİN MODA TASARIMLARINA ÇEŞİTLİ YAKLAŞIMLARI 116

3.1.	Ülkelerin Moda Tasarımlarını Koruma Yaklaşımları	116
3.1.1.	Fransa’da Moda Tasarımlarının Tasarım Hukuku ile Korunması	116
3.1.2.	Birleşik Krallık’ta Moda Tasarımlarının Tasarım Hukuku Kapsamında Korunması.....	120

3.1.3. ABD’de Moda Tasarımlarının Tasarım Hukuku Kapsamında Korunması	125
3.2. Türk Hukuku ile Uluslararası Hukukun Karşılaştırılması.....	128
SONUÇ	131
KAYNAKÇA	135



ÖZET

Bu çalışma, moda tasarımlarının fikrî ve sınai mülkiyet hukuku kapsamında özellikle de tasarım hukuku ekseninde ulusal ve uluslararası düzeyde nasıl korunduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Moda endüstrisinin dinamik yapısı, hızla değişen trendler ve taklit riskinin yüksek olması nedeniyle tasarım koruması, günümüz hukuk sistemlerinde özel öneme sahiptir. Tezin ilk bölümünde moda kavramı tarihsel süreç içerisinde değerlendirilmiş; modanın kültürel, toplumsal ve ekonomik bağlamdaki evrimi ortaya konulmuştur.

İkinci bölümde, moda tasarımlarının Türk hukuku kapsamında ne şekilde korunduğu 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'ndaki tasarım hukukuna ilişkin düzenlemeler ve ilgili mevzuat ışığında detaylı biçimde ele alınmış; tescilli ve tescilsiz tasarım haklarının korunması incelenmiştir. Ayrıca telif hakkı koruması ve haksız rekabet hükümleri ile tasarım hakkının kesişim alanlarına da yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde, Avrupa Birliği mevzuatı incelenmiş olup Fransa, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri hukuk sistemlerinde moda tasarımlarının korunmasına yer verilmiştir. Her ülkenin tasarım hukukuna ilişkin özel düzenlemeleri, içtihatları ve sistematik yaklaşımları karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Özellikle Fransa'da telif-tasarım ilişkisi, İngiltere'de tescilsiz tasarım sistemleri ve Amerika Birleşik Devletleri'nde tasarım patentleri çerçevesindeki uygulamalar vaka kararlarıyla desteklenerek değerlendirilmiştir. Son bölümde, bu dört ülkenin sistemleri karşılaştırılarak Türk hukukunun güçlü ve zayıf yönleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Moda tasarımı, tasarım hakkı, tescilli tasarım, tescilsiz tasarım, sınai mülkiyet, yenilik, ayırt edicilik, bilgilenmiş kullanıcı.

ABSTRACT

This study aims to reveal how fashion designs are protected within the framework of intellectual and industrial property law, particularly under design law, at both national and international levels. Due to the dynamic structure of the fashion industry, rapidly changing trends, and the high risk of imitation, design protection holds a special significance in contemporary legal systems. In the first section of the thesis, the concept of fashion is evaluated within a historical process, and the evolution of fashion in cultural, social, and economic contexts is presented.

The second section provides a detailed examination of how fashion designs are protected under Turkish law, with a focus on the design law provisions of Industrial Property Code No. 6769 and the relevant legislation. The protection of registered and unregistered design rights is analyzed, and intersections between design rights, copyright protection, and unfair competition provisions are also addressed.

In the third section, the legislation of the European Union is examined, followed by a discussion of the protection of fashion designs in the legal systems of France, the United Kingdom, and the United States. The specific regulations, case law, and systematic approaches related to design law in each country are comparatively analyzed. In particular, the relationship between copyright and design in France, the unregistered design systems in the UK, and the implementation of design patents in the United States are evaluated with reference to case decisions. In the final section, these four legal systems are compared to identify the strengths and weaknesses of Turkish law.

Keywords: Fashion design, design right, registered design, unregistered design, industrial property, novelty, distinctiveness, informed user.

KISALTMALAR

AB:	Avrupa Birliği
ABA:	American Bar Association
ABAD:	Avrupa Birliği Adalet Divanı
AEA:	Avrupa Ekonomik Alanı
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
Bkz:	Bakınız
CDPA:	Copyright, Designs and Patents Act
CID:	İbiza Belediyesi
CPI:	Code de la propriété intellectuelle
DTÖ:	Dünya Ticaret Örgütü
E:	Esas
EUIPO:	Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi
FSEK:	Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
HD:	Hukuk Dairesi
K:	Karar
KHK:	Kanun Hükmünde Kararname
REUD:	Registered EU Design
RG:	Resmi Gazete
S:	Sayı
SMK:	Sınai Mülkiyet Kanunu
SUD:	Supplementary Unregistered Design

T:	Tarih
TMK:	Türk Medeni Kanunu
TRIPS:	Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması
TTK:	Türk Ticaret Kanunu
TÜRKPATENT:	Türk Patent ve Marka Kurumu
UEUD:	Unregistered EU Design
vd.:	Ve Devamı
WIPO:	Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü
YİDK:	Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurumu

ŞEKİL LİSTESİ

Görsel 1:	Volkswagen Beetle
Görsel 2:	Givenchy 2016 Sonbahar-Kış Kreasyonu
Görsel 3:	Balenciaga 2009 İlkbahar-Yaz Kreasyonu
Görsel 4:	Christian Louboutin Kırmızı Tabanlı Ayakkabı
Görsel 5:	Yves Saint Laurent Ayakkabı
Görsel 6:	Gucci, GG Mormont Reversible Belt
Görsel 7:	Gucci Original GG Canvas Jumpsuit
Görsel 8:	Hermes Birkin vs. Walmart Wirkin
Görsel 9:	Ganni Tasarımı Buckle Ballerina
Görsel 10:	Steve Madden Tasarımı Grand Ave
Görsel 11: Mayo Tasarımları	Karla Coletto Swimwear Davasına Ait Önceki
Görsel 12:	Aynı Davanın Tartışmalı Tasarımı
Görsel 13:	Puma Terlik Önceki Tasarım
Görsel 14:	Puma Terlik Tescilli Tasarım
Görsel 15: Paylaşımı ve Ayakkabı	Rihanna vs. Puma Uyuşmazlığa Konu Instagram
Görsel 16:	İbiza Yerel Halkının Kullandığı Espadril
Görsel 17:	Serra Villa Gemma Tasarımı Espadril
Görsel 18:	Saul Lopez v Dilara Fındıkoğlu Tasarımları

GİRİŞ

Moda, yalnızca estetik beğenilerden oluşan basit bir kavram olmaktan öte, bireylerin kimliklerini, toplumların değerlerini ve ekonomik yapılarını şekillendiren çok yönlü ve dinamik bir olgudur. Bununla birlikte moda kavramı, başlangıçta sadece güncel ve popüler olanı ifade etmek için kullanılmaktayken, zaman içerisinde özellikle tekstil, giyim, aksesuar, ayakkabı ve çanta gibi belirli tasarım alanlarıyla özdeşleşmiştir. Sanayi devrimi sonrasında seri üretimin yaygınlaşmasıyla moda tasarımlarının kitlesel olarak erişilebilir hale gelmesi, giyim akımlarının hızla ortaya çıkmasına ve aynı hızla tüketilmesine neden olmuştur. Bu durum, 20. yüzyıl boyunca neredeyse her on yılda farklı moda trendlerinin hüküm sürdüğü bir tüketim kültürü oluşturmuştur.

Tarih boyunca toplumsal, ekonomik ve kültürel dönüşümlerle iç içe gelişen moda tasarımı, günümüzde küreselleşmenin etkisiyle daha hızlı ve yoğun biçimde değişim göstermektedir. Bu hızlı değişim ve dijitalleşmenin getirdiği kolay erişim imkânları, moda tasarımlarının korunmasını hukuki açıdan daha da kritik hale getirmiştir. Dolayısıyla moda sektörünün temel sorunlarından biri, tasarımların hukuki anlamda etkin ve yeterli düzeyde korunabilmesidir.

Bu çalışma, moda tasarımlarının fikrî ve sınai mülkiyet hukuku kapsamındaki korumasına genel bir şekilde değindikten sonra moda tasarımlarının tasarım hukuku özelinde korunması konusu ulusal ve uluslararası boyutta ele alacaktır. Moda tasarımlarının özgünlüğünün korunması, hem moda endüstrisinin yaratıcılığını teşvik etmek hem de sektör içerisindeki adil rekabeti sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak modanın doğası gereği hızla değişmesi, trendlerin sürekli yenilenmesi ve tasarımların kolayca taklit edilmesi moda tasarımcıları için ciddi hukuki ve ekonomik zorlukları beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, çalışmamızın temelinde moda tasarımlarının hukuki korumasına dair yanıt aranan bazı temel sorular bulunmaktadır:

- Moda tasarımları günümüz hukuk sistemlerinde hangi hukuki araçlarla ve ne ölçüde etkin bir biçimde korunmaktadır?

- Tasarım hukuku ile telif hakkı arasındaki ilişki nasıl şekillenmektedir ve bu ilişki moda tasarımlarının korunmasında nasıl bir rol oynamaktadır?
- Türkiye’de yürürlükte olan 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, moda tasarımlarını korumada ne ölçüde yeterlidir ve hangi alanlarda gelişime ihtiyaç duymaktadır?
- Fransa, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri gibi farklı hukuk sistemlerinde moda tasarımlarına yönelik koruma yaklaşımları nasıldır ve bu sistemlerle karşılaştırıldığında Türk hukukunun güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?
- Uluslararası hukuk perspektifinde Türk hukuk sisteminin moda tasarımlarının korunmasına ilişkin kapasitesi nasıl artırılabilir ve hangi reformlar önerilebilir?

Tez çalışması kapsamında, öncelikle moda tasarımlarının korunmasıyla ilgili temel kavramlar ve ulusal mevzuat incelenecek, ardından bu korumanın telif hakkı ve haksız rekabet hükümleriyle olan ilişkisi kısaca değerlendirilecektir. Türkiye’deki tasarım koruma rejimi ayrıntılı şekilde analiz edilerek, uygulamaya ilişkin yargı kararları ve doktriner görüşlerle desteklenecektir. Devamında Fransa, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri’ne ait sistemler hem normatif çerçevede hem de uygulama düzeyinde kapsamlı biçimde analiz edilerek bu sistemlerin Türkiye’deki yapıyla taşıdığı benzerlikler ve gösterdiği farklılıklar sistematik olarak değerlendirilecektir.

BÖLÜM 1- MODA KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1. Moda Kavramı

Moda, insanlığın doğuşundan bu yana toplumsal, kültürel ve ekonomik değişimler doğrultusunda şekillenmiş bir kavram olarak karşımıza çıkmıştır. Moda, bireylerin yalnızca giyim ve aksesuar tercihlerini değil aynı zamanda kimliklerini ifade etme biçimini ve toplumun genel eğilimlerini yansıtan bir olgudur. Antik çağlardan günümüze kadar olan tarihsel süreçte moda, farklı dönemlerin sosyal statü göstergesi, politik güç sembolü ya da kültürel bir ifade aracı olarak kullanılmıştır.¹

Sanayi Devrimi'nin yol açtığı değişimlerle birlikte üretim yöntemleri ve tüketim alışkanlıklarında kayda değer farklılıklar meydana gelmiş olup modanın toplumlar üzerindeki etkisi artarak küresel bir endüstri haline gelmesine olanak tanınmıştır. Bu bölümde, modanın tarihsel süreçte geçirdiği evrim ve farklı dönemlerdeki gelişim dinamiklerini inceleyerek günümüz moda anlayışının temellerine odaklanılacaktır.²

“Moda” kavramı değerlendirmeye alınırken kümülatif bir değerlendirme yapılmalıdır. Yaşanılan dönem, dönemin olayları, insanlar ve çevre faktörleri bir araya getirilerek ele alınmalıdır. Moda, çağının özelliklerini yansıtmakla kalmaz, toplumlar ve insanlar arasındaki uçurumu da belirler. Farklı tarihi dönemlerdeki moda olayları o dönemin yalnızca zevklerini anlatmakla kalmaz dönemin kültürel, toplumsal ve ekonomik durumu hakkında bilgi de vermektedir.³

Etimolojik olarak “moda” kelimesine baktığımızda ise latince kökenli “modus” ve “modernus” kelimelerinden türemiş olup, “hemen şimdi” ve “geçmişe ait olmayan” anlamlarını taşımaktadır.⁴ Bazı görüşlere göre ise “moda” kelimesi bir istatistik kavramı olan “mod”dan gelmektedir. Mod, bir veri ayarında en çok tekrar eden değeri ifade eder ve tüm diziyi temsil

¹ FOGG, Marnie, Modanın Tüm Öyküsü, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2014, s.8.

² ŞAHİN, Yüksel, TATLIDİL, Ülker, Giyim Kültürü ve Modanın Konuları Üzerine, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Eylül 2019, s.320.

³ ÖNDOĞAN, Ziyet, ÖNDOĞAN, Ece Nükhet, Moda ve Marka, Ankara, İksad Yayınevi, 2021, s.2.

⁴ AKAR, Hüsamettin, Popüler Kültür ve Moda, Erciyes İletişim Dergisi, 2011, Cilt 1, Sayı 1, s.201.

eden merkezi bir değer olarak kabul edilir.⁵ Modaya bu açıdan bakıldığında, popüler bir kıyafet tasarımının, toplumun en çok kabul gören ve belirli bir dönemin estetik anlayışını en iyi temsil eden “tepe noktası” olarak düşünülebileceği şeklinde yorumlanabilir. Bu bakış açısıyla, moda tasarımlarında kullanılan güncel stil unsurları, dönemsel beğenilere ve popüler modalara göre şekillenmekte olup toplumun genel zevklerini ve tercihlerini yansıtan ortak bir paydada oluşturulmaktadır.

Günümüzde, moda sadece bu etimolojik anlamlarıyla sınırlı değildir. Giyim kuşamdan ev tekstiline, ev dekorasyonundan araba modellerine kadar birçok alanda modanın etkisinde kalındığı görülmektedir. Esasen, tüketici tercihlerinin ve düşüncelerinin odak noktası olan yer ve kavramlar modayı en iyi açıklayan ifadedir.⁶

Türk Dil Kurumu, modayı “*Değişiklik gereksinimi veya süslenme özentisiyle toplum yaşamına giren geçici yenilik*”⁷ olarak tanımlarken; Oxford sözlüğünde ise “*Belirli bir zaman veya yerde popüler olan giyim, saç vb. tarzı; popüler olma durumu*”⁸ olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda moda hem bireysel hem de toplumsal düzeyde çeşitli yönleri barındıran, zamanın ruhuna ve kültürel eğilimlere göre değişen dinamik bir olgudur.

Sosyolojik açıdan bakıldığında moda, toplumun alt tabakalarında yer alan bireylerin, üst tabakaları örnek alarak, onların yaşam tarzlarını ve görünümelerini taklit etme süreci olarak değerlendirilebilir. Bu süreç bireylerin statü elde etme, kabul görme ve kimlik oluşturma arzularından beslenmektedir.⁹ Toplumun üst sınıfları tarafından belirlenen moda trendleri, alt sınıflar için bir “özenme” unsuru haline gelirken bu grupların üst sosyal sınıflara yakınlaşma çabalarını da yansıtmaktadır. Bu durum modayı sadece bireysel bir estetik tercih olmaktan çıkarmakta olup aynı zamanda sınıfsal bir aidiyet ve farkındalık aracı yapmaktadır. Böylece moda hem bireysel kimlik inşasında hem de toplum içindeki sosyal tabakalaşmada önemli bir rol oynamaktadır.¹⁰ Bu tanımlara bakıldığında moda kavramı için tek ve evrensel bir tanım

⁵ GÜRSOY, A. Tahir, Giyim Kültürü ve Moda, İstanbul, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, 2010, Cilt 2, s.14.

⁶ GÜRSOY, Cilt 2, s.14.

⁷ Türk Dil Kurumu; Moda; <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 27.10.2024)

⁸ https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fashion_1 (Erişim Tarihi: 27.10.2024).

⁹ GÜRSOY, Cilt 2, s.15.

¹⁰ SELLERBERG, Ann-Marie, ASPERS, Patrik, Fashion, Sociology of, International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Oxford, 2015 s.1.

olmamakla birlikte; insanların tercihlerindeki değişimler, ritmik taklit ve yenilikle şekillenen moda; insanları, zamanı, mekânı ve kabulü temel unsurları olarak merkezine almaktadır.¹¹

Bu bağlamda moda, sadece giyim ya da süslenmenin ötesinde, bireylerin kimliklerini ve toplumdaki rollerini ifade etme biçimi olarak da önemli bir kavramdır. Geçmişten günümüze moda hem bireysel tercihleri hem de toplumsal eğilimleri yansıtan, dinamik ve sürekli evrim geçiren bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2. Modanın Tarihsel Süreçteki Evrimi

Modanın tarihsel evrimi, insanlık tarihinin derinliklerine kadar uzanan bir süreçtir. Arkeolojik kazılar sayesinde gün yüzüne çıkan giyim ve aksesuar tasarımları, moda olgusunun tarih öncesi dönemlerde de var olduğunu bize göstermektedir.¹² Moda, yalnızca estetik bir ifade biçimi olmanın ötesinde; sosyal, kültürel ve ekonomik dinamiklerin bir yansıması olarak da hayatımızın çeşitli alanlarında yer edinmektedir. Tasarımların işlevselliği, süslenme amacı ve statü sembolü olarak kullanılması, farklı toplumlarda yaygın bir gelenek haline gelmiştir.¹³ Bu bağlamda, modanın tarihsel gelişim sürecinin incelenmesi, tasarımların hangi aşamada eser niteliği kazandığını ve hangi dönemde tasarım koruması altına girebildiğini anlamak açısından kritik bir öneme sahiptir.

İlk çağlarda insanlar, doğanın zorlu koşullarına karşı korunma ihtiyacıyla giyinmeye yönelmişlerdir. Ancak zaman içinde toplumsal sınıfların etkisi ve inanç sistemlerinin evrilmesiyle, korunma ihtiyacı yerini estetik beğeniler ve hoş görünme arzusuna bırakmıştır.¹⁴

İlk insanlardan itibaren kıyafet tasarımlarında süslemeler ve sembolik ifadeler yer almıştır. Mağaralarda yaşayan avcılarının deniz kabuklarıyla süslenmiş kıyafetleri veya Sümerlerin canlı renklerle bezenmiş giysileri, giyimin tarih boyunca işlevselliğin ötesinde anlamlar taşıdığını ortaya koymuştur.¹⁵ Modern modanın başlangıcı ise farklı görüşler ışığında

¹¹ **BEYRELİ**, Elif, Sınai Mülkiyet Boyutuyla Moda Hukuku, Ankara, Yetkin Yayınları, 2022, s. 30; **BASMA**, Dima, The Nature, Scope, and Limits of Modern Trademark Protection: A Luxury Fashion Industry Perspective, The University of Manchester, Unpublished PHD, Manchester 2016, s.49.

¹² **NURCU**, İlknur, Moda Tasarımlarının Korunması, Antalya, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, 2020, s.3 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

¹³ **NURCU**, s.3.

¹⁴ **ERSOY**, Berna, Moda Pazarlamasının Önemi ve Moda Sanayiinden Bir Örnek: Vakko, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, 2002, s.25 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

¹⁵ **NURCU**, s.3.

tartışılmaktadır. Doktrindeki bazı görüşler, Rönesans dönemindeki İtalyan şehir devletlerinde gelişen estetik anlayışın, modaya modern bir temel sunduğunu¹⁶ savunurken; diğer görüşler sanayileşme süreciyle birlikte moda olgusunun kitlesel bir fenomen olarak ortaya çıktığını öne sürmektedir.¹⁷

1.2.1. Antik Dönemde Moda

Antik Dönemde moda, çağın sosyal, ekonomik ve dini yapılarına göre şekillenmiş olup toplumlar tarafından derin sembolik anlamlarla ilişkilendirilmiştir. Modanın, sadece estetik bir unsur olmaktan ziyade, sosyal sınıfı ve dini inançları ifade eden bir araç olarak kullanıldığı bu dönemde, giyim ve aksesuarlar kişinin kimliğini ve toplumdaki yerini belirleyen önemli göstergeler olmuştur.¹⁸ Mezopotamya, Antik Mısır, Yunan ve Roma medeniyetlerinde moda, her bir toplumun kültürel değerlerine, coğrafi özelliklerine ve sahip oldukları ticaret ağlarına göre farklı şekillerde gelişmiştir.

Antik Mısır'da halk, çoğunlukla kendir bitkisinden elde edilen keten kumaşı tercih etmiştir.¹⁹ Mısırlıların inanç sisteminde hayvansal kumaşlar “saf” kabul edilmediğinden yün, nadiren tercih edilmekte olup tapınak gibi kutsal mekanlarda kullanımı yasaktır.²⁰ Başlıca kıyafet unsurları arasında tunikler, şallar ve uzun etekler bulunurken; erkekler genellikle belden sarılan kısa etekler giyip, kadınlar daha uzun ve sıkı elbiseler tercih ettiği görülmektedir.²¹

Antik Mısır'da moda, dini sembolizmin ve sosyal hiyerarşinin güçlü bir ifadesi olarak dikkat çekmektedir. Yukarıda bahsetmiş olduğumuz üzere keten her sınıfta yaygın olarak kullanılsa da toplumsal statü, kumaşın işlenme kalitesi ile belirginleşmektedir. Toplumun üst tabakasındaki kişiler daha ince dokulu ve kaliteli keten kumaşlardan yapılan kıyafetler ile ayrıcalıklarını ifade etmekteydiler.²² Zamanla, giysilerin stili ve süslemeleri toplumdaki yüksek

¹⁶ **ERSOY**, s.24.

¹⁷ **BEYRELİ**, s. 30.

¹⁸ **SAĞLAN**, Suhal, Antik Dönemde Sosyal Hayat Ders Notları III, Konya, 2020, s.12.

¹⁹ **NURCU**, s.3; **EREN**, Canan, Antik Mısır Sanat Yapıtlarının Çağdaş Sanat ve Tekniklerle Günümüz Tekstil ve Modasında Kullanımı, İstanbul, Beykent Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Sanat Dalı, 2022, s.141 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

²⁰ **GÜRSOY**, s.68 (Cilt2).

²¹ **MARK**, Joshua J., Fashion & Dress in Ancient Egypt, 2017, *World History Encyclopedia*, s.2-3,)

²² **GÜRSOY**, s.68 (Cilt2).

statüyü yansıtan semboller haline gelmiştir. Özellikle soylular ve kraliyet ailesi, mücevherler ve gösterişli başlıklar gibi aksesuarlarla statülerini vurgulamaktaydılar.²³

Antik Mısır'da beyaz renk saflığı simgelerken, kıyafetlerde kullanılan değerli taşlar ve altın işlemler, bireylerin tanrılarla olan bağlantılarını ifade etmektedir. Örnek vermek gerekirse, firavunlar tarafından takılan “nermes” isimli başlıklar, sadece kraliyet ailesine özgü bir sembol olup firavunların ilahi bir yönetici oldukları anlamına gelmektedir.²⁴

Antik Yunan'da ise moda, bireysellik ve estetikle daha fazla ilişkili hale gelmiştir. Yunan toplumunda kıyafetler genellikle sade olup bireylerin kişisel tercihlerine göre şekillenmiştir. Antik Yunan kıyafetlerinde kullanılan “chiton” ve “himation” gibi kıyafetler, toplumun farklı kesimlerinde yaygın olarak kullanılan basit kumaş parçalarından oluşmaktadır.²⁵ Ancak soylular bu kıyafetleri daha kaliteli kumaşlardan yaptırarak farklılıklarını göstermektedirler. Renk ve doku kullanımı da sınıf ayrımını belirlemenin bir yolu olup pahalı ve boyanması zor olan mor kumaşlar, genellikle zenginler tarafından tercih edilmektedir.

Antik Yunan kıyafetlerinin en dikkat çekici özelliği, çoğunlukla dikdörtgen biçimde kesilen yün veya keten kumaşların çeşitli uzunluklarda kullanılmasıydı. Bu kumaş parçaları, zarif işlemlere sahip klipsler ya da iğneler yardımıyla bir arada tutturulmaktaydı.²⁶ Antik Yunan toplumunda kadın giyimi sade ve abartıdan uzak olarak tasarlanmıştır. Sosyal statüye göre yoksullar yün ve keten; zenginler ise pamuk ve ipek gibi değerli kumaşlar tercih ederken; köleler genellikle peştamal giydikleri bilinmektedir.²⁷

Antik Roma'da ise moda, Roma İmparatorluğu'nun gücünü ve sosyal yapısını yansıtan sembollerle doludur. Roma vatandaşlarının kimliklerini gösteren “toga” adlı kıyafet, vatandaşlık statüsünü simgelemekte olup yalnızca erkek Romalı vatandaşlar tarafından giyilebilmekteydi. Omuzlardan vücuda dökülen ve tek parça yün kumaştan yapılan toga, Antik Roma giyim kültürünün en karakteristik ögesidir.²⁸

²³ MARK, s.2.

²⁴ EREN, s.153.

²⁵ NİGRO, Jeff, Ancient Greek Dress: The Classic Look, 2022, Chicago Sanat Enstitüsü, <https://www.artic.edu/articles/966/ancient-greek-dress-the-classic-look> (Erişim Tarihi: 28.10.2024).

²⁶ GÜRİSOY, s.69 (Cilt2).

²⁷ ALOĞLU, Eda, Helenistik Dönemde Günlük Yaşam, Ege Üniversitesi, 2018, s.5.

²⁸ VOUT, Caroline, The Myth of the Toga: Understanding the History of Roman Dress, Greece & Rome, Vol. xliii, No. 2, October, 1996, s.204.

Farklı stillerde sarılabilen bu giysi, zaman içinde daha büyük ve gösterişli hale getirilerek yeniden yorumlanmıştır. Tarihsel kaynaklara göre toga, Roma monarşisi ve Roma İmparatorluğu dönemlerinde yaygın olarak kullanılmış ve yalnızca sivil halk tarafından giyilmiştir; köleler ve çocuklar ise tunik tercih etmiştir. Kadınlar ise, Yunan kadınlarının ikonik chitonuna benzer uzunlukta olan stola giymekte olup, hem dikiş gerektirmeden omuzlarda klips veya broşlarla sabitleyerek hem de bele bağlanan kuşak ile bluz görünümü kazandırarak kullanmaktaydılar. Ancak toplumsal sınıf farkını vurgulamak amacıyla alt sınıfa mensup kadınların stola giymesi yasaktır.²⁹

Bir bütün olarak bakıldığı takdirde; Antik Dönem'de modanın, her toplumun kültürel yapısına, sosyal hiyerarşisine ve dini inançlarına göre şekillendiği görülmektedir. Bu dönemde kıyafet ve aksesuarlar sadece bireysel zevkleri değil, aynı zamanda toplumsal kimliği, sosyal statüyü ve dini inançları ifade eden güçlü semboller olarak kullanılmıştır. Bu nedenle Antik Dönem modası, bugünkü anlamıyla moda kavramından farklı olarak, toplumun yapısını ve değerlerini yansıtan, estetikten çok sembolizmin ön planda olduğu bir araç olmuştur.

1.2.2. Orta Çağ ve Rönesans Dönemi

Orta Çağ'da tekstil ürünleri yalnızca temel bir ihtiyaç olmaktan çıkarak önemli ticaret malları haline gelmiştir. Özellikle yün, keten ve ipek gibi kumaşlar Avrupa genelinde büyük bir talep görmeye başlamıştır. Bu dönemde kadınlar yün eğirme ile uğraşırken erkekler ise dokuma alanında uzmanlaşmıştır.³⁰ Dokumacılık mesleğini icra eden erkekler, işlerini düzenlemek ve ürettikleri kumaşları pazarlamak amacıyla çeşitli meslek örgütleri kurma amacıyla hareket etmişlerdir. Modaya ilişkin tarih boyunca bilinen ilk lonca, Dokumacılar Esnaf Birliği olup 1100 yılında Londra'da kurulmuştur.³¹

Orta Çağ'ın başlarında, Bizans İmparatorluğu etkisi Avrupa moda dünyasına yön vermekte olup, çoğu kostüm doğudan ithal edilen kumaşlarla tasarlanmaktadır. Aynı zamanda barbar kavimlerin Kuzey ve Güney Avrupa'yı işgali ve Müslümanların İspanya'ya akınları,

²⁹ EVECEN, Arzu, ÖLMEZ, Filiz Nurhan, Antik Çağ Giysi ve Donatılarında Ekinsel Göndermeler, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi, 2014, s.374.

³⁰ NURCU, s.4.

³¹ STEELE, Philip, A History of Fashion and Costume The Medieval World, Bailey Publishing Associates Ltd, Hove Newyork, 2005, s.17.

kıtada yeni moda akımlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.³² Bu kültürel ve ticari etkileşimler, modanın İlk Çağ'daki sadeliğini geride bırakıp daha karmaşık ve zengin detaylara sahip olmasını sağlamıştır. Haçlı Seferleri düğme gibi yeniliklerin Avrupa'ya gelmesine vesile olmuştur. Bu sayede düğme, Orta Çağ Avrupa giyiminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.³³

Rönesans Döneminde ise moda, sanatsal bir ifade aracı olarak öne çıkmış olup kıyafetlerde yer alan detaylar bu dönemin estetik anlayışını yansıtmıştır. Avrupa'nın farklı bölgelerinde ortaya çıkan moda akımları, aristokrat kesimin ve varlıklı tüccarların kıyafetleriyle toplumsal sınıf farklılıklarını belirgin bir biçimde ortaya koymuştur. Dönemin modasını kadın kıyafetlerinde korseler, geniş kollu elbiseler ve dantel süslemeler³⁴ belirlerken; erkek kıyafetlerinde ise geniş ve tüylü şapkalar, külotlu çorap biçiminde pantolonlar ve büyük, üçgen yakalar belirlemekteydi.³⁵

İngiltere Kraliçesi I. Elizabeth, dönemin önemli moda ikonlarından biri olmasının yanı sıra, toplumsal moda normlarının belirlenmesinde de belirleyici bir rol üstlenmiştir. Bu dönemdeki en çarpıcı düzenlemelerden biri, bazı renklerin yalnızca kraliyet ailesi ve aristokrasi mensupları tarafından giyilmesine izin veren yasadır.³⁶ Bu düzenleme kapsamında mor, yalnızca kraliyet üyeleri için ayrılırken kırmızı ise dukalık ve şövalyelik unvanına sahip kişilere tahsis edilmiştir.³⁷ Bu tür yasalar, modanın sosyal hiyerarşi ve güç dinamikleri ile nasıl bir etkileşim içinde olduğunu ortaya koymakla birlikte dönemin estetik anlayışının yanı sıra toplumsal yapısının da bir yansıması niteliğindedir.

1.2.3. Barok ve Rokoko Dönemi

Barok ve Rokoko dönemi, modanın ihtişam ve gösterişle ön planda olduğu bir dönem olarak bilinmektedir. Bu dönemde kraliyet saraylar, bilhassa Versailles Sarayı, modanın

³² **ŞENSES**, Pınar, Rönesans Döneminde Renk Olgusunun Modaya Etkileri, İstanbul, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, 2015, s.77 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

³³ **KOMŞUOĞLU**, Şükran, **MENGİ ARSAL**, İmer, **SEÇKİNÖZ**, Mine, **AKER**, Alparslan, **ETİKE KÖSE**, Serap, Resim 2: Moda Resmi ve Giyim Tarihi, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1986, s.148; **ŞENSES**, s.77.

³⁴ **ELİBOL**, Betül, Rönesans Döneminde Kostüm, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Ders Notları, s.4.

³⁵ **GÜRSOY**, A. Tahir, Giyim Kültürü ve Moda, İstanbul, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, 2010, Cilt 1, s.86

³⁶ **NURCU**, s.4.

³⁷ **ELGİN**, Kathy, A History of Fashion and Costume Elizabethan England, Bailey Publishing Associates Ltd, Hove, Newyork, 2005, s.19.

kalbinin attığı yerler olmuştur. Kabarık etekler, korseler, yoğun danteller ve peruklar, Barok ve Rokoko modasının karakteristik özellikleri olarak ön planda olmuştur. Bu dönemde erkek modası da en az kadın giyimi kadar abartılı ve gösterişliydi; farbala, kurdele ve dantel gibi süslemeler erkek kıyafetlerinde en çok kullanılan unsurdur. Kısa kollu yelekler ve diz hizasında sonlanan pantolonlar, beyaz çoraplarla tamamlanarak zarif bir görünüm yaratılmaktaydı.³⁸

Avrupa’da dokuma teknolojilerindeki yenilikler moda anlayışını derinden etkilemiş olup giyim tarzını çok daha göz alıcı hale getirmiştir. Bu değişim, özellikle Fransa Kralı XVI. Louis’nin 1774-1792 yılları arasındaki hükümdarlığı döneminde zirveye ulaşmıştır. Bu dönemde giysiler, aksesuarlar, ayakkabılar ve peruklar, detaylı süslemeleri ve aşırı boyutlarıyla öne çıkmıştır.³⁹ XVI. Louis ve eşi Marie Antoinette, Versay Sarayı’nda sürdürdükleri ihtişamlı yaşam tarzları ve modaya olan tutkuları ile Fransa aristokrasisine ilham vermiş; onların etkisiyle moda, zarafetin ötesine geçip zenginlik ve statü göstergesi olarak görülmeye başlanmıştır.⁴⁰ Fransa’da geliştirilen lüks kumaşlar, abartılı dantel işlemler, devasa peruklar ve gösterişli aksesuarlar, Avrupa aristokrasisinde bir statü sembolü olarak kabul görmüş; bu dönemin moda anlayışı, estetik kaygılardan çok sosyal sınıfı ifade eden bir araç haline gelmiştir.

Ancak, Kral XVI. Louis döneminde yaşanan ekonomik kriz, Fransız halkını mevcut monarşik düzeni ortadan kaldırmaya yöneltmiş olup bu huzursuzluk ortamı, 1789 yılında başlayan ve 1799 yılında sona eren Fransız İhtilali ile doruk noktasına ulaşmıştır. İhtilal sürecinde, Kral XVI. Louis ve eşi Marie Antoinette’in lüks yaşam tarzları “vatana ihanet” olarak nitelendirilmiş ve bu nedenle idam edilmişlerdir.⁴¹ Bu olaylar, halkın toplumsal değerlerinde ve moda anlayışlarında derin bir etki meydana getirmiş olup, ihtişam yerini sadeliğe ve işlevselliğe bırakmıştır. Fransız ihtilalinin getirdiği bu sadeleşme, Sanayi Devrimi’nin de etkisiyle geniş kitlelere ulaşan, işlevselliğe önem veren ve toplumun her kesiminden insanın erişebileceği bir moda kültürünün doğuşuna zemin hazırlamıştır.⁴²

³⁸ **OSMANLI**, Mahur, Barok Dönem Giyim Kuşam Modası ve Mobilya Tasarımı Arasındaki Etkileşim, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İç Mimarlık Anasanat Dalı İç Mimarlık Sanat Dalı, 2021, s.26 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

³⁹ **GÜRSOY**, s.68 (Cilt1).

⁴⁰ **NURCU**, s.5; <https://www.smithsonianmag.com/history/marie-antoinette-134629573/> (Erişim Tarihi: 31.10.2024).

⁴¹ <https://www.smithsonianmag.com/history/marie-antoinette-134629573/> (Erişim Tarihi: 01.11.2024).

⁴² **ROONEY**, Anne, A History of Fashion and Costume The Eighteenth Century, Bailey Publishing Associates Ltd, Hove, Newyork, 2005, s.14.

1.2.4. Sanayi Devrimi ve Viktorya Dönemi

Sanayi Devrimi ve Viktorya Dönemi⁴³, modanın hem üretim hem de tasarım anlayışında köklü değişimlerin yaşandığı, toplumda sınıf farklılıklarının belirginleştiği ve seri üretimin kıyafetlere erişimi arttırdığı önemli bir dönemi temsil etmektedir. Bu süreçte tekstil üretiminde mekanik tezgahların kullanılmaya başlaması, modanın daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Bu durum, toplumda işçi sınıfı ile aristokrasi arasında net ayrımlar yaratırken; modanın farklı toplumsal tabakalara hitap eden bir kültürel simge haline gelmesine de yol açmıştır.⁴⁴

Sanayi Devrimi'yle birlikte kumaş üretimi, ilk kez buharlı makinelerle seri hale getirilmiştir. Pamuk, yün ve keten gibi malzemeler daha hızlı ve düşük maliyetlerle üretilebilir hale gelirken; dantel, nakış gibi süslemeleri de fabrikalarda üretmek mümkün hale gelmiştir.⁴⁵ Sanayi Devrimi, tüm bunlarla birlikte “terzi dikimi” kıyafet anlayışından “hazır giyim” anlayışına geçişi başlatarak, modada kişisel terzilik dönemi ile toplumsal giyim arasındaki ayrımı belirginleştirmiştir.⁴⁶

Viktorya dönemi incelendiğinde, İngiltere'nin ekonomik sosyal ve kültürel anlamda önemli değişimler geçirdiği bir dönemdir. Bu süreçte İngiliz ekonomisi hızla gelişmiş olup, Sanayi Devrimi'nin getirdiği teknolojik ilerlemeler sayesinde Büyük Britanya, küresel ölçekte sanayileşmenin öncüsü konumuna gelmiştir.⁴⁷

Sanayileşmenin etkisiyle Viktorya döneminde pek çok yeni tekstil fabrikası açılmış ve seri üretim kıyafetler hazır giyim mağazalarında satışa sunulmaya başlanmıştır. Geleneksel olarak evde yapılan terzilik ve kişiye özel kıyafetlerin, varlıklarını sürdürmelerine rağmen eskisi kadar tercih edilmediği görülmektedir.⁴⁸ Bu dönemde İngiliz sömürgelerinden kumaşlar ile parlak ve canlı renklere sahip yeni kumaş boyaları sayesinde önceki moda anlayışından farklı kıyafet tasarımları meydana getirilmeye başlanmıştır.⁴⁹ 1869 yılında Kraliçe Victoria ve Prens Metternich'in talepleri doğrultusunda yeni bir moda akımı gelişmiş olup, bu stile göre etek katları arkaya çekilerek kalça üzerinde hacim oluşturulmuştur. 1870'lerin sonuna doğru

⁴³ 1837-1901.

⁴⁴ YAVUZ, Nihan, Victoria Dönemi Modasında Kadın Giyimi, İstanbul, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, 2013, s.76 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

⁴⁵ YAVUZ, s.72.

⁴⁶ GÜR ÜSTÜNER, Semra, Tekstil Tasarım Tarihine Genel Bir Bakış, Sanat Tasarım Dergisi, 2017, Sayı:8, s.50.

⁴⁷ <https://www.epochs-of-fashion.com/the-epochs/victorian-era/> (Erişim Tarihi: 01.11.2024).

⁴⁸ YAVUZ, s.79.

⁴⁹ YAVUZ, s.80.

ise bu akım, elbiseleri daha büyük ve gösterişli şekilde kabarıktırarak abartılı hale getirmiştir.⁵⁰

1890'lara gelindiğinde ise Viktorya Dönemi modasında silüet yeniden değişmiş olup, "S- eğrisi" olarak bilinen bir stil popüler hale gelmeye başlamıştır. Büyük bir güvercin göğsü etkisiyle öne çıkan bu görünüm; korseler, katmanlı bluzlar ve fırfırlı kılıflarla elde edilmiştir. Viktorya Döneminin bu estetik anlayışı günümüzde hala modaya ilham vermeye devam etmektedir.

1.2.5. 20. Yüzyıl ve Modern Moda

20. yüzyıl; teknolojik gelişmelerin, toplumsal değişimlerin ve iki büyük savaşın getirdiği etkilerle şekillenen aynı zamanda sanat ve modanın iç içe geçtiği bir dönemdir. Bu dönemde "Sanat toplum içindir." yaklaşımı yaygınlaşmış; Kübizm, Gerçeküstücülük, Fütürizm ve Konstrüktivizm gibi sanat akımları modaya da yansımıştır.⁵¹

20. yüzyılın başında moda, Edward dönemi ve I. Dünya Savaşı'nın etkileri ile büyük değişimler geçirmiştir. 1890'ların sonundan 1914'e kadar uzanan ve "Yaldızlı Çağ" olarak anılan Edward dönemi, Kral VII. Edward'ın hedonist yaşam tarzından ilham alarak kadın giyiminde ihtişam ve şatafatı öne çıkarmıştır. Dönemin en belirleyici unsurlarından biri, kadın silüetinde S şekli yaratan korseler ve güvercin göğüslü kıyafetlerdir. Kadınlar, özel dikim elbiselerde ipek, saten ve şifon gibi zarif kumaşları tercih etmiş; şeftali ve güvercin mavisi gibi tonlar popüler hale gelmiştir.⁵²

I. Dünya Savaşı ise, kadınların çalışma hayatına daha fazla katılımının sağlarken modada pratikliğe ve sadeleşmeye olan eğilimi de arttırmıştır. Korseler ve uzun etekler yerini daha rahat kesimlere bırakmış ve kadın modasında androjen bir görünüm hâkim olmuştur.⁵³ I. Dünya Savaşı'nın sona ermesinin ardından moda, giderek daha gayriresmi bir yöne evrilmiştir. Rahat spor ceketler ve gri flanel pantolonlar günlük giyimde popüler hale gelmiştir. Su geçirmez kumaşlardaki gelişmelerle trençkot popüler hale gelmiş olup, I. Dünya Savaşı

⁵⁰ YAZVUZ, s.80.

⁵¹ ONUR, Nur, Moda Bulaşıcıdır, İstanbul, Epsilon Yayıncılık, 2004, s.52.

⁵² CURAOĞLU, Füsün, Moda Tasarım, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, 2013, s.18.

⁵³ CURAOĞLU, s.53.

subaylarının askeri paltolarından ilham alan bu parça, klasik erkek giyiminin temel taşlarından biri olmuştur.⁵⁴

1920’lerden itibaren kadın ve erkek modasında belirgin bir sadeleşme eğilimi gözlenmiş; kıyafetler, işlevselliği ön planda tutan basit ve zarif silüetlerle tasarlanmaya başlanmıştır. Bu dönemde erkek takım elbiseleri günlük kullanıma uygun hale gelirken, kadın modasında zarif ve modern çizgiler öne çıkmıştır. Dönemin moda dünyasında etkili olan tasarımcılarından Jeanne Lanvin, Bergdorf Goodman ve Gabrielle Coco Chanel sadeleşme ve fonksiyonelliği esas alan tasarımlarıyla yeni moda akımlarının öncüsü olmuşlardır.⁵⁵

Bu yılların moda tarihinde dikkat çeken bir diğer yenilik ise, Fransız tenisçi Jean René Lacoste’un öncülük ettiği ve dönemin ikonik parçası haline gelen polo tişörtleridir. Maçlarda göğsünün sol tarafında “timsah” logosu işlenmiş polo tişörtler giymesiyle, Lacoste’un bu tarzı moda severler arasında hızla popülerleşmiştir. Artan talepler üzerine bir üretim firması ile iş birliği yapan Lacoste, timsah logolu polo tişörtleri seri üretime geçirerek, spor modasında devrim yaratmış ve markasını dünyaya tanıtmıştır.⁵⁶ Bu dönemde moda, bireysel stili yansıtan ve konforu vurgulayan yeni bir kimlik kazanmıştır.

1930’lar Amerikan sinemasının altın çağı olarak kabul edilmekte olup bu dönemde Hollywood yıldızları moda dünyasında ikonik figürler haline gelmiştir. Marlene Dietrich gibi isimler, kişisel tarzları ile moda trendlerine yön vermiş; giyim, sinemanın etkisiyle daha göz alıcı hale gelmiştir. II. Dünya Savaşı yıllarında ise kıyafetlerde fonksiyonellik ön planda olmuş; kumaş kıtlığı nedeniyle tasarımlar sadeleşmiş ve Amerika, Paris merkezli modaya alternatif olarak kendi stilini geliştirmiştir. Christian Dior’un 1947 yılında tanıttığı “New Look” akımı, kadınları feminen bir zarafetle yeniden tanıştırmış; bol kumaşlı eteklerle kadın silüetini yeniden şekillendirmiştir.⁵⁷

1950’ler, refah seviyesinin artması ve gençlik kültürünün yükselmesi ile moda dünyasında çeşitliliğin arttığı bir dönemdir. James Dean ve Marlon Brando gibi ikonlar deri ceket ve kot pantolonları popülerleştirirken, Londra’da alt kültürler ve rock’n roll etkisi modaya

⁵⁴ **ONUR**, Nur, Moda Bulaşıcıdır, İstanbul, Epsilon Yayınevi, 2004, s.53; **GÖKDEMİR**, Gökhan, 20. Yüzyılda Moda Kavramı, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Araştırma Makalesi, 2012, Eskişehir, s.8.

⁵⁵ **NURCU**, s.6.

⁵⁶ **PENDERGAST**, Sara, **PENDERGAST**, Tom, Fashion Costume and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations and Footwear Through The Ages, Michigan, The Gale Group, 2004, s.744.

⁵⁷ **BERRY**, Jess, The New Look in the City and on the Street as Represented in Fashion Photography, Catwalk: The Journal of Fashion, Volume 4, 2015, Oxford, s.2.

damgasını vurmuştur.⁵⁸ Bu dönemde Pierre Cardin, ilk hazır giyim koleksiyonunu sunmuş; modayı geniş kitlelere ulaştırarak moda endüstrisinde devrim yaratmıştır.⁵⁹

20. yüzyılın ortasından itibaren moda; gençlik kültürünün, sanat akımlarının ve toplumsal hareketlerin etkisiyle sürekli bir dönüşüm sürecine girmiştir. 1960'larda mini eteklerin yaygınlaşması ile modada kadınlar için özgürleştirici bir tarz öne çıkmıştır. Bu dönemin ikonik tasarımcılarından Mary Quant, mini eteği popüler hale getirerek kadın giyimine modern bir ifade kazandırmıştır.⁶⁰ Pop Art⁶¹ akımının etkisiyle renkli ve cesur desenler ön plana çıkmaya başlamış olup Twiggy⁶² gibi modeller ile incecik, zayıf, genç ve çocuksu bir moda anlayışı yayılmıştır.⁶³ Amerikan Başkanının eşi Jacqueline Kennedy'nin zarif tarzı ve Beatles ile gelen rahat giyim trendi, 60'lar modasında özgün bir stil olarak ortaya çıkmıştır. Dönemin ünlü tasarımcıları arasında Hubert de Givenchy, Cristobal Balenciaga ve Fransız haute couture ustaları önemli bir yer tutmuştur. Sinema ikonu Audrey Hepburn de zarif ve feminen stiliyle 60'ların modern ve sofistike moda ruhunu yansıtmıştır.

1970'lerde modanın altın çağı devam etmiş, hippie ve punk alt kültürleri ile bireyselliği ve özgürlüğü vurgulayan stiller ortaya çıkmıştır. Bu dönemde kadın giyiminde daha sade ve rahat formlar hâkim olurken, desenler büyümüş, geniş paçalı "İspanyol" pantolonlar öne çıkmıştır. Fransız tasarımcı Yves Saint Laurent, kadın giyimine klasik takım elbiseyi sokarken; Diane Von Furstenberg kruvaze elbise tasarımlarıyla kadınlara şıklık ve rahatlığı bir arada sunmuştur. Vivienne Westwood, punk akımının temsilcisi olarak gençlerin ve alt kültürlerin ifade biçimi haline gelen cesur tasarımlar ortaya koymuştur.⁶⁴

1980'lerde teknolojinin günlük hayata entegrasyonu; neon renkler, spor giyim ve büyük beden ceketlerle kendini göstermiştir.⁶⁵ Bu dönemde Madonna ve Prenses Diana gibi ikonik figürler, tarzlarıyla 80'lerin moda anlayışını yönlendirmiştir.⁶⁶ Nike, Adidas, Ralph Lauren,

⁵⁸ NURCU, s.7.

⁵⁹ ONUR, s.56.

⁶⁰ ONUR, s.56.

⁶¹ Pop Art, 1950'lerin sonlarında İngiltere ve ABD'de gelişen bir sanat akımıdır. Popüler kültür öğelerini (reklamlar, çizgi romanlar, ünlüler) sanatın merkezine alarak, parlak renkler ve grafiksel kompozisyonlarla dikkat çeker. Moda dünyasında da desen, renk ve formlarda etkisini göstermiştir.

⁶² Twiggy (asıl adı Lesley Lawson), 1960'lı yılların ikonik İngiliz mankenidir. "Çocuksu" yüz hatları, iri gözleri ve ince yapısıyla dönemin güzellik algısını değiştirmiş; modada gençlik, minimalizm ve androjen görünümün öncüsü olmuştur.

⁶³ GÜRSOY, Cilt II, s.22.

⁶⁴ NURCU, s.8.

⁶⁵ <https://kinnu.xyz/kinnuverse/lifestyle/fashion/fashion-through-the-decades/#The-1970s> (Erişim Tarihi: 10.11.2024).

⁶⁶ NURCU, s.8.

Vivienne Westwood ve Michael Kors gibi markalar popüler hale gelirken, spor giyim ve logolu tasarımlar geniş bir kesime ulaşmıştır.⁶⁷ Teknolojinin gelişimiyle birlikte, kumaş üretiminde ve tasarımda yenilikler ön plana çıkmış; spor ayakkabı, tayt gibi işlevsel parçalar dönemin sokak modasına damgasını vurmuştur.

1990'lar, grunge akımının ve minimalizmin moda dünyasında yükselişe geçtiği bir dönem olmuştur. Grunge kültürü, Amerikalı müzik grubu Nirvana'nın tarzıyla geniş bir kitleye ulaşmış; ekose gömlekler, mavi kot pantolonlar ve salaş kıyafetler genç nüfusun öncelikli tercihleri arasında yer almıştır.⁶⁸ Bu dönemde süper modellerin etkisi artmış ve Naomi Campbell, Kate Moss gibi isimler moda dünyasında ikonlaşmıştır.⁶⁹ Moda dergileri ve medya, bu modellerin tanınırlığını arttırırken aynı zamanda yüksek moda ile günlük giyimi birleştiren tasarımları öne çıkarmıştır.

Günümüzde moda tasarımları, 20. yüzyıl başlarında görülen klasik tarzlardan büyük ölçüde uzaklaşarak daha çok spor ve rahat giyim stillerine yönelmiştir.⁷⁰ 2000'ler ve sonrası itibarıyla tasarımcılar, özgün çizgilerini yaratma arzusuyla yenilikçi tasarımlarını koruma konusuna her zamankinden daha fazla önem vermiştir.⁷¹

Görülmektedir ki; modanın insan hayatında en eski dönemlerden bu yana var olduğu ve kültür ile kimlik ifadesinin ayrılmaz bir parçası haline geldiği açıktır. Bununla birlikte, 21. yüzyılda moda, bireylerin yaşamında her zamankinden daha etkili bir hale gelmiş; toplumsal değerleri ve küresel etkileşimleri yansıtarak gündelik hayatı derinlemesine etkilemiştir.

1.3. Moda Tasarımı ve İlgili Kavramlar

1.3.1. Moda Tasarımı Kavramı

⁶⁷ ONUR, s.58.

⁶⁸ GÖKDEMİR, s.45.

⁶⁹ GÖKDEMİR, s.46.

⁷⁰ <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g28969877/spring-2020-fashion-trends/> (Erişim Tarihi: 10.22.2024).

⁷¹ NURCU, s.8.

Moda tasarımı, moda ve tasarım kavramlarının birleşiminden doğmaktadır. Moda, toplumsal beğeniyi yansıtarak belirli bir dönemde popüler olan stil ve kıyafet seçimlerini ifade etmektedir.⁷² Moda, dönemseller olarak popülerleşen her tür beğeniyi kapsamakla birlikte, başlı başına bir tasarımı içermez aksine bir dönemin genel eğilimlerini tanımlamaktadır.⁷³

Tasarım kavramı ise İngilizce'deki "design" ve Fransızcadaki "projet" terimlerinin Türkçe'deki karşılığı olarak bir düşüncenin biçim kazandırılarak somut hale getirilmesini ifade eder. Tasarım süreci, önce bir fikrin zihinde şekillendirilmesi, ardından da bu fikrin bir çizim, model veya taslak olarak dış dünyaya aktarılması aşamalarını içerir.⁷⁴ Tasarımcı, soyut bir düşünceyi estetik ve işlevsel bir ürün haline getirirken, moda tasarımında bu süreç; belirli bir dönemin beğeni ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak özgün bir stil yaratmayı amaçlar.

Moda tasarımı, yalnızca kıyafet ve aksesuar yaratmakla sınırlı kalmayıp; aynı zamanda bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini, toplumsal normları ve kültürel değerleri yansıtır. Bu nedenle moda tasarımı; kültür, toplum ve ekonomi ile doğrudan bağlantılı olan bir sanat dalı olarak kabul edilir.⁷⁵ Bununla birlikte moda olan bir tasarım, giyim ya da aksesuar gibi belirli bir alanla sınırlı kalmayıp, çeşitli tasarım kategorilerine de yayılabilir. Bu tür tasarımlar, yalnızca moda endüstrisindeki ürünleri değil, geniş bir yelpazede beğeni kazanan tüm yaratıcı fikirleri kapsar.⁷⁶

Örnek vermek gerekirse, İskandinav tarzı iç mekân tasarımları son zamanlarda oldukça popülerleşmiş ve moda olmuş durumdadır. Nitekim içinde barındırdığı sadelik, doğallık ve ferahlık unsurlarıyla birçok ülkede tercih edilmeye başlanmıştır. Bilindiği üzere soğuk ve karanlık bir iklime sahip İskandinavya'da evlerin sıcak, aydınlık ve konforlu olması öncelik taşımaktadır.⁷⁷ Aydınlık renk paletleri, doğal ahşap detaylar ve minimal estetik, bu tarz dekorasyonların öne çıkan özellikleridir. Tasarımda işlevsellik ile şıklığın birleşmesi olarak düşünülen bu tarz, dünya genelinde iç mekân modasında ilham kaynağı olmuş olup modern yaşam alanlarında popüler ve kalıcı bir moda anlayışını yansıtmaktadır.

Başka bir örnek ise, 1960'larda üretilen ve dönemin popüler kültür ikonu haline gelen Volkswagen Beetle'dır.⁷⁸ Başlangıçta Alman halkı için ekonomik bir seçenek olarak

⁷² <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi:12.11.2024).

⁷³ NURCU, s.17; ÖNDOĞAN, s.29.

⁷⁴ ARSLAN, Kahraman, Moda Tasarımı, MÜSİAD Araştırma Raporları, İstanbul, 2009, s.14.

⁷⁵ CURAOĞLU, s.53.

⁷⁶ NURCU, s.18.

⁷⁷ <https://www.alem.com.tr/alem-exclusive/iskandinav-tasarim-anlayisi-nedir-1073968> (Erişim Tarihi: 13.11.2024).

⁷⁸ Kaplumbağa olarak da bilinir.

tasarlanmasına rağmen II. Dünya Savaşı sonrası geniş kitleler tarafından oldukça benimsenmiştir.⁷⁹ Sade, kullanışlı ve ekonomik tasarımıyla dönemin ruhunu yakalayan Volkswagen Beetle, ilk üretilmeye başlandığı 1938 yılından itibaren özellikle 1960'larda gençlerin özgürlük, bireysellik ve bağımsızlık arayışlarını yansıtan bir sembol haline gelmiştir.⁸⁰ Yuvarlak hatları, kompakt yapısı ve zamansız tasarımı ile yalnızca bir ulaşım aracı olmamış aynı zamanda otomotiv dünyasında bir moda tasarımı olarak kalıcı bir ikon haline gelmiştir.

Görsel 1: Volkswagen Beetle



Kaynak: <https://www.caranddriver.com/features/g15378761/volkswagen-beetle-models-by-year/>

Bu örnekler, moda olan tasarım kavramının yalnızca giyim sektörüne özgü olmadığını gerek otomotiv gerek dekorasyon gerek hayatın diğer alanlarında yer edinen bütün sektörlerde toplumun ilgisini çekerek yaygın hale gelen ürünlerin moda tasarım kapsamında değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Her ne kadar yukarıda bahsetmiş olduğumuz üzere moda tasarımı kavramı çeşitli sektörleri içine alsada tarih boyunca yaşamış toplumlarda moda algısı, öncelikli olarak kıyafet, aksesuar ve ayakkabı tasarımlarıyla özdeşleşmiştir. Sanayi Devrimi ile moda endüstrisinde oldukça hızlanan üretim, geniş kitlelere ulaşarak giyim sektörünü kültürel bir fenomen haline getirmiştir. Nitekim yaygınlaşan defileler, moda dergileri ve toplum tarafından ilgiyle takip edilen insanların tercihleri gibi görsel araçlar, toplumdaki bu algının pekişmesinde oldukça etkili olmuştur. Biz de tezimizde modanın bu yönünü ele alacağız.

⁷⁹<https://www.vwclassicclub.com/vosvos-tarihi?srsId=AfmBOoo9xWzRc2IPSSFrs4rT3vwYfFdC0ku-j2SipRy1JU8xeg6v6dQ> (Erişim Tarihi: 14.11.2024).

⁸⁰<https://www.caranddriver.com/features/g15378761/volkswagen-beetle-models-by-year/> (Erişim Tarihi: 14.11.2024).

1.3.2. Moda Tasarımı Süreci

Moda tasarımı süreci özgün bir fikrin zihinde şekillenmesi ile başlar. Tasarımcı; güncel trendlerden, toplumun eğiliminden, doğadan ya da teknolojik imkânlardan almış olduğu ilham ile meydana getireceği tasarımı zihninde planlar. Bu fikri oluşturduktan sonra bir taslak meydana getirir. Bu taslak “moda eskizi”⁸¹ olarak adlandırılmakta olup tasarımcının, zihnindeki fikri somut olarak dış dünyaya aktardığı ilk aşamayı ifade eder.⁸² Tasarımcılar eskizlerini, ister el ile çizerek isterse de bilgisayar destekli tasarım⁸³ ile oluşturabilirler. El ile çizimler, tasarımcının kişisel üslubunu yansıttığı için özgün bir estetik değere sahipken CAD⁸⁴ ile çizimler, dijital ortamda şekillendirilip somutlaştırıldığı için teknik çizim oluşturma imkânı sunmaktadır.

Tasarımcının, moda eskizi aracılığıyla fikrini dış dünyaya aktarmasının amacı bu fikri somutlaştırmaktır. Günümüz moda endüstrisi için tasarım sürecinin hızlı ve verimli bir şekilde ilerlemesi, teknik detayların eksiksiz olması oldukça önemsenmektedir. Bu nedenle bilgisayar destekli tasarım araçları, eskizlerin ölçümlerini, ürün kalıplarını ve ürün talimatlarını içeren teknik paketlerin⁸⁵ meydana getirilmesinde kritik bir öneme sahiptir.⁸⁶

Tasarım sürecinde kullanılan bir diğer yöntem olan geleneksel yöntem ise genellikle özel tasarım kıyafet üreten ya da haute couture moda evleri tarafından tercih edilmektedir. Bu yöntemde moda eskiziyle başlayan tasarım sürecinde tasarımcı tasarımın fiziksel boyutlarını belirlemektedir. Tasarımcı bu noktada, kumaşı doğrudan prova mankeni üzerine sararak şekillendirme tekniği olan drapaj yöntemini kullanır. Drapaj, kumaşın manken üzerinde kıvrılarak, bükülerek ve şekillendirilerek tasarımın formunu almasını sağlamaktadır.⁸⁷ Bu süreç, sadece bir fikir ürününün görselleştirilmesini değil aynı zamanda kumaşın hareket ve esnekliğinin görülmesini de sağlamaktadır. Drapaj yöntemi kullanılarak, tasarımın özgün halini yansıtan ve seri üretime geçmeden önce tasarımdaki teknik sorunları belirlemek için kullanılmakta olan bir prototip elde edilmektedir. Bu aşamada teknik detaylar üzerinde çalışılarak hataların giderilmesi imkânı mevcut olup daha kusursuz bit ürün elde edilmeye

⁸¹ Fashion sketch.

⁸² NURCU, s.19.

⁸³ Computer-Aided Design – CAD, <https://inifdahmedabad.com/blog/importance-of-cad-in-fashion-industry/> (Erişim Tarihi: 17.11.2024).

⁸⁴ Bilgisayar destekli tasarım.

⁸⁵ Tech packs.

⁸⁶ NURCU, s.20.

⁸⁷ <https://www.universityoffashion.com/disciplines/draping/#:~:text=Draping%20is%20the%20art%20of,of%20draping%20from%20the%20experts.> (Erişim Tarihi: 17.11.2024); FİSCHER, s.120.

çalışılır.⁸⁸ Bu süreç, haute couture tasarımların yaratıcı ve teknik mükemmellik arayışını yansıtmaktadır.

Tasarım sürecinin son aşaması, ortaya çıkan fikir ürününün alenileştirilerek kamuoyuyla buluşturulmasıdır. Bu noktada tasarımcılar, kendi maddi imkanlarını yahut destekçilerinin sağladığı finansal olanakları kullanarak tasarımlarını görünür kılmayı amaçlamaktadırlar. Günümüzde bu süreç büyük oranda moda defileleri ile gerçekleştirilmektedir. Ancak her tasarımcı bir moda defilesi düzenleyecek maddi olanaklara sahip değildir. Bu durumda dijital platformlar ve internet, tasarımların geniş kitlelere tanıtılmasında büyük rol oynamaktadır.⁸⁹

Görsel 2: Givenchy 2016 Sonbahar Kış



Kaynak: catwalking.com

Görsel 3: Balenciaga 2009 İlkbahar Yaz



Kaynak: catwalking.com

1.3.3. Moda Tasarımlarının Hukuki Olarak Korunması

Moda tasarımları, birçok hukuk dalı ile ilgili olmasına rağmen haksız rekabet hukuku ve özellikle fikri mülkiyet hukuku kapsamında koruma altına alınmaktadır. Bu haklar eşya hukukundaki gibi eşya üzerindeki fiziksel mülkiyetten ziyade, bizzat fikir ürününün kendisine

⁸⁸ NURCU, s.20.

⁸⁹ Sosyal medya platformları, tasarımcılar için hem ekonomik hem de geniş bir erişim imkanı sağlayan güçlü bir araçtır. Instagram, Pinterest, TikTok gibi görsel içerik odaklı dijital ortamlar, tasarımcıların küresel ölçekte bir kitleye ulaşmasına olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, çevrimiçi sergi platformları ve dijital moda haftaları gibi yenilikçi yöntemler, özellikle bağımsız tasarımcıların kendilerini ifade etmeleri için etkili alternatifler sunmaktadır.

yöneliktir. Dolayısıyla, moda tasarımları da tasarımcının fikir dünyasını somutlaştıran ürünler olduklarından dolayı bu kapsamda koruma altına alınmaktadırlar.⁹⁰

Moda tasarımlarının uhdesinde taşıdığı haklar mutlak nitelikte olup tasarım sahibine bu hakları herkese karşı ileri sürme yetkisi vermektedir. Bununla birlikte tasarımcı, bu haklarını serbest kullanmasının yanı sıra izinsiz kullanımları engelleyebilmekte ve tasarım kullanım hakkını belirli şartlar karşılığında üçüncü kişilere devredebilmektedir.⁹¹

Fikri mülkiyet haklarının korunması, ülkesellik ilkesi çerçevesinde yalnızca hakkın tanındığı ülke sınırlarıyla sınırlıdır. Örnek vermek gerekirse, Türkiye’de tescil edilen bir moda tasarımı başka ülkelerde aynı korumadan yararlanamaz. Bu sebeptendir ki, uluslararası faaliyette bulunan moda firmaları, tasarımlarını faaliyette bulundukları bütün ülkelerde ayrı ayrı tescil ettirmezlerse bu korumadan faydalanamazlar.⁹²

Moda tasarımları fikri mülkiyet hukuku kapsamında telif hukuku, marka hukuku, tasarım hukuku ve patent hukuku olmak üzere dört farklı fikri mülkiyet disiplini tarafından korunmaktadır. Telif koruması estetik unsurların yanı sıra ürünün özgün ve yaratıcı yönlerini korurken marka koruması ticari unvan ve logolara yönelik bir koruma sağlamaktadır. Tasarım koruması ise ürünün özgün ve orijinal olması şartıyla dış görünüme bağlı koruma sağlarken, patent koruması kapsamına yenilikçi teknolojiler içeren veya fonksiyonel özelliklere sahip ürünler alınmaktadır. Fikri mülkiyet hukuku dışında tasarımlar, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu’nda (TTK) hükme bağlanan haksız rekabete ilişkin hükümlerle de korunmaktadır.

1.4. Moda Hukuku ve İlgili Kavramlar

Birçok tanımı olmakla beraber moda; kültürel olarak benimsenmiş, geçici olarak belirli bir dönemde şekillenen ve zamanla bireyler ya da sosyal gruplar arasında değişiklik gösterebilen, maddi veya manevi nitelik taşıyan olgular olarak tanımlansa⁹³ da günümüzde büyük çaplı bir endüstriye dönüşmüştür. Nitekim buna bir örnek vermek gerekirse, pandemi döneminde yüz maskeleri bir sağlık önlemi olmaktan çıkıp bir moda aksesuarı olarak

⁹⁰ NURCU, s.9; TEKİNALP, Ünal, Fikri Mülkiyet Hukuku, İstanbul, Arıkan Basım Yayım Dağıtım, 2005, s.1.

⁹¹ KARASU, Rauf, SULUK, Cahit, NAL, Temel, Fikri Mülkiyet Hukuku, Ankara , Seçkin Yayıncılık, 2023, s.34.

⁹² KARASU, NAL, SULUK, s.34.

⁹³ POLATER, Salih, Fikir ve Sanat Eserleri Hukukuna Göre Güzel Sanat Eserleri ve Eser Sahibinin Hakları, Ankara, On İki Levha Yayıncılık, 2021, s.60.

kullanılmaya başlanmıştır.⁹⁴ Bu durum modanın dönemsel olarak geçici ihtiyaçlara uyum sağlayan bir dinamik olduğunu ortaya koymaktadır. Moda kavramı; müzikten mimariye, aksesuardan gastronomiye, edebiyattan sahne sanatlarına kadar geniş bir alanı içine alsın da moda denilince herkesin aklına ilk olarak kıyafet tasarımları ile aksesuarlar gelmektedir.⁹⁵ Moda hukuku; ticaret hukuku, fikri mülkiyet hukuku, iş hukuku gibi birçok disiplini bir araya getirerek sektörün karmaşık yapısını düzenlemeyi kendine amaç edinmiştir.

Moda hukuku oldukça kapsamlı bir alan olup, tasarımların korunmasından işçi haklarına, uluslararası ticaret düzenlemelerinden tüketici haklarına kadar birçok alanı içine alır. Ancak bunların arasında tasarım koruması moda hukukunda kritik öneme sahip bir konudur. Bu çalışma kapsamında moda hukukunda meydana gelen tasarım ihlalleri konusu ele alınacaktır.

1.4.1. Moda Hukuku Kavramı ve Kapsamı

Moda hukuku, günümüz hukuk literatüründe disiplinlerarası bir alan olarak yavaş yavaş yer edinmeye başlamıştır. Öncelikle fikri mülkiyet hukuku olmak üzere, rekabet hukuku, ticaret hukuku, reklam hukuku ve iş hukuku gibi farklı hukuk dallarını bünyesinde barındıran bu alan moda sektöründeki sorunlara çözüm bulmayı hedeflemektedir. Moda endüstrisindeki ürünlerin hızlı tüketim döngüsüne sahip olması ve geleneksel koruma yöntemlerinin bu kısa süreli arz talep döngüsüne yeterli gelmemesi nedeniyle, moda hukukunun ayrı bir disiplin olarak ele alınması elzem hale gelmiştir. Ancak gerek ülkemizde gerekse küresel çapta henüz hukuki altyapısı tam olarak sağlanamamıştır. Moda tasarımlarının ihlali durumunda tasarımcılar, genellikle fikri mülkiyet hukukuna dayanarak haklarını arama yoluna gitmektedirler. Marka ve tasarım hakları gibi koruma yolları pek çok ülkede uygulanabiliyorken; telif hakkı koruması bazı yargı sistemlerinde moda tasarımlarını kapsayacak şekilde genişletilebilmektedir.⁹⁶

Moda hukuku, tasarımdan üretime, pazarlamadan tüketim sonrasına kadar moda sektörünün her aşamasında kritik öneme sahip bir disiplindir. Nitekim küresel ölçekte ses getiren LVMH, Hermès, Kering gibi markaların, birleşme ve devralma süreçlerinde rekabet hukuku kurallarına tabi olmaları, moda hukukunun küresel ölçekteki önemini ve kapsayıcılığını

⁹⁴<https://www.vogue.com/slideshow/stylish-face-masks-to-shop-now> (Erişim Tarihi: 10.12.2024).

⁹⁵POLATER, s.60.

⁹⁶ DOĞAN ALKAN, Güldeniz, EVREN, Cansu, ŞEN GÜRAKAN, Bengü, Moda Hukukunun Doğuşu ve Gelişimi, Fikri ve Sınai Haklar Dergisi, Cilt No: 17, Sayı No: 62, Şubat, 2022 ,s. 345.

ortaya koymaktadır. Bununla birlikte e-ticaret platformları ve sosyal medyanın moda sektöründe önü alınamaz bir şekilde yükselişi, dijital çağın gereklerine uygun çözümler üretilmesini zorunlu kılmaktadır.⁹⁷

Tarihsel olarak bakıldığında moda hukukunun temellerinin tekstil sektörü ile eş zamanlı atıldığı görülmektedir. Mesela 15. yüzyılda Fransa’da tekstil ticareti ile uğraşanlara ayrıcalıklar sağlanmış olup 1711 yılında moda evlerinin mendil tasarımlarını kopyalayanlara ceza verilmesi öngörülmüştür. Akabinde İngiltere ve İskoçya’da 1787 yılında tekstil üreticilerine tasarım koruması getirilmiş olup Almanya’da 1876 yılında tekstil ürünleri için bir telif yasası çıkarılmıştır.⁹⁸ Günümüzde ise moda tasarımlarının koruması Avrupa Birliği mevzuatları kapsamında tescilli ve tescilsiz topluluk tasarım haklarıyla sağlanmaktadır. Ayrıca telif hukuku, marka hukuku ve haksız rekabet hükümleri ile de moda tasarımları belirli alanlarda koruma altına alınmaktadır.

Günümüzde, moda hukuku sektöründeki aktörler arasında oldukça fazla uyuşmazlık meydana gelmektedir. Bu uyuşmazlıklardan en ünlüsü ve moda hukuku denilince herkesin aklına ilk gelen uyuşmazlık Christian Louboutin ve Yves Saint Laurent arasında yaşanan anlaşmazlıktır. Christian Louboutin’in imza ürünü haline gelen kırmızı lake tabanlı ayakkabılar, markanın kimliğini temsil etmektedir. 2011 yılında YSL’in kırmızı tabanlı ayakkabı üretmesinin ardından Louboutin, firmaya marka ihlali davası açmıştır. Mahkeme, kırmızı tabanın ayırt edici bir marka unsuru olduğunda mutabık kalarak YSL aleyhine karara hükmetmiştir.⁹⁹ Bu dava moda hukuku alanında çok önemli ve çığır açan bir emsal niteliğindedir.

⁹⁷ **EREN**, Erdem, Moda Hukuku, Terazi Hukuku Dergisi, Cilt:12, Sayı: 128, Nisan, 2017, s.94-97.

⁹⁸ **BEYRELİ**, s.40; **BARBUR**, Diana Flavia, Fashion Law. Concept and Beginnings in European Union and Romania, Juridicial Tribune, Volume 8, Special Issue, Ekim, 2018, s.14-15.

⁹⁹ <https://caselaw.findlaw.com/court/us-2nd-circuit/1611250.html> ; <https://casetext.com/analysis/second-circuit-reverses-louboutin-on-protection-of-fashion-color-trademarks?sort=relevance&resultsNav=false&q=> (Erişim Tarihi: 27.11.2024).

Görsel 4: Christian Louboutin



Görsel 5: Yves Saint Laurent



Kaynak: wallstreetfab.wordpress.com

1.4.2. Knock-Off Kavramı

Türkçe karşılığı “taklit ya da düşük kaliteli benzer ürün” olan knock-off kavramı, moda sektöründe dönemin popüler olan ürünlere ait tasarımların benzerlerini meydana getirme sürecini ifade etmektedir.¹⁰⁰ Söz konusu bu ürünler, orijinal tasarımların tıpatıp kopyası olmasa da estetik, stil ve işlev bakımından büyük ölçüde benzerlik taşımaktadır. Knock-off kapsamında meydana gelen ürünler, çoğunlukla fast fashion yani hızlı moda markaları tarafından üretilmekte olup tüketici ihtiyaçlarını karşılamak adına daha düşük maliyetler ile piyasaya arz edilir. Bu kapsamda bu döngü fast fashion döngüsünün desteklenmesine fayda sağlamaktadır.

Knock-off ürünler ile taklit ürünler arasında çok ince bir çizgi bulunmaktadır. Taklit ürünler, orijinal bir markanın hem logosu hem adı hem de tescilli tasarımını kısacası ayırt edici bütün özelliklerini izinsiz bir şekilde kopyalayarak fikri mülkiyet haklarını ihlal etmektedir. Örnek vermek gerekirse, Guess veya Calvin Klein gibi markaların ayırt edici özelliklerini taşıyan ürünlerin tıpatıp aynısının pazarlarda satılması taklit ürünlere güzel bir örnektir. Knock-off ürünler, lüks moda markalarına ait tasarımlardan esinlenilerek üretilen ve özgün tasarımların estetik ve stil özelliklerini büyük ölçüde yansıtan karıştırma ihtimali olan ürünlerdir. Zara, Bershka, Stradivarius gibi fast fashion markalarının, Chanel veya Prada gibi lüks moda markalarının tasarımlarından ilham alarak onlara benzer ürünler ortaya çıkarması knock-off kavramına güzel bir örnek olabilir.¹⁰¹ Knock-off ürünlerde, marka logoları veya

¹⁰⁰ BEYRELİ, s.41.

¹⁰¹ BEYRELİ, s.41; PHİLİPS, Tim, Knock- off Deadly Treat in Counterfeit Goods: the True Story of the World's Fastest Growing Crime Wave, Kogan Page London and Sterling VA, 2005, s.10.

doğrudan o ürünün ayırt edici özellikleri tam olarak kullanılmadığı için genelde fikri mülkiyet ihlali meydana gelmemektedir.

Knock-off ürünlerin ekonomik etkileri de dikkate alınması gereken unsurlardandır. Lüks markaların rekabet ettiği piyasada knock-off'lar %4'lük bir paya sahipken, genel piyasada bu ürünlerin payı küresel çapta %10 civarındır.¹⁰² Bu durum göstermektedir ki, knock-off ürünler, tüketicinin ürün erişimine ve yeniliklerin hızla yayılmasına oldukça katkı sağlamaktadır. Knock-off ürünlerin moda sektöründeki bu kilit rolü hem hukuki hem de ekonomik açıdan birçok tartışmaya mahal vermektedir. Bir yandan knock-off ürünlerin yeniliklerin yayılmasına olan katkısı kabul edilirken bir yandan da bu ürünlerin özgün ürünlerin ekonomik değerlerini düşürdüğü ve haksız rekabete yol açtığı ileri sürülmektedir.¹⁰³

Bu kapsamda knock-off ürünlerin, hukuki ve ekonomik etki bakımından daha geniş bir perspektifle değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu durum moda sektörünün sürdürülebilirliği açısından büyük bir öneme sahiptir. Bilhassa oldukça hızlı bir şekilde değişim ve gelişim gösteren moda trendleriyle birlikte knock-off ürünlerin yaygınlaşması, hukuki düzenlemelerin önemini net bir şekilde ortaya koymaktadır.

1.4.3. Fast Fashion Kavramı

Fast fashion diğer bir adıyla hızlı moda kavramı, son moda akımlarının çok kısa sürede taklit edilerek düşük maliyetle üretilip hızla tüketime sunulmasını ifade eden, zaman ve maliyet odaklı bir üretim ve pazarlama modelidir. Bununla birlikte küresel çapta moda endüstrisindeki üretim ve tüketim süreçlerini yeniden tanımlayan, lüks moda tasarımlarını düşük maliyetler ile geniş kitlelere ulaştırmayı amaçlayan bir iş modelidir.¹⁰⁴ Bu iş modeli, podyumda boy gösteren son trendleri oldukça hızlı bir şekilde taklit ederek seri üretime geçirir ve ürünlere en çok rağbet edilen esnada piyasaya arz eder. Primark, H&M, Shein ve Zara gibi markaların öncülüğünde gelişen fast fashion sektörü, trendlerin geniş kitlelere erişimine olanak sağlamaktadır.

Hızlı moda endüstrisi gerek teknolojik gerek ekonomik gerekse toplumsal devinimlerle şekillenmiş bir olgudur. 1800'lerden önce giyim üretim süreçleri, malzeme temininden dikiş

¹⁰² BEYRELİ, s.41.

¹⁰³ BEYRELİ, s.41.

¹⁰⁴ BEYRELİ, s.42; JIMENEZ, Guillermo, C., KOLSUN, Barbara, Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys, Bloomsbury Publishing Inc, 2014, s.2.

kadar tamamen insan gücü kullanılarak gerçekleştirilmek zorundayken Sanayi Devrimi ile dikiş makinesi hayatımıza girmiş olup üretimi daha hızlı ve erişilebilir hale getirmiştir. Bu yenilik ile orta sınıf halk moda tüketimine katkı sağlarken, üretim merkezleri olarak terzihaneler ve hazır giyim atölyeleri ortaya çıkmıştır.¹⁰⁵

1960 ve 70’li yıllarda gençlerin moda üzerindeki etkisi artmış olup giyim artık kişisel ifade biçimi haline gelmiştir. Ancak yine de yüksek moda ile hızlı modanın kalbinin attığı cadde modası arasında çok belirgin bir ayrım mevcuttur. 1990’larda bu ayrım fast fashion perakendecilerinin yükselişi ile azalmaya başlamıştır. Zara, H&M, Topshop gibi markalar, tasarım öğelerini çok hızlı bir şekilde kopyalayarak ve düşük maliyetlerle üreterek, trend olan bu kıyafetleri tüketicinin erişimine sunmaya başlamışlardır.¹⁰⁶

Bu süreç boyunca fast fashion, mevsimlik koleksiyon anlayışını da tamamen değiştirmiştir. Üst sınıf moda markaları hala ilkbahar/yaz ve sonbahar/kış olmak üzere iki sezonluk bir tasarım takvimi takip ederlerken, fast fashion markaları yılın her mevsimi için ayrı koleksiyonlar hazırlamaya başlamışlardır. Bu da demek oluyor ki her ay mağazalara yeni ürünler gelmesi ile sürekli bir yenilik ve hızlı sirkülasyon garanti altına alınmaktadır.¹⁰⁷ 21. yüzyılda sosyal medyanın da etkisiyle fast fashion markaları daha hızlı bir üretim sürecine girmiştir. Bu trendin öncüleri Zara ve Forever 21’dir. Bu markaların öncülüğünde Shein ve Temu gibi online platformlar, algoritmaları etkin bir şekilde kullanarak birkaç gün içinde yeni ürünleri pazara sunarak ultra hızlı moda dönemini başlatmışlardır.¹⁰⁸ Tüm bu saymış olduğumuz gelişmeler ile fast fashion, yalnızca tüketim ve üretim alışkanlıklarını değiştirmekle kalmamış aynı zamanda moda endüstrisinin işleyişini de kökten değiştirmiştir.

1.4.4. Slow Fashion Kavramı

Slow fashion kavramı Türkçeye yavaş moda olarak çevrilmekte olup, modaya daha bilinçli, sürdürülebilir ve etik bir yaklaşımı ifade etmektedir. Hızlı moda akımına bir alternatif

¹⁰⁵ RAUTURIER, Solene, What is Fast Fashion and Why is It So Bad, 2023, <https://goodonyou.eco/what-is-fast-fashion/> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).

¹⁰⁶ <https://goodonyou.eco/what-is-fast-fashion/> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).

¹⁰⁷ BEYRELİ, s.42.

¹⁰⁸ HARDY, Alyssa, Everything You Need to Know About Fast Fashion, 2024.

olarak meydana gelen yavaş moda; sürdürülebilirlik, çevre koruma ve etik değerleri temel alan bir üretim ve tüketim yaklaşımıdır.¹⁰⁹ İlk kez Kate Fletcher tarafından 2007 yılında kullanılan slow fashion kavramı, üretim süreçleri ile tüketim alışkanlıklarını çevresel sürdürülebilirlik, yerli üretim, etik değerler ve sosyal sorumluluklar kapsamında yeniden tanımlamayı hedeflemektedir.¹¹⁰ Yavaş modanın amacı tüketicilere zamansız, uzun ömürlü ve kaliteli parçalar sunmak olup, geçici trendlerin aksine bireylerin kendilerini ifade edebildikleri özgün bir tarzı ön plana çıkarmaktadır.¹¹¹ Böylelikle, fast fashion döngüsünün aşırı üretim ve tüketim alışkanlıklarına karşı, daha bilinçli bir alışveriş anlayışını teşvik etmektedir.

Yavaş moda yaklaşımı ile hızlı modanın aksine hız ve kitle üretimine dayanmayan, her bir parça giysi için daha fazla zaman harcamayı ve özen göstermeyi hedefleyen bir yaklaşım benimsenmektedir. Bu model üretim miktarını sınırlayarak kaliteyi ön planda tutmaktadır. Bu strateji genellikle daha yüksek maliyetlere ve dolayısıyla daha yüksek fiyatlandırmaya yol açmaktadır. Ancak yukarıda da bahsetmiş olduğumuz üzere, ürünler oldukça dayanıklı, uzun ömürlü ve estetik değerlere sahip ürünler oldukları için tüketicilerde bilinçli bir tüketim anlayışı oluşmaya başlamaktadır.¹¹²

Netice itibarıyla slow fashion hareketi, sadece çevresel faktörleri azaltmayı hedeflemekle kalmaz bununla birlikte etik üretim ve bilinçli tüketim süreçlerini de teşvik etmektedir. Hukuki düzenlemelerle de desteklenen bu yaklaşım moda endüstrisinin gelecek yıllarda daha sürdürülebilir ve sorumlu bir yapı olmasını sağlayacak önemli bir girişimdir. Bu yaklaşımın temsilcileri olarak ise Peoples Tree, Stella McCartney ve Patagonia markaları örnek olarak gösterilebilir.¹¹³

1.5. Uluslararası Tasarım Hukuku'nun Çerçevesi

¹⁰⁹ **MANGIR**, Ahu Fatma, Sürdürülebilir Kalkınma için Yavaş ve Hızlı Moda, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 41. Yıl Özel Sayısı, s.143-154.

¹¹⁰ **FLETCHER**, Kate, Slow Fashion, 2007, The Ecologist.

¹¹¹ **BEYRELİ**, s.44; **STEFKO**, Robert, **STEFFEK**, Vladimira, Key Issues in Slow Fashion: Current Challenges and Future Perspectives, vol.10., Issue.7; 2018, s.2.

¹¹² **İNAN YILMAZ**, Sejda, Tekstil ve Moda Endüstrisinde Gelecek Sorunları, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Programı, İstanbul, 2019, s.70 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

¹¹³ **İNAN YILMAZ**, s.76.

1.5.1. WIPO ve Lahey Sisteminde Uluslararası Tasarım Tescili

Küreselleşen moda endüstrisi yalnızca estetik yaratıcılık değil, aynı zamanda etkin fikri mülkiyet stratejileriyle desteklenen ticari vizyon gerektirmektedir. Bu çerçevede endüstriyel tasarımların uluslararası düzeyde korunması, özellikle hızlı moda ve lüks moda sektörlerinde faaliyet gösteren markalar bakımından vazgeçilmez bir gereklilik halini almıştır. Moda tasarımlarının kısa ömürlü, yüksek taklit riski taşıyan ve hızla ticarileşen yapısı, uluslararası koruma araçlarını daha da hayati hale getirmektedir. Bu bağlamda Lahey Anlaşmaları Sistemi, moda hukuku kapsamında stratejik bir rol oynamaktadır.

Lahey Anlaşmaları¹¹⁴, tasarımcıların veya tasarım odaklı markaların, tek bir başvuru ile birçok ülkede eş zamanlı koruma elde etmelerine imkân tanıyan çok taraflı bir mekanizmadır.¹¹⁵ Söz konusu sistem, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından idare edilmekte olup hem prosedür bakımından yeknesaklık hem de ekonomik verimlilik bakımından uluslararası tasarım korumasında önemli bir kolaylık sunmaktadır.¹¹⁶

Geleneksel tescil sistemlerinin yavaşlığı; moda sektörünün hızlı döngüsü, koleksiyonların sezonluk değişmesi ve taklit ürünlerin hızla piyasaya sürülmesi karşısında bir engel teşkil etmekteydi. Bu bakımdan Lahey Sistemi, tasarımcıların tek bir elektronik başvuru¹¹⁷ yoluyla birçok ülkeyi kapsayan bir koruma ağına erişmesini sağlayarak süreci hızlandırmaktadır. Başvurular yalnızca şekli açıdan incelendiğinden korumanın elde edilmesi birkaç hafta içinde mümkün olmaktadır. Bu durum moda markalarının zamanla yarıştığı sektörde ciddi bir rekabet avantajı doğurmaktadır.

Sistemin güncel hukuki çerçevesi, 1999 tarihli Cenevre Akti¹¹⁸ ile şekillenmiştir.¹¹⁹ Bu akit, farklı ülkelerin ulusal tasarım mevzuatlarını dikkate alan esnek bir yapıya sahiptir. Cenevre Akti, özellikle estetik niteliğe sahip tasarımları koruma altına almakta olup, işlevselliği ön planda olan ve teknik zorunluluk içeren unsurları sistem dışında bırakmaktadır.¹²⁰ Moda tasarımlarının önemli ölçüde estetik değeri temel alan yapısı, bu sistem ile uyum içindedir.

¹¹⁴ Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs.

¹¹⁵ WIPO, *Summary of the Hague Agreement*, https://www.wipo.int/treaties/en/registration/hague/summary_hague.html (Erişim Tarihi: 03.04.2025).

¹¹⁶ WIPO, *How the Hague System Works*, https://www.wipo.int/en/web/hague-system/how_hague_works (Erişim Tarihi: 03.04.2025).

¹¹⁷ eHague.

¹¹⁸ Geneva Act of Hague Agreement.

¹¹⁹ Hague Agreement (1999 Geneva Act), Article 1 & 2.

¹²⁰ WIPO, *WIPO Guide to the International Registration of Industrial Designs*, 2019, s. 12.

WIPO verilerine göre 2024 yılı itibariyle Lahey Sistemine taraf üye ülke sayısı 82'ye ulaşmış olup sistem üzerinden yapılan başvuruların büyük bir kısmı ayakkabı, tekstil desenleri, çanta ve giyim ürünleri gibi moda sektörüne ait alanlardan gelmiştir. Bu veri, sistemin moda odaklı kullanıcılara doğrudan hitap ettiğini ve sektördeki gerçek ihtiyaca yanıt verdiğini göstermektedir. Özellikle küçük ve orta ölçekli moda girişimleri için Lahey Sistemi, uluslararası korumayı daha erişilebilir hale getirmektedir. Ayrıca Lahey Sistemi'nin sağladığı bir diğer önemli avantaj, merkezileştirilmiş yenileme, kayıt güncelleme ve sahiplik devri işlemleridir. Bu durum özellikle birden fazla ülkede faaliyet gösteren moda markalarının hak yönetimini kolaylaştırmakta olup maliyet etkinliğini arttırmaktadır.

1.5.2. Paris Sözleşmesi Kapsamında Tasarım Koruması

Endüstriyel tasarımların uluslararası düzeyde korunmasına ilişkin ilk hukuki çerçevelerden biri olan Paris Sözleşmesi 20 Mart 1883 tarihinde kabul edilmiş olup 1900'de Brüksel'de, 1911'de Washington'da, 1925'te Lahey'de, 1934'te Londra'da, 1958'de Lizbon'da, 1967'de Lizbon'da ve son olarak 1979'da ufak revizyonlara uğrayarak son halini almıştır.¹²¹

Sözleşmenin tam adı “Fikri Mülkiyetin Korunmasına İlişkin Paris Sözleşmesi”dir. Bu sözleşme, sınai mülkiyet haklarının uluslararası düzeyde korunmasını amaçlayan en eski ve en temel çok taraflı anlaşmalardan biridir. Sözleşme kapsamında endüstriyel tasarımlar, açıkça korunacak sınai mülkiyet hakları arasında sayılmış; ancak tasarımın ne olduğuna dair herhangi bir tanım yapılmamıştır.

Sözleşmede tasarımlara ilişkin hükümler yer almakla birlikte bu konuya ayrılan kapsam oldukça sınırlıdır. Koruma süresi, şekli veya yenilik kriteri gibi maddi unsurlar bakımından ayrıntı düzenlemelere yer verilmemiştir. Nitekim 1958 Lizbon Konferansı'nda bu eksikliklerin giderilmesine yönelik öneriler sunulmuş olsa da yalnızca 4. mükerrer 5. maddesi kabul edilmiştir. Bu hüküm, tasarımların tüm birlik ülkelerinde korunması gerektiğini belirtmiş ancak korumanın içeriği, kapsamı ya da sürecine dair herhangi bir bağlayıcı düzenleme getirmemiştir. Böylece Sözleşme, tasarımlara koruma sağlama yükümlülüğünü üye devletlere bırakmıştır. Sözleşme'de yer alan bazı hükümler, doğrudan tasarımlarla ilgili olmasa da tasarımın

¹²¹ <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/287556> (Erişim Tarihi: 22.06.2025).

korunmasını etkileyen önemli ilkeler içermektedir. Nitekim 5/B maddesi, bir tasarımın kullanılmaması ya da başka bir ülkeden ithal edilmesi gibi nedenlerle tasarım hakkının sona ermesine engel olmaktadır.¹²² Türkiye, Paris Sözleşmesi'ne 1925 yılında taraf olmuş ve bu tarihten itibaren sözleşmenin getirdiği yükümlülükleri kabul ederek uygulamaya başlamıştır.¹²³

1.5.3. TRIPS Anlaşması Kapsamında Tasarım Koruması

1994 yılında kabul edilen Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS), fikri mülkiyetin uluslararası ticaret bağlamındaki düzenlemelerine yönelik çok taraflı sözleşmedir.¹²⁴ Anlaşmanın temel amacı, uluslararası ticaretteki engelleri özellikle gümrük tarifelerini, asgariye indirerek, dünya genelinde etkili bir fikri mülkiyet koruması sağlamaktır.¹²⁵ Bu kapsamda söz konusu anlaşma, moda endüstrisinin karşılaştığı taklit ve haksız rekabet gibi tehlikeleri azaltma noktasında önemli bir rol oynamaktadır.

TRIPS Anlaşması, moda tasarımlarını endüstriyel tasarımlar başlığı altında telif hakları ile birlikte ele almaktadır. Nitekim bahse konu Anlaşmanın 25/2. maddesine göre:

“Her üye tekstil tasarımlarını koruma koşullarının, özellikle maliyet, inceleme veya yayınlama ile ilgili olan koşulların bu korumayı isteme ve elde etme fırsatını makul ölçüler dışında bozmamasını sağlayacaktır. Üyeler bu yükümlülüğü sınai tasarımlar kanunu veya telif hakkı kanunu aracılığıyla yerine getirmekte serbest olacaklardır.”

Buna göre moda tasarımları için sınai mülkiyet hukuku anlamında tasarım korumasının veya telif hukuku anlamında bir korumanın yahut her iki korumanın birlikte sağlanıp sağlanmayacağı üye devletlere bırakılmıştır.

Anlaşmanın 25/1. Maddesine göre:

“Üyeler bağımsız olarak yaratılmış yeni veya orijinal sınai tasarımların korunmasını hükme bağlayacaklardır. Tasarımların bilinen tasarımlardan veya bilinen tasarım özellikleri kombinasyonundan önemli ölçüde farklı olmaması halinde, Üyeler tasarımların yeni veya

¹²² MERHACI, Selin Özden, Avrupa Birliği Düzenlemeleri ve Sınai Mülkiyet Kanunu'nda Tasarımların Hükümsüzlüğü, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2023, s.28-29; SULUK, Cahit, ORHAN, Ali, Uygulamalı Fikri Mülkiyet Hukuku, Cilt 3, Tasarımlar, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2008, s.69.

¹²³ <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/287556> (Erişim Tarihi: 22.06.2025).

¹²⁴ World Trade Organization, Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS), 1994, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_01_e.htm (Erişim Tarihi: 03.04.2025).

¹²⁵ MERAN, Necati, Marka Hakları ve Korunması, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2008, , s.21.

orijinal sayılmaması koşulunu öngörebilirler. Üyeler bu korumanın teknik veya işlevsel düşüncelerin zorunlu kıldığı tasarımları kapsamamasını hükme bağlayabilirler.”

Buna göre “bağımsızca yaratılmış”, “yeni” ve “orijinal” olan tasarımlar koruma altına alınabileceklerdir.¹²⁶ Bu koruma, tasarımın görsel niteliklerine dayanmakta olup işlevsel unsurlar dışarıda bırakılmaktadır. Bu durum, özellikle moda tasarımları gibi hem görsel hem de işlevsel unsurlar taşıyan ürünleri için kritik bir rol oynamaktadır. Moda tasarımlarının büyük bir kısmı sadece görsel olarak değil aynı zamanda işlev bakımından da değer taşımaktadırlar. TRIPS’in görsel ve işlevsel unsurlar arasında net bir ayrıma gitmesi koruma kapsamının belirlenmesinde anahtar bir rol oynamaktadır. 25. maddenin 2. fıkrası ise özellikle tekstil tasarımlarına özgü düzenlemeler getirmekte olup, üye ülkelerin bu alandaki korumaları bürokratik işlemlerle zorlaştırmamasını öngörmektedir. Bu kapsamda gerekli şartları taşıyan bir tekstil tasarımı hem endüstriyel tasarım hukuku hem de telif hukuku kapsamında kümülatif olarak korunabilmektedir. Söz konusu kümülatif koruma modeli, moda sektöründe sıkça karşılaşılan taklit ve ihlal sorunlarına etkili bir çözüm sunmaktadır.

TRIPS’in 26. maddesi ise; tasarım sahiplerine, üçüncü kişilerin tasarımı izinsiz olarak üretmesi, satması, ithal etmesi veya ticari amaçlarla kullanması gibi fiillere karşı etkili yargısal ve idari yollarla korunma hakkı tanımaktadır. Ayrıca bu madde, ihlal durumlarında caydırıcı nitelikte tazmin ve ihtiyati tedbir gibi önlemlerin uygulanmasını gerekli kılmakta olup üye devletlere, belirli sınırlar dahilinde istisnalar tanıma yetkisi de vermektedir. Bu istisnaların, tasarım sahibinin meşru menfaatlerini makul olmayan ölçüde zedelememesi gerekmektedir.¹²⁷

Koruma süresi bakımından TRIPS, asgari 10 yıl süreyle koruma öngörmektedir. Bu sürenin başvuru veya tescil tarihinden itibaren işlemeye başlaması, üye devletlerin takdirine bırakılmıştır. Bu çerçevede bir değerlendirme yaptığımızda, moda ürünleri çoğu zaman sezonluk tasarımlar olup, hızlı tüketim döngüsü içerisinde hızlı bir şekilde taklit edilebilmektedirler. Bu da kısa vadede etkin koruma mekanizmalarının hayati önem taşımasına neden olmaktadır.¹²⁸

TRIPS Anlaşması, yalnızca koruma standartları ile değil, aynı zamanda uygulanabilirlik ilkesi ile de dikkat çekmektedir. Nitekim 41. madde, üye devletleri; hak sahiplerine etkili

¹²⁶ TRIPS Agreement, Art. 25(1), https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_04b_e.htm (Erişim Tarihi: 04.04.2025).

¹²⁷ TRIPS Agreement, Art. 26, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_04b_e.htm (Erişim Tarihi: 04.04.2025).

¹²⁸ YU, Peter K., TRIPS and Its Discontents, Marquette Intellectual Property Law Review, Vol. 10, No. 2, s. 396–398.

hukuki koruma sağlamak ve bu korumanın fiilen uygulanabilirliğini güvence altına almakla yükümlü kılmaktadır. Bu kapsamda tasarım hakkına tecavüz hallerinde yargısal süreçlerin işletilmesi zorunlu hale gelmiştir.¹²⁹

Moda sektörü bakımından TRIPS Anlaşması, tasarım haklarının uluslararası düzeyde tanınması ve korunması bakımından temel bir güvence sağlamaktadır. Moda ürünlerinin dijitalleşme sayesinde hızla çoğaltılabildiği ve sınır ötesi ticaretin yaygınlaştığı bir çağda, TRIPS'in sunduğu asgari koruma rejimi, tasarımcıların sınırları aşan ihlallere karşı başvurabileceği ilk uluslararası hukuki dayanaklardan biridir.¹³⁰ Ancak moda tasarımlarının karma doğası, yani hem sanatsal hem de fonksiyonel unsurlar taşıması, TRIPS'in genel çerçevesini aşan bir değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır.¹³¹ Örneğin, AB'nin Topluluk Tasarım Rejimi, TRIPS'in öngördüğü asgari standartların ötesine geçerek hem tescilli hem de tescilsiz tasarımlar için koruma sağlayan daha esnek ve sektör odaklı bir yapı sunmaktadır.¹³² Benzer şekilde, ABD'de telif hakkının fonksiyonel nesneler üzerindeki koruma kapsamına ilişkin tartışmalar, moda tasarımlarının TRIPS çerçevesinde yeterince koruma görüp görmediği sorusunu yeniden gündeme getirmektedir.

Sonuç itibarıyla TRIPS Anlaşması, moda tasarımları bakımından uluslararası tanınırlık, asgari koruma ve hukuki güvence sağlayan bir çerçeve oluşturmakla birlikte, sektörün dinamik yapısı ve hızlı dönüşümü dikkate alındığında, bu korumanın yeterli olup olmadığı tartışmalıdır. Moda endüstrisinde tasarımın ömrü kısa, taklit riski ise yüksektir. Dolayısıyla TRIPS'in sağladığı korumanın etkin olabilmesi, ulusal mevzuatlarla desteklenmesine ve tamamlayıcı mekanizmaların oluşturulmasına bağlıdır. Tasarımların hem görsel etki bırakma amacı hem de ekonomik değeri bakımından korunması için TRIPS Anlaşması, güçlü bir temel sunmakta ancak bu temel, tek başına sektörel ihtiyaçları karşılamaktan uzaktır.

1.5.4. Locarno Sınıflandırması ve Moda Tasarımlarının Uluslararası Tescil Sistemi İçindeki Yeri

¹²⁹ TRIPS Agreement, Art. 41, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_04b_e.htm (Erişim Tarihi: 04.04.2025).

¹³⁰ DİNWOODİE, Graeme , DREYFUSS, Rochelle, A Neofederalist Vision of TRIPS: The Resilience of the International Intellectual Property Regime, Oxford University Press, 2012, s.183.

¹³¹ SCAFİDİ, Susan, Intellectual Property and Fashion Design, Intellectual Property and Information Wealth, Vol1, No. 115, 2006, s.121.

¹³² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32002R0006> (Erişim Tarihi: 04.04.2025).

Tasarımların uluslararası düzeyde etkili biçimde korunabilmesi, bu tasarımların sistematik ve standart bir şekilde sınıflandırılmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda 1968 yılında yürürlüğe giren ve WIPO tarafından yönetilen ve Locarno Anlaşması uyarınca oluşturulan Locarno Sınıflandırması, tasarımların tescili sürecinde başvuruların ürün türüne göre düzenlenmesini sağlayan küresel ölçekte kabul görmüş bir sistemdir.¹³³

Locarno Sınıflandırması, 32 ana sınıf ve bu sınıflara bağlı 237 alt sınıftan oluşmakta olup, her bir sınıf belirli ürün gruplarını kapsamaktadır.¹³⁴ Sistem hem idari işlemlerde standardizasyon sağlamak hem de hukuki anlamda öngörülebilirliği artırarak tescil süreçlerinin şeffaf ve etkin biçimde yürütülmesine katkı sunmaktadır. Moda endüstrisi bakımından bu sınıflandırma sistemi, tasarımcıların ürünlerini doğru kategoride tescil ettirmelerini sağlamaktadır.

Moda tasarımlarının sınıflarına bakacak olursak, ağırlıklı olarak 2., 3. ve 5. sınıflar altında yer almaktadırlar. 2. sınıf; giysiler, baş giysileri ve ayakkabılar gibi temel giyim ürünlerini içerirken 5. sınıf ise, tekstil ürünleri ve bunlara ilişkin süsleme detaylarını kapsamaktadır. Bu bağlamda, 02-01 alt sınıfı giysileri, 02-03 alt sınıfı başlıkları, 02-04 alt sınıfı ayakkabıları; 05-04 ve 05-05 alt sınıfları ise sırasıyla dokuma ve örme kumaşları düzenlemektedir. Moda aksesuarlarından olan çantalar 3. sınıfın birinci alt sınıfı içerisinde yer almakta olup, bu kapsamda el çantaları, sırt çantaları, valizler, evrak çantaları, cüzdanlar ve özel amaçlı kutular gibi pek çok ürün değerlendirilmektedir. Ayrıca moda ürünlerinde sıkça kullanılan püskül, dantel, nakış, ponpon gibi dekoratif süslemeler de tekstil sınıfı içerisinde özel başlıklarla sınıflandırılmıştır.¹³⁵ Bu sistem, sadece ürünlerin tescil sürecini kolaylaştırmakla kalmaz; aynı zamanda tasarımlar arasında benzerliklerin analitik olarak incelenmesine ve olası hak ihlallerinin daha şeffaf biçimde tespitine imkân tanımaktadır.

Moda endüstrisinin karakteristik yapısı, yani ürünlerin hızlı döngüsü ve yüksek taklit riski, Locarno Sınıflandırması'nın önemini daha da arttırmaktadır. Bu sistem, özellikle WIPO'nun yönettiği Lahey Sistemi gibi çok taraflı tescil mekanizmaları ile birlikte düşünüldüğünde, tasarımların eş zamanlı olarak birçok ülkede korunmasını

¹³³ WIPO, Locarno Agreement Establishing an International Classification for Industrial Designs, Article 1, <https://www.wipo.int/treaties/en/classification/locarno/> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

¹³⁴ WIPO, Locarno Classification – 15th Edition (2024), https://www.wipo.int/web/classification-locarno/w/news/2024/news_0001 (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

¹³⁵ <https://locpub.wipo.int/enfr/> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

kolaylaştırmaktadır. Bu da tasarımlarını küresel pazarlarda tescil ettirmek isteyen moda markaları için büyük bir stratejik avantaj sunmaktadır.¹³⁶

1.5.5. Uluslararası Uyuşmazlıkların Çözümünde WIPO Tahkim Kararları

Uluslararası fikri mülkiyet uyuşmazlıklarının çözümünde geleneksel yargı sistemlerinden kaynaklanan bazı problemler özellikle yargılamaların uzun sürmesi, uluslararası tanıma problemleri ve yüksek maliyetler gibi nedenler, alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinin önemini arttırmıştır. Bu kapsamda 1994 yılında kurulan WIPO Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi, özellikle fikri mülkiyet ve teknoloji odaklı ihtilaflarda uzmanlaşmış, tarafsız ve esnek bir çözüm platformu olarak faaliyet göstermektedir.¹³⁷

WIPO Merkezi, uluslararası niteliğe sahip ihtilaflar için tahkim, arabuluculuk, hızlandırılmış tahkim ve bilirkişi tespiti olmak üzere dört temel uyuşmazlık çözüm yöntemi sunmaktadır. Bu yöntemler, mahkemelere kıyasla taraflara daha hızlı, daha ekonomik ve gizli bir çözüm süreci sağlamakta olup özellikle ticari sırların korunması bakımından da oldukça önem taşımaktadır.¹³⁸

WIPO Tahkim Kuralları çerçevesinde, taraflar uyuşmazlıklarını bir veya birden fazla hakeme sunarak bağlayıcı bir karar elde etmektedirler.¹³⁹ Bu kararlar, 1958 tarihli New York Sözleşmesi uyarınca dünya genelinde 170’den fazla ülkede tanınmakta ve icra edilmektedir.¹⁴⁰ Ayrıca WIPO Tahkim Kuralları, sürecin tamamında tarafların sunduğu bilgi ve belgelerin gizliliğini sağlamak adına açık hükümlere de yer vermektedir.¹⁴¹ Gizliliğin yanında WIPO Tahkimi’nin bir diğer önemli özelliği, hakemlerin özel teknik alanlarda yetkin kişilerden seçilebilmesidir. Bu uygulama, karmaşık teknik içerikli fikri mülkiyet davalarında doğru ve isabetli kararların verilmesine olanak tanımaktadır.

¹³⁶ https://www.wipo.int/treaties/en/classification/locarno/summary_locarno.html (Erişim Tarihi: 03.07.2025).

¹³⁷ WIPO, WIPO Arbitration and Mediation Center – Background, <https://www.wipo.int/amc/en/center/background.html> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

¹³⁸ WIPO ADR Highlights 2024, <https://www.wipo.int/amc/en/center/summary2024.html> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

¹³⁹ WIPO, WIPO Arbitration Rules, 2021, Madde 1–3, <https://www.wipo.int/amc/en/arbitration/rules/index.html> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

¹⁴⁰ UNCITRAL, New York Convention 1958: Contracting States, <https://www.newyorkconvention.org/contracting-states> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

¹⁴¹ WIPO, WIPO Arbitration Rules, 2021, Madde 75–78.

Son yıllarda WIPO Merkezi, moda endüstrisi ile ilgili uyuşmazlıklarda da giderek artan biçimde tercih edilmektedir. Moda tasarımı, marka, telif hakkı ve lisans sözleşmelerine dayalı uyuşmazlıklarda WIPO'nun sunduğu ADR¹⁴² mekanizmaları, hızlı ve ticari ilişkileri zedelemeyen çözümler üretmektedir.¹⁴³ WIPO bu alanda, moda sektörüne özel olarak geliştirilmiş çözüm rehberleri ve tahkim prosedürleriyle tasarımcıların, üreticilerin ve markaların farklı ihtiyaçlarını karşılamayı hedeflemektedir.

WIPO'nun yayımladığı 2024 verilerine göre WIPO Tahkim ve Arabuluculuk Merkezi, fikri mülkiyet odaklı alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmalarına yönelik başvurularda önceki yıla göre %25'lik bir artış kaydetmiştir. Meydana gelen uyuşmazlıkların büyük bir bölümü marka, tasarım ve lisans sözleşmelerinden kaynaklanmakta olup, 2024 yılında bu alanlara ilişkin başvurular toplam başvuruların %42'sini oluşturmuştur.¹⁴⁴ Bu istatistikler, WIPO ADR mekanizmasının özellikle sözleşmeye dayalı fikri mülkiyet uyuşmazlıklarında etkili, güvenilir ve uluslararası ölçekte tercih edilen bir çözüm yöntemi olduğunu ortaya koymaktadır.

1.5.6. Avrupa Birliği Tasarım Hukukunda Moda Tasarımları

Avrupa Birliği'nde (AB) tasarım korumasına ilişkin hukuki altyapı 20. yüzyılın ortalarına kadar uzanan köklü bir geçmişe sahiptir. Tasarım hukukunun ilk temelleri, 1960'lı yıllarda başlatılan ve üye devletlerdeki ulusal tasarım sistemlerini birleştirmeyi amaçlayan harmonizasyon çalışmalarıyla atılmıştır. Sonrasında 1991 yılında, dönemin yaklaşımlarından önemli ölçüde farklılaşan ve ekinde tüzük ve direktif önerilerini de barındıran “Yeşil Kitap” yayınlanmıştır. Bu kitap tasarımların, patent veya telif hakkı gibi mevcut koruma biçimlerinin dışında, kendine özgü bir hukuki statüde ve özel düzenlemelerle korunmasını amaçlayan özgün bir yaklaşım benimsemiştir. Bu yaklaşım, tasarımların, endüstriyel estetik ve yenilik bakımından taşıdığı özgün değeri vurgulayarak ayrı bir sınai mülkiyet türü olarak ele alınmasını sağlamıştır.¹⁴⁵

¹⁴² Alternative Dispute Resolution (Alternatif Uyuşmazlık Çözüm Yolları).

¹⁴³ WIPO, WIPO ADR for Fashion Disputes, <https://www.wipo.int/amc/en/center/specific-sectors/fashion/> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

¹⁴⁴ WIPO, WIPO Arbitration and Mediation Center – 2024 Summary.

¹⁴⁵ MERHACI, s.37.

Bu çalışmaların ilk somut sonucu ise Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi tarafından 13 Ekim 1998 tarihinde kabul edilen 98/71/EC sayılı Tasarım Direktifi olmuştur.¹⁴⁶ Bu Direktif'in amacı, Avrupa Birliği içindeki tüm üye devletlerde, tescilli tasarımlar için asgari koruma standartlarını belirlemek ve bu korumayı ortak bir hukuki zemine oturtmaktır. Ancak direktif, yalnızca ulusal tescilleri uyumlaştırmakta ve her bir üye devlette ayrı ayrı tescil yapılmasını gerektirdiği için malların serbest dolaşımı ve iç pazarın yeknesaklığı bakımından yetersiz kalmıştır.¹⁴⁷

Bu sebeple, 12 Aralık 2001 tarihinde kabul edilen ve 1 Nisan 2003 tarihinde yürürlüğe giren 6/2002 sayılı Topluluk Tasarım Tüzüğü¹⁴⁸ ile AB düzeyinde ve birlik çapında geçerli tek bir tescille tasarım koruması sağlanmıştır.¹⁴⁹ Bu tüzük yalnızca tescilli değil; aynı zamanda tescilsiz tasarımlara da koruma imkânı tanıyarak moda gibi hızlı tüketim döngüsüne sahip sektörlerin ihtiyaçlarını karşılamayı hedeflemiştir. Tüzük'ün 3. maddesinin (a) bendi “tasarım”ı şu şekilde tanımlamaktadır: *“Bir ürünün bütünü ya da bir bölümünün; çizgileri, biçimi, renkleri, şekli, dokusu ve/veya malzemenin görünümünden oluşan dış görünümü”*.¹⁵⁰ Bu tanım, moda tasarımlarının biçimsel özelliklerini kapsayacak şekilde oldukça genişletir ve görsel unsurun teknik fonksiyona indirgenmediği bir koruma sistemini benimsemektedir. Ancak, dijital çağın getirdiği yenilikler ve mevcut sistemin bazı pratik sorunları, kapsamlı bir reformu gerekli kılmıştır.

Bu bağlamda yaklaşık on yıllık bir hazırlık ve istişare sürecinin ardından, 18 Kasım 2024 tarihinde Avrupa Birliği Resmî Gazetesi'nde yayımlanan 2024/2822 sayılı Tüzük ve 2024/2823 sayılı Direktif ile Avrupa Birliği tasarım hukukunda önemli güncellemeler yapılmıştır. Bu reform paketi, mevcut “Topluluk Tasarımı” ifadesini daha sade ve kapsayıcı olan “AB Tasarımı”¹⁵¹ ifadesi ile değiştirerek bir terminoloji değişikliğine gitmiştir. En dikkat çekici yeniliklerden biri, “tasarım” tanımının genişletilerek hareket, geçiş efektleri veya animasyon gibi dinamik unsurları da içermesidir. Böylece kullanıcı ara yüzlerindeki animasyonlu geçişler veya mobil uygulamalardaki hareketli ikonlar gibi dijital tasarımlar da

¹⁴⁶ Directive 98/71/EC of the European Parliament and of the Council of 13 October 1998 on the legal protection of designs. OJ L 289, 28.10.1998, p. 28–35, <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/1998/71/oj/eng> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

¹⁴⁷ BENTLY, Lionel, SHERMAN, Brad, Intellectual Property Law, Oxford University Press, 4th ed., 2014, s.692.

¹⁴⁸ Council Regulation (EC) No 6/2002 on Community Designs. Bundan sonra kısaca 6/2002 sayılı Tüzük denilecektir.

¹⁴⁹ Council Regulation (EC) No 6/2002 of 12 December 2001 on Community designs, OJ L 3, 05.01.2002, s. 1–24, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32002R0006> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

¹⁵⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32002R0006&from=EN> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

¹⁵¹ EU Design.

koruma kapsamına açıkça alınmıştır. Ayrıca, "ürün" tanımı da fiziksel nesnelerle sınırlı kalmayıp dijital içerikleri, grafik kullanıcı arayüzlerini (GUI), ikonları ve dijital ortamda var olan soyut biçimleri kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Bu sayede, yazılım, oyun ve teknoloji tabanlı sektörlerde faaliyet gösteren tasarımcılar için önemli bir koruma alanı sağlanmıştır.¹⁵² Başvuru ve tescil süreçlerinde de sadeleştirmeye gidilerek, çoklu tasarım başvurularında aynı Locarno sınıfına ait olma zorunluluğu kaldırılmış ve farklı ürün kategorilerinden en fazla 50 tasarımın tek bir başvuruda sunulabilmesine olanak tanınmıştır. Bununla birlikte, idari yükü azaltmak amacıyla ücret sisteminde de değişiklikler yapılmış; örneğin ayrı bir yayın ücreti kaldırılmış ve birden fazla tasarım için standardize edilmiş ücretler getirilmiştir. Bu reform, AB tasarım hukukunu dijital çağa adapte etmeyi, sistemin etkinliğini artırmayı ve üye devletler arasında daha uyumlu bir uygulama sağlamayı hedeflemektedir.¹⁵³

Avrupa Birliği Tasarım Tüzüğü kapsamında iki farklı koruma tipi öngörülmüştür. Bunlardan biri Tescilli AB Tasarımı¹⁵⁴ olup tescil başvurusuyla kazanılan koruma türüdür. Diğeri ise Tescilsiz AB Tasarımı¹⁵⁵ olup tasarımın AB içinde ilk defa kamuya sunulmasıyla doğrudan koruma kazanmaktadır. Bu koruma süresi 3 yıl ile sınırlıdır.¹⁵⁶

1.5.6.1. Tescilli Topluluk Tasarımı

Tescilli Topluluk Tasarımı (RCD), yapılan reform ile adı Tescilli AB Tasarımı (REUD) olarak değiştirilmiştir,¹⁵⁷ başvuru üzerine elde edilen bir koruma türü olup bu başvuru Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi'ne (EUIPO) yapılmaktadır. Başvuru gerçek veya tüzel kişiler tarafından yapılabilmekte olup başvuru için AB vatandaşı olma şartı aranmamaktadır. REUD başvurusu, tasarımın görsel temsillerini içeren başvuru formunun doldurulması, gerekli belgelerin sunulması ve öngörülen ücretlerin ödenmesiyle tamamlanmaktadır. Bu işlemler genellikle EUIPO'nun çevrimiçi sistemi üzerinden gerçekleşmektedir.¹⁵⁸ REUD koruması, tescil tarihinden itibaren 5 yıllık süre zarfında geçerli olmaktadır. Bu koruma süresi, her biri 5

¹⁵² <https://www.euipo.europa.eu/en/designs/design-reform-hub/terminology-procedural-changes> (Erişim Tarihi: 09.07.2025).

¹⁵³ <https://iprgezgini.org/2025/05/13/avrupa-birlii-tasarim-reformu/> (Erişim Tarihi: 09.07.2025).

¹⁵⁴ Eski adıyla Tescilli Topluluk Tasarımı, Registered EU Design – REUD.

¹⁵⁵ Eski adıyla Tescilsiz Topluluk Tasarımı, Unregistered EU Design – UEUD.

¹⁵⁶ BENTLY, SHERMAN, s.703.

¹⁵⁷ <https://www.euipo.europa.eu/en/designs/design-reform-hub/terminology-procedural-changes> (Erişim Tarihi: 18.07.2025).

¹⁵⁸ <https://www.euipo.europa.eu/en/designs/before-applying/fees-payments> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

yıl olmak üzere toplamda 4 kez yenilenebilmekte olup azami 25 yıla kadar ulaşabilmektedir. Yenileme için başvuru sahibinin, her dönemin sonunda EUIPO'ya talepte bulunması ve ilgili yenileme ücretlerini ödemesi gerekmektedir.¹⁵⁹

Avrupa Birliği Tasarım Tüzüğü'nün 19. maddesi, tescilli bir topluluk tasarımı sahibine tasarımı münhasır kullanma ve izinsiz kullanımlara karşı hukuki müdahalede bulunma hakkı tanımaktadır.¹⁶⁰ Söz konusu hak, sahibine patent benzeri bir tekel yetkisi sunmakta; bu da tescilli tasarımın izinsiz çoğaltılmasını, pazarlanmasını ya da ticari amaçla kullanılmasını engelleme imkânı sağlamaktadır.¹⁶¹

Tescil ile elde edilen hak yalnızca belirli koşullar altında hükümsüz kılınabilmektedir. Bu koşullar arasında; tasarımın yeni olmaması, bireysel karakterden yoksun olması, kamu düzenine ve genel ahlaka aykırılık teşkil etmesi ya da önceki haklarla çatışması gibi durumlar yer almaktadır.¹⁶² Hükümsüzlük talepleri, EUIPO'ya bağlı Geçersizlik Birimi¹⁶³ önünde ya da AB üyesi devletlerdeki Topluluk Tasarım Mahkemelerinde ileri sürülebilmektedir.¹⁶⁴

Tasarım hakkı sahibi dilerse bu hakkından feragat edebilmektedir. Feragat işlemi, yazılı beyanla EUIPO'ya sunulur ve kaydedildiği anda geçerlilik kazanmaktadır.¹⁶⁵ Ancak bu feragat, üçüncü kişilerin kazanılmış haklarını ortadan kaldırmamakta ve devam eden davalara etki etmemektedir. REUD sistemi, tek bir başvuruyla AB genelinde koruma sağlayan yapısı sayesinde hem maliyet avantajı sunmakta olup hem de sınır ötesi hukuki güvenliği güçlendirmektedir. Bu nedenle, özellikle tasarım odaklı sektörlerde faaliyet gösteren girişimciler ve markalar için etkili bir fikri mülkiyet koruma aracıdır.

1.5.6.2. Tescilsiz Topluluk Tasarımı

¹⁵⁹ EUIPO, *Renewal of Registered Community Designs*, https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/trade_marks/Draft_Guidelines_Legal_Reform/Design/registered_community_designs_renewal_en.pdf (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

¹⁶⁰ ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, tescilli Tasarım Sahibine Karşı Tecavüz Davası Açılabilir Mi? -Yeni Bir Karar, Yeni Bir Ufuk, Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 1, 2011, s.47.

¹⁶¹ SULUK, Cahit, Tasarımların Uluslararası Düzeyde Korunması, III. Uluslararası Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı, 2006, İstanbul, s.11.

¹⁶² 6/2002 sayılı Tüzük, Madde 25.

¹⁶³ Invalidity Division.

¹⁶⁴ EUIPO, *Invalidity Proceedings – Community Designs*, https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/designs/disputes/design_invalidity_manual_en.pdf (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

¹⁶⁵ 6/2002 sayılı Tüzük, madde 51.

Tescilsiz Topluluk Tasarımı (UCD), yapılan reform ile adı Tescilsiz AB Tasarımı (UEUD) olarak değiştirilmiş¹⁶⁶ olup herhangi bir tescil prosedürüne gerek kalmaksızın, yalnızca tasarımın AB sınırları içerisinde kamuya sunulmasıyla oluşmakta olup tasarımlara 3 yıl süreyle koruma sağlamaktadır.¹⁶⁷ 6/2002 sayılı Tüzüğün 11. maddesi uyarınca, UCD korumasının başlayabilmesi için tasarımın, AB içinde ilgili sektör çevrelerinin makul şekilde haberdar olabileceği bir biçimde kamuya sunulmuş olması gerekmektedir. Kamuya sunum, moda defileleri, ticaret fuarları, internet siteleri ya da kataloglar aracılığı ile gerçekleştirilmekte olup bu sunum, koruma sürecini otomatik olarak başlatmaktadır.¹⁶⁸

UCD kapsamında korunan bir tasarımın, koruma elde edebilmesi için yenilik ve bireysel karakter şartlarını taşıması gerekmektedir. Yenilik, tasarımın daha önce kamuya sunulmamış olmasını; bireysel karakter ise daha önce ayırt edicilik başlığında bahsettiğimiz üzere bilgilenmiş kullanıcı üzerinde özgün bir genel izlenim bırakmasını ifade etmektedir. UCD tarafından sağlanan koruma yalnızca kasti işlemlere karşı geçerli olup iyi niyetli üçüncü kişileri korumaktadır. Dolayısıyla ihlal iddiasında bulunan tasarımcı, yalnızca tasarımın kendisine ait olduğunu değil; aynı zamanda üçüncü kişinin bunu bilerek ve kasıtlı olarak taklit ettiğini de ispatlamakla yükümlüdür.¹⁶⁹

Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın (ABAD) 2014 yılında verdiği *Karen Millen v. Dunnes Stores* kararı, moda tasarımlarının tescilsiz topluluk tasarımı yoluyla korunabileceğini açıkça ortaya koymuştur.¹⁷⁰ Davada, İngiliz moda markası Karen Millen, 2005 yılında İrlanda'da satışa sunduğu tekstil tasarımlarının, İrlanda merkezli perakende zinciri Dunnes Stores tarafından birebir kopyalanarak piyasaya sürüldüğünü iddia etmiştir. Dunnes Stores, tasarımları kopyaladığını kabul etmiş; ancak bu tasarımların yeterince özgün olmadığını ve bireysel karakter taşımadığını ileri sürmüştür. Ayrıca tasarımın ayırt edici olduğuna dair ispat yükünün de Karen Millen'de olduğunu belirtmiştir.¹⁷¹ İrlanda Mahkemeleri, davacının lehine karar vermiş ve moda sektöründe tasarımların ömrünün kısa olduğu gerekçesiyle, tescilsiz tasarım korumasının bu sektör için önemli bir koruma aracı olduğuna dikkat çekmiştir. Karar temyize

¹⁶⁶ <https://www.euipo.europa.eu/en/designs/design-reform-hub/terminology-procedural-changes> (Erişim Tarihi: 18.07.2025).

¹⁶⁷ Council Regulation (EC) No 6/2002 of 12 December 2001 on Community designs, OJ L 3, 5.1.2002, Art. 1–2., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32002R0006> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

¹⁶⁸ 6/2002 sayılı Tüzük, Madde 11/1.

¹⁶⁹ **KROPIWNICKA**, Magdalena, The Protection of Unregistered Designs in EU Law, Eastern European Journal Of Transnational Relations Vol. 3 No. 1, 2019, s.81-92.

¹⁷⁰ Case C-345/13, *Karen Millen Fashions Ltd v. Dunnes Stores*, ECLI:EU:C:2014:2013.

¹⁷¹ EUIPO, *Karen Millen Decision Summary*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62013CJ0345> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

götürülmüş ve konu nihayetinde Avrupa Birliği Adalet Divanı'na taşınmıştır. ABAD verdiği kararda, bireysel karakter şartını taşıyan tasarımların, tescil edilmiş olmasa bile UCD kapsamında korunabileceğini açıkça belirtmiştir. ABAD ayrıca bireysel karakterin belirlenmesinde önemli olanın tasarımın “genel izlenimi” olduğunu ve bunun bir bütün olarak değerlendirilmesi gerektiğini de ifade etmiştir.¹⁷² Bu karar özellikle hızlı moda sektöründe faaliyet gösteren tasarımcılar için, UCD sisteminin etkin ve uygulanabilir bir koruma mekanizması olduğunu bir kez daha teyit etmiştir.

1.5.6.3. Avrupa Birliği Tasarımlarına İlişkin Ortak Hükümler

Tasarım koruması için aranan başlıca koşullar, tasarımın yenilik ve bireysel karakter taşımasıdır. 6/2002 sayılı Tüzüğün 5. maddesi uyarınca, tescilsiz tasarımlar bakımından kamuya ilk sunum tarihi; tescilli tasarımlar bakımından ise başvuru tarihi esas alınmakta olup, bu tarihten önce aynı tasarımın dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamış olması gerekmektedir. Aksi halde tasarım yenilik vasfını kaybetmiş olmaktadır. Tasarımın yalnızca küçük biçimsel farklarla daha önceki tasarımlardan ayrılması, yenilik unsurunu sağlamak için yeterli görülmemektedir. Ayırt edicilik şartı ise, tasarımın “bilgilenmiş kullanıcı” üzerinde bıraktığı genel izlenime göre değerlendirilmektedir. 6/2002 sayılı Tüzüğün 6. maddesi uyarınca, koruma talep edilen tasarımın, daha önce kamuya sunulmuş bir tasarımla kıyaslandığında, farklı bir genel izlenim yaratması gerekmektedir. Bilgilenmiş kullanıcı, tasarımın teknik yönlerine hâkim olmamakla birlikte, piyasadaki benzer ürünlere aşina, estetik değerlendirme yetisine sahip kişi olarak tanımlanmaktadır.

Avrupa Birliği Tasarım sisteminde koruma, yalnızca görsel unsurları kapsamaktadır. Teknik zorunluluklardan doğan tasarım öğeleri koruma dışı bırakılmaktadır. EUIPO 3. Temyiz Kurulu da işlevsel özelliklerin baskın olduğu durumlarda tasarım koruması sağlanamayacağını içtihat haline getirmiştir.¹⁷³ Tasarım hakkı, kural olarak tasarımı oluşturan kişiye veya mirasçılara aittir. Ancak tasarım, bir iş sözleşmesi kapsamında meydana getirilmişse ve taraflar aksini kararlaştırmamışsa, hak doğrudan işverene ait olmaktadır.¹⁷⁴

¹⁷² BENTLY, SHERMAN, s.710.

¹⁷³ EUIPO, Decision of the Third Board of Appeal, Case R 690/2007-3.

¹⁷⁴ NURCU, s.143.

Topluluk tasarımı üzerindeki haklar, devir veya lisans sözleşmelerine konu edilebilmektedir. 6/2002 sayılı Tüzüğün üniter nitelikteki yapısı gereği, hak devri sadece belirli üye devletlerle sınırlı olmamakta olup; devredilen hak tüm Avrupa Birliği genelinde geçerlidir.¹⁷⁵ Ancak lisans sözleşmeleri yalnızca belirli bölgeleri kapsayacak şekilde düzenlenebilmektedir. Lisans sözleşmesinin geçerlilik kazanabilmesi ve lisans alanın tasarıma yönelik ihlallerde dava açabilmesi için bu sözleşmenin EUIPO siciline tescil edilmesi zorunludur. Aksi halde lisans alanın doğrudan hak iddiasında bulunması mümkün değildir. Bu tür durumlarda Roma Antlaşması hükümleri uyarınca, haksız rekabete yol açan bölgesel kullanımlar geçersiz sayılmaktadır.¹⁷⁶

1.6. Moda Tasarımları ve Fikri Mülkiyet Hakları

Genel kabul gören tasnife göre, fikri mülkiyet hakları iki temel kategoriye ayrılır: telif hakları ve sınai mülkiyet hakları. Telif hakları, ilim ve edebiyat eserleri, musiki eserleri, güzel sanat eserleri ve sinema eserleri gibi zihinsel yaratıcılık ürünlerini kapsarken; sınai mülkiyet hakları ise patent, marka ve tasarım gibi endüstriyel ve ticari nitelikteki yenilikleri ve ayırt edici işaretleri bünyesinde barındırmaktadır.¹⁷⁷ WIPO ise fikri mülkiyeti, insan zihninin yaratıcılığı sonucu meydana gelen ürünler olarak tanımlamakta olup bu kapsama buluşlar, edebi ve sanatsal eserler ile ticarete kullanılan her türlü sembol, isim, görüntü ve tasarımı almaktadır.¹⁷⁸

Fikri mülkiyet hakları, insan zihninin bir ürünü olarak meydana gelen yaratıcı ve yenilikçi düşüncelerin korunmasını hedefleyen bir hukuk dalıdır. Soyut fikirlerin dış dünyada somutlaştığı hallere yönelik olarak mutlak ve münhasır haklar tanıyan bu disiplin, bireysel menfaatleri korurken aynı zamanda toplumsal faydayı da korumayı hedeflemektedir.¹⁷⁹ Nihai amacı, yaratıcı fikirlerin teşvik edilmesi ve bunun sonucunda gerek kültürel gerek sanatsal gerekse ekonomik gelişime katkı sağlanmasıdır.

Türk hukuk sisteminde fikri mülkiyet haklarının korunması, temel olarak 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK) ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK)

¹⁷⁵ <https://www.euipo.europa.eu/en/law/law-overview/community-design-legal-texts> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

¹⁷⁶ <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/en/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/treaty-ofrome> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

¹⁷⁷ SULK, KARASU, NAL, s.1.

¹⁷⁸ <https://www.wipo.int/about-ip/en/> (Erişim Tarihi: 11.12.2024).

¹⁷⁹ ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, Tasarımların Haksız Rekabet Hükümlerine Göre Korunması, Ankara, Bankacılık Enstitüsü Yayınları, 2014, s.9.

çerçevesinde sağlanmaktadır. Bu iki düzenleme, sınai haklar ile fikir ve sanat eserleri bakımından ana yasal dayanakları oluşturmakla birlikte, fikri mülkiyetin farklı yönlerini ilgilendiren koruma mekanizmaları yalnızca bu kanunlarla sınırlı değildir. Zira, fikri mülkiyetin kapsamı genişledikçe ve alanlar arası etkileşim arttıkça, farklı mevzuat hükümleri de bu korumanın tamamlayıcı unsurları hâline gelmiştir.¹⁸⁰ Fikri haklar, yukarıda da saymış olduğumuz gibi, edebiyat eserleri, güzel sanat eserleri, musiki eserleri ve sinema eserlerini kapsamına alırken; sınai haklar, patent, marka, tasarım ve coğrafi işaretleri kapsamaktadır.¹⁸¹

Fikri mülkiyet haklarının en belirgin özelliği sahibine mutlak ve münhasır yetkiler vermesidir. Hak sahibi, haklarını başkasına devretme, kullanım izni verme ya da izinsiz kullanımlarını yasaklama yetkisine sahiptir. Her ne kadar fikri mülkiyet hakları sahibine oldukça geniş yetkiler sunsa da bu yetkiler pek tabii sınırsız değildir. Bu sınırların başında koruma süresi gelmektedir. Bu hakların koruma süreleri belli bir dönemle sınırlıdır. Bu süre bittiği takdirde hak, kamunun kullanımına açık hale gelmektedir.

1.6.1. Tescil ve Ülkesellik İlkesi

SMK kapsamında düzenlenen marka, patent ve tasarım gibi sınai mülkiyet haklarında tescil ilkesi esastır. Hakkın doğumu için resmi sicile kayıt zorunlu olup tescil kurucu nitelik taşımaktadır. Ancak bunun tescilsiz tasarım ve marka gibi belirli istisnaları da vardır. Buna karşın FSEK kapsamında düzenlenen eserler bakımından ise tescil, hakkın doğumu için gerekli değildir. Nitekim telif hakkı, şartları taşıyan, özgün ve sahibinin hususiyetine haiz eserin meydana gelmesi ile kendiliğinden doğmaktadır. Bu bağlamda estetik düzeyi yüksek ve bireysel yaratım içeren moda tasarımı tescil edilmemiş olsa dahi eser niteliği taşıdığı takdirde FSEK kapsamında korumadan yararlanabilmektedir.¹⁸²

¹⁸⁰ Fikri mülkiyet korumasına ilişkin başkaca kanunlar: 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun, 5147 Sayılı Entegre Devre Topografyalarının Korunması Hakkında Kanun, 5042 Sayılı Yeni Bitki Çeşitlerine Ait Islahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun.

¹⁸¹ SÜLUK, KARASU, NAL, s.3.

¹⁸² SÜLUK, KARASU, NAL, s.38.

Fikri mülkiyet hakları ülkesellik ilkesine tabi bir tasarımın korunma konusu ve tabi olacağı şartlar, münhasıran ilgili ulusal mevzuat tarafından tayin edilmektedir.¹⁸³ Marka, tasarım, patent gibi sınai mülkiyet haklarının tescili için her ülkede ayrı ayrı başvuruda bulunulması gerekmektedir. Örnek verecek olursak Türkiye’de tescil edilen bir moda tasarımı, Almanya’da ya da Fransa’da otomatik olarak korunmamaktadır. Dünya çapında koruma sağlamak isteyen bir hak sahibinin uluslararası tasarım başvurusunda bulunması veya her bir ülkede ayrı ayrı başvuruda bulunması ve bu başvuruların her birinin o ülkenin hukuk sistemi içinde sonuçlandırması gerekmektedir. Görülmektedir ki fikri mülkiyet haklarının uluslararası düzeyde etkin biçimde korunması önemli ölçüde zorluk barındırmaktadır. Bu zorlukların azaltılması amacıyla pek çok ülke uluslararası başvuru prosedürlerini kolaylaştıran sistemlere dahil olmuştur. Bu doğrultuda WIPO bünyesindeki Uluslararası Büro aracılığıyla tek bir başvuru ile anlaşmaya taraf ülkelerde geçerli olacak şekilde hak tescili sağlanabilmektedir. Ayrıca EPO, EUIPO, OAPI ve ARIPO gibi bölgesel ofisler üzerinden de toplu başvuru kolaylıklarından yararlanılabilmektedir. Böylece çok sayıda ülkede marka, patent veya tasarım tescili daha etkin ve erişilebilir hale gelmiştir.¹⁸⁴

Buna karşın, FSEK kapsamında korunan telif haklarında her ne kadar ülkesellik ilkesi geçerli olsa da Bern Sözleşmesi ve TRIPS gibi uluslararası anlaşmalar sayesinde telif hakları, birçok ülkede otomatik olarak tanınmakta ve korunmaktadır.¹⁸⁵ Yani bir moda tasarımı FSEK kapsamında eser sayılıyor ve Türkiye’de koruma altındaysa, Bern sözleşmesine taraf diğer ülkelerde de belirli koşullarda koruma görmesi mümkündür.

1.6.2. Tükenme İlkesi

Fikri mülkiyet hukukunda önemli bir sınırlandırma olan tükenme ilkesi, hak sahibinin esere veya tasarıma uyguladığı kontrolün, eserin piyasaya sürülmesinden sonra belirli ölçülerde sonra erdiğini ifade etmektedir. Bu ilkeye göre, fikri mülkiyete konu ürünün hak sahibince veya onun rızasıyla hukuka uygun biçimde piyasaya sürülmesi durumunda, ürünün mülkiyetine bağlı haklar tükenmekte olup, bu noktadan sonra hak sahibi, söz konusu ürünün yeniden satışı, devri

¹⁸³ ŞEHİRALİ ÇELİK, s.19.

¹⁸⁴ SULUK, KARASU, NAL, s.40.

¹⁸⁵ BOZBEL, Savaş, Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku, Ankara, On İki Levha Yayıncılık, 2012, s.7.

veya kiralanması gibi işlemler üzerinde denetim yetkisine sahip olmamaktadır. Ancak burada tükenen soyut fikri ürün değil, bu ürünün somutlaşmış hali üzerinde hak sahibine tanınan dağıtım hakkıdır¹⁸⁶.

Bu ilke moda tasarımları bakımından kritik öneme sahiptir. Nitekim bir moda tasarımının somut bir ürün haline getirilip piyasaya sürülmesi, bu ürün üzerindeki tasarımcının yeniden satışa müdahale hakkını sona erdirmektedir. Böylece tasarımcı, tasarımını içeren bir ürünün ikinci el olarak satılmasını, kiralanmasını ya da bağışlanmasını engelleyememektedir.

Tükenme ilkesinin coğrafi sınırları öğretide; ülkesel, bölgesel ve uluslararası tükenme olmak üzere üç farklı boyutta ele alınmaktadır. Sınai mülkiyet hakkının ülkesel tükenme ilkesi, bir ürünün belirli bir ülke sınırları içinde hak sahibinin izniyle piyasaya sunulmasının ardından, o ülke sınırları içinde ilgili ürünün yeniden satışının sınai mülkiyet hakkı sahibi tarafından sınırlandırılmayacağını ifade etmektedir.¹⁸⁷ Bölgesel tükenme ilkesi, birden fazla ülkeyi kapsayan bir bölgenin tek bir ekonomik alan gibi kabul edilmesiyle, bu bölge içinde piyasaya sunulan ürünler bakımından mülkiyet hakkının tükenmesini ifade etmektedir. Bölgesel tükenme, hak sahibinin ilgili bölgede ürün üzerindeki kontrolünü kaybetmesine rağmen, bu kontrolün bölge dışındaki ülkelerde devam etmesini sağlamaktadır. Bölgesel tükenme ilkesine ilişkin en iyi örnek Avrupa Birliği'dir.¹⁸⁸ Uluslararası tükenme ilkesi, sınai mülkiyet hakkına konu olan bir ürünün dünyanın herhangi bir yerinde piyasaya sürülmesiyle birlikte, bu ürün üzerindeki sınai mülkiyet hakkının tükenmiş sayılmasını ifade etmektedir. Bu ilkeye göre, ürünün coğrafi konumdan bağımsız olarak bir kez piyasaya sunulmuş olması, sonraki satışlar için hak sahibinin iznini gereksiz kılar. Böylece, ürün üzerindeki mülkiyet hakkı, küresel ölçekte geçerliliğini yitirir.¹⁸⁹

Türk hukukunda tükenme ilkesinin yansıması, SMK ve FSEK çerçevesinde farklılık göstermektedir. SMK m. 152 ile sınai haklar bakımından uluslararası tükenme ilkesi benimsenmiş ve böylece Türkiye'de hem paralel¹⁹⁰ hem de geri ithalat¹⁹¹ serbest hale gelmiştir.

¹⁸⁶ KÜÇÜKALİ, Canan, KÜÇÜKALİ, Berna Tuğçe, Şematik Fikri ve Sınai Mülkiyet Hukuku Ders Kitabı, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2024, s.101.

¹⁸⁷ BOLAT, s.38.

¹⁸⁸ SULUK, KARASU, NAL, s.11.

¹⁸⁹ SULUK, KARASU, NAL, s.11.

¹⁹⁰ Paralel ithalat, sınai mülkiyet hakları kapsamında bir ürünün, hak sahibinin müsaadesi olmaksızın, başka bir ülke piyasasına ithal edilme sürecini ifade etmektedir.

¹⁹¹ Geri ithalat, sınai mülkiyet hakkında konu olan ürünlerin, bir ülkede ilk kez piyasaya sürüldükten sonra yurt dışına ihraç edilmesi ve sonrasında aynı ürünlerin üçüncü kişiler tarafından tekrar o ülkeye ithal edilmesi sürecini ifade etmektedir.

Bu yönüyle, hak sahibinin ürünlerini farklı pazarlarda farklı fiyatlarla sunarak bölgesel ayırım yapması güçleşmiştir. Buna karşılık FSEK’te tükenme ilkesi, yalnızca yayma hakkı bakımından ve ulusal ölçekte kabul edilmiştir. Buna göre, eser nüshaları hak sahibinin izniyle Türkiye’de piyasaya sürüldüğünde, bunların ülke içinde tekrar satışa konu edilmesi eser sahibinin yayma hakkını ihlal etmemektedir. Ancak kiralama ve kamuya ödünç verme hakları, tükenmenin istisnası olarak eser sahibinde kalmaya devam etmektedir.¹⁹²

1.6.3. Kümülatif Koruma

Türk hukukunda fikir ürünleri, kümülatif bir şekilde de koruma altına alınabilmektedir. Kümülatif kelimesine anlamsal olarak yaklaştığımızda “birbiri ardına yapılan eklemelerle çoğalma” anlamına ulaşmaktayız.¹⁹³ Hukuki olarak baktığımızda ise kümülatif koruma, bir fikir ürününün, gerekli koşulları sağlaması halinde farklı hukuki koruma mekanizmalarından aynı anda yararlanabilmesini ifade etmektedir.¹⁹⁴ Bu ilke kapsamında, bir fikir yahut sanat eseri, hem telif hukuku kapsamında eser niteliğinde korunabilirken hem de gerekli şartlara sahipse tasarım, marka veya haksız rekabet hukuku kapsamında korunabilecektir.

Moda tasarımları, nitelikleri gereği sezonluk ve geçici nitelik taşımaları sebebiyle oldukça hızlı bir şekilde ekonomik olarak değer kaybına uğramaktadırlar.¹⁹⁵ Bu durum, moda tasarımcıları ve yatırımcılar bakımından kümülatif koruma mekanizmalarının önemini arttırmaktadır. Kümülatif koruma, hem tasarımcıların yaratıcılıklarını özgürce sürdürmelerini sağlamakta hem de yatırımcıların ekonomik katkılarını teşvik ederek moda endüstrisinin sürdürülebilirliğine önemli bir katkıda bulunmaktadır. Bu hukuki güvence, tasarımcıların fikirlerini koruma altına alırken, sektörün inovasyona dayalı gelişimini de desteklemektedir.¹⁹⁶

Tasarım hukukunda en tartışmalı meselelerden biri, bir tasarımın mevzuatın yalnızca tasarım hükümleri kapsamında mı yoksa aynı zamanda diğer fikri mülkiyet koruma rejimleri

¹⁹² SULUK, KARASU, NAL, s.48.

¹⁹³ <https://www.dictionary.com/browse/cumulative> (Erişim Tarihi:17.12.2024).

¹⁹⁴ BOZGEYİK, Hayri, ER, Sefa, Tasarımlar İçin Kümülatif Koruma, Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi, Sayı:5, 2019, s.19-38.

¹⁹⁵ SULUK, Cahit, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Tasarımların Kümülatif Olarak Korunması (Çoklu Koruma), Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, Cilt1 Sayı 3, 2001, s.52.

¹⁹⁶ SULUK, s.66 (Kümülatif).

çerçevesinde de korunup korunamayacağıdır. Kümülatif koruma olarak adlandırılan bu yaklaşım bilhassa moda hukuku kapsamında büyük önem taşımaktadır. Zira moda endüstrisindeki tasarımlar, kimi zaman FSEK kapsamında “eser” niteliği taşıyabilecek sanatsal özellikler barındırırken kimi durumlarda teknik bir yenilik unsuruyla patent veya faydalı model korumasına konu olabilmektedir. Ayrıca, bu tasarımlar çoğunlukla markalarla birlikte pazarlanmakta olup marka hukukunun sağladığı ayırt edicilik korumasından da yararlanmaktadır. Örnek verecek olursak, estetik açıdan özgün bir ayakkabı tasarımı, görsel formu kapsamında tasarım tescili ile, ortopedik bir yenilik içermesi durumunda patent ya da faydalı model ile, marka unsuru üzerinden ise marka hukuku ile eş zamanlı olarak korunabilmektedir.¹⁹⁷

Moda tasarımları bir fikir ürün olmaları sebebiyle, Türk hukukunda kümülatif koruma ilkesi kapsamında korunabilmektedir. Yukarıda da bahsetmiş olduğumuz üzere kümülatif koruma, bir fikri ürünün aynı anda farklı hukuki koruma mekanizmalarına tabi tutulabilmesini ifade etmektedir. Bu itibarla, bir moda tasarımı gerekli hukuki koşulları sağladığı takdirde SMK kapsamında tasarım veya marka korumasından faydalanabiliyorken aynı zamanda FSEK kapsamında eser korumasından da yahut TTK kapsamında haksız rekabet korumasından da yararlanabilir.

Gucci’nin ikonik GG monogramını gerek tekstil gerekse aksesuar tasarımlarında kullanması bu ilkeye güzel bir örnek teşkil etmektedir. Markanın bu tarz tasarımları hem marka hem de tasarım hukuku kapsamında koruma altına alınmaktadır.

Görsel 6: GG Marmont Reversible belt

Görsel 7: Original GG canvas jumpsuit



Kaynak: <https://www.gucci.com>

Kümülatif koruma ilkesi, moda endüstrisinde yenilikçi tasarımların ve markaların korunmasında oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bu yaklaşım, moda sektöründe yaratıcı

¹⁹⁷ SULUK, s.67 (Kümülatif).

eserlerin değerini arttırmakla birlikte tasarımcıların haklarının da korunmasını sağlamaktadır. Bir moda tasarımının tasarım tescili, telif koruması ve marka koruması yoluyla aynı anda güvence altına alınması, tasarımın sezonsal niteliği nedeniyle ekonomik değerini kaybetmesini önlemekte ve kalıcı bir marka kimliği oluşturulmasına katkı sağlamaktadır.¹⁹⁸

Sonuç olarak, moda tasarımlarının kümülatif koruma ilkesinden yararlanması hem hukuki hem de ekonomik olarak büyük bir öneme sahiptir. Farklı koruma mekanizmalarının bir arada işlemesi tasarımların geçici niteliklerine rağmen uzun vadeli bir güvence sunmaktadır. Bu kapsamda, kümülatif koruma ilkesi, moda endüstrisinin temel yapı taşlarından biri olan tasarımların sanatsal ve ticari değerini koruyarak; hem tasarımcıların haklarını güvence altına almakta hem de ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır.

1.6.4. Moda Tasarımlarının Marka Hukuku Kapsamında Korunması

Moda endüstrisinde sıklıkla karıştırılan kavramlardan biri “marka” kavramıdır. Bu kavram günlük dilde moda firmalarını ifade etmek için kullanılsa da hukuki olarak daha spesifik bir anlam taşımaktadır. SMK madde 4 uyarınca, marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini diğer teşebbüslerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeye yarayan, sicilde gösterilebilir her türlü işareti kapsamaktadır. Bu kapsamda marka, bir firmanın veya tasarımcının kimliğini meydana getiren logo, isim, harf ya da sembol gibi ayırt edici işaretleri kapsamaktadır. Bununla birlikte literatürde yer alan başka bir tanım markaları, “belirli amaçlarla kullanılan semboller ve işaretler” olarak ifade ederken aynı zamanda “ürünün kaynağı hakkında tüketiciye bir mesaj ileten geleneksel bir ifade biçimi” olarak nitelendirmektedir.¹⁹⁹

Marka koruması, bir işletmenin mal veya hizmetlerini başkalarınınkinden ayırt etmeye yarayan işaretlerin, tescil yoluyla hukuken korunmasını sağlamaktadır. SMK’nın 7. maddesine göre marka hakkı, kural olarak tescille kazanılmakta olup SMK’nın 23. maddesine göre başvuru tarihinden itibaren on yıl süreyle koruma sağlanmaktadır. Bu süre on yıllık dönemlerle sınırsız olarak yenilenebilmektedir. Marka korunmasının hüküm doğurabilmesi için yayımlanmış olması gerekmektedir. Tescil edilen marka, sahibine mutlak ve tekel niteliğinde bir hak

¹⁹⁸ NURCU, s.14.

¹⁹⁹ ARIKAN, Özgür, Trademark Rights and Parallel Importation in the European Union, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2016, s.24.

sağlamakta olup bu hak, üçüncü kişilerin izinsiz kullanımını engelleme yetkisini de bünyesinde barındırmaktadır.²⁰⁰

Moda sektöründe ürünleri kısa ömürlü trendlerle hızla değişmesi sebebiyle, tasarım koruması genellikle ilk başvuru tercihi olsa da bazı ikonik ürünler zamanla markayla özdeşleşerek marka koruması çerçevesinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu durum özellikle tanıtım işlevi güçlenmiş ve kamuoyu algısında marka ile doğrudan bağ kurmuş tasarımlarda görülmektedir.²⁰¹ Örnek verecek olursak Burberry markasının klasik ekose deseni, Christian Louboutin'in kırmızı tabanlı ayakkabıları, Gucci'nin yeşil-kırmızı şeritli logosu, Hermes'in Birkin çantası ya da Chanel'in iç içe geçmiş "CC" logosu, zamanla ürün olmaktan çıkıp markanın kimliğinin bir parçası haline gelmiş ve uzun vadeli marka koruması altına alınmıştır. Benzer şekilde Versace'nin Medusa başı, Fendi'nin çift "F" logosu ya da Tiffany & Co'nun ikonik "Tiffany Blue" renk kodu yalnızca estetik değil, markasal işlev taşıyan işaretlerdir.

Bununla birlikte üç boyutlu markalar da moda sektöründe oldukça önemli bir yere sahiptir. Üç boyutlu markalar, bir ürün veya ambalaj tasarımı biçiminde olan işaretlerdir. Tescil edilebilmesi için açıkça ayırt edici bir niteliğe sahip olması gerekmektedir. Ancak sadece teknik bir işlevi yerine getiren veya ürünün doğal formunu oluşturan şekiller koruma kapsamının dışında bırakılmaktadır.²⁰² Bu durum özellikle moda endüstrisinde öne çıkan tasarımların üç boyutlu marka koruması kapsamında değerlendirilebilmesini oldukça sınırlı hale getirmektedir.

Nitekim örnek verecek olursak, Christian Dior'un ikonik "Saddle Bag" çantasının karakteristik eğimli formu için yapılan üç boyutlu marka başvurusu, bu sınırlamaların açık bir örneğidir. EUIPO Temyiz Kurulu, çantanın biçimsel özelliklerinin sektördeki benzerlerinden anlamlı şekilde ayrılmadığını ve tüketici algısında ticari bir kaynak göstergesi olarak yeterli düzeyde ayırt edicilik taşımadığını belirterek başvuruyu reddetmiştir. Kurul, çantanın tasarımının modaya özgü estetik bir ifade olduğunu, ancak bu özelliğin tüketici tarafından marka göstergesi olarak algılanamadığını ifade etmiştir. Bu karar, moda tasarımlarında estetik özgünlüğün her zaman marka ya da tasarım koruması anlamına gelmediğini açıkça ortaya koymaktadır.²⁰³

²⁰⁰ GÜNEŞ, İlhami, Marka Tescilinin Rolü, Terazi Hukuk Dergisi, Sayı 42, 2010 s.46

²⁰¹ BEYRELİ, s.44.

²⁰² YILMAZ, A. Lerzan, Üç Boyutlu Markalar, İstanbul Barosu Dergisi, Cilt: 92, Sayı: 1, 2018, s.16.

²⁰³ EUIPO Temyiz Kurulu, R 32/2022-2, Dior Saddle Bag Case, 07.09.2022.

ABAD, Guerlain v. EUIPO²⁰⁴ kararında, Rouge G de Guerlain ruj ambalajının üç boyutlu marka olarak tescil edilmesini reddeden EUIPO Temyiz Kurulu kararını iptal etmiştir. Mahkeme, ruj ambalajının sektörde yaygın olarak kullanılan silindirik formlardan önemli ölçüde farklılaştığını, alışılmadık bir biçim taşıdığını ve ortalama bir tüketicide dikkat çekici bir izlenim bırakabileceğini belirtmiştir. Karar, üç boyutlu markaların tescili bakımından sektörel normlardan "önemli ölçüde farklılaşma" kriterinin ne şekilde somutlaştırılacağına dair emsal niteliği taşımaktadır.²⁰⁵

1.6.5. Moda Tasarımlarının Patent ve Faydalı Model Hukuku Kapsamında Korunması

Moda tasarımları genel olarak görünüşleri ile ön plana çıkmaktadır. İşlevsel yanları ise tasarım kapsamı dışında bırakılmaktadır. Fakat, moda tasarımları doğaları gereği işlevsel bir amaca hizmet etmektedirler. Örneğin bir giysi sadece estetik kaygıyla meydana getirilmez aynı zamanda kullanıcının giyinme ihtiyacını karşılamak amacıyla üretilir. Kanun koyucular her ne kadar tasarım ile işlevselliği birbirinden ayırmayı hedeflese de moda tasarımları işlevsel niteliklerini bünyelerinde barındırmaya devam etmektedir.

Nitekim SMK kapsamında düzenlenen patent ve faydalı model bu tür korumalara önemli örneklerdir. Patent koruması, teknik problemlere çözüm sunan ve yenilikçi değer taşıyan buluşlara sağlanırken; faydalı model koruması daha basit ve ekonomik bir tescil yöntemi olarak işlev görmektedir. Faydalı modeller genel olarak “küçük buluş” olarak adlandırılmakta olup patentle kıyaslandığında daha kısa bir koruma süresi sunmaktadır.²⁰⁶

Moda tasarımlarının işlevsel özellikleri, kümülatif koruma ilkesi kapsamında hem tasarım hem de patent ve faydalı model korumasına tabi olabilmektedir. Örnek vermek gerekirse, sırt çantasına dönüşebilen ceketler, hava sirkülasyonu sağlayan akıllı kumaşlar, ergonomik taban teknolojilerine sahip spor ayakkabılar veya ağırlık dengeleyici sırt çantaları bu kapsamda değerlendirilebilir. Önemli bir tescil örneği olarak Nike’ın “Air Max” hava yastıklı

²⁰⁴ ABAD, 14.07.2021, T-488/20, Guerlain v. EUIPO.

²⁰⁵ <https://iprgezgini.org/tag/uc-boyutlu-markalar/> (Erişim Tarihi: 22.06.2025).

²⁰⁶ SULUK, KARASU, NAL, s.266.

taban teknolojisi gösterilebilir.²⁰⁷ Bu tasarım hem işlevsel olarak yenilik içerdiği için hem de estetik bir değer taşıdığı için hem patent hem de tasarım korumasından yararlanabilmektedir.

1.6.6. Moda Tasarımlarının Telif Hukuku Kapsamında Korunması

Telif hakkı, bir eserin hak sahibinin izni olmaksızın kullanılması, çoğaltılması ya da yeniden üretilmesini sınırlandırmaktadır. İngilizce'deki karşılığı “copyright” olan bu hak, eserin kopyalanması ve dağıtılması üzerindeki kontrolü ifade etmektedir.²⁰⁸

FSEK'e göre, bir çalışmanın eser olarak kabul edilmesi için belirli şartları sağlaması gerekmektedir. FSEK madde 1/B uyarınca:

*“Eser: Sahibinin hususiyetini taşıyan ve ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri olarak sayılan her nevi fikir ve sanat mahsulleri”*dir.

Bu hükme göre bir fikri ürünün eser sayılabilmesi için 3 koşulu sağlaması gerekmektedir. Bu şartlar; yukarıda sayılan eser türlerinden birine dahil edilebilmesi, sahibinin hususiyetini taşıması, bu hususiyeti yansıtacak ölçüde dış dünyada üçüncü kişilerce algılanabilir ve şekillenmiş olmasıdır.²⁰⁹ 1886 yılında imzalanan, fikir ve sanat eserlerinin korunmasına yönelik atılan en önemli adım olan Bern Sözleşmesi'nde ise eser kavramının bir tanımı yapılmamış olsa da ilgili kısımlardaki düzenlemelerden, eserin özgün ve yaratıcı düşüncenin bir ürünü olması gerektiği anlaşılmaktadır.²¹⁰

Yukarıda da bahsedildiği üzere fikri haklar, adı geçen 5846 sayılı Kanun kapsamında, ilim ve edebiyat eserleri, musiki eserler, güzel sanat eserleri ve sinema eserleri olarak sınıflandırmaktadır.

²⁰⁷<https://www.forbes.com/sites/timnewcomb/2018/11/05/the-technologies-that-define-sneaker-cushioning/> (Erişim Tarihi: 03.01.2024).

²⁰⁸GÜNEŞ, İlhami, Uygulamada Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2024, s.36.

²⁰⁹SULUK, KARASU, NAL, s.38; BEYRELİ, s.51.

²¹⁰BEYRELİ, s.51; POLATER, s.7; <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/283693> (Erişim Tarihi: 11.12.2024).

FSEK, musiki eserleri, “*Her nevi sözlü ve sözsüz besteler*” olarak tanımlanmaktadır. Ancak Bern Sözleşmesi’nde müzik kavramı için bir tanım bulunmamaktadır.²¹⁵ Müzik eserinin üç temel bileşeni melodi, armoni ve ritim olup bu unsurların tamamının bir müzik eserinde yer alması zaruri değildir.²¹⁶ Bir müzik ürününün eser kategorisine alınabilmesi için, müziği meydana getiren seslerin özel bir uyum içinde olması ritminin özgün olması gerekmektedir.²¹⁷ Musiki eserlerinde özgün olan, müziğin icrası değil kendisidir. Sesin kaynağı bir insan, müzik aleti ya da bir elektronik cihaz olabilir. Ancak insanın entelektüel katkısı olmaksızın üretilen müzik, eser niteliği taşımamaktadır.²¹⁸

Bozgeyik’e göre, müzik eserleri, duygu ve düşüncelerin farklı melodilerle ifade edildiği, insanın işitme duyusuna hitap eden özgün eserlerdir.²¹⁹ Bu eserlerin sözlü yahut sözsüz formları, sahibinin hususiyetine haiz olması şartıyla korunabilmektedir. Müzik eserlerinin yazılı veya klasik formlarda oluşturulmuş olması gerekmemekte olup bir icra ortamında da meydana gelebilmektedir. Örnek vermek gerekirse, bir canlı müzik yarışmasında sanatçının müzik aleti kullanarak oluşturduğu sözlü yahut sözsüz melodi hususiyet taşıması koşuluyla korunabilmektedir.²²⁰

1.6.6.3. Sinema Eserleri

FSEK’te sinema eserleri şöyle tanımlanmaktadır; “*Sinema eserleri, her nevi bedii, ilmi, öğretici veya teknik mahiyette olan veya günlük olayları tespit eden filmler veya sinema filmleri gibi, tespit edildiği materyale bakılmaksızın, elektronik veya mekanik veya benzeri araçlarla gösterilebilen, sesli veya sessiz, birbiriyle ilişkili hareketli görüntüler dizisidir.*”. Bu tanım, sinema eserlerinin korunmasının herhangi bir materyale bağlı olmadığını göstermektedir.

Nitekim, hareketli görüntünün tespitinde kullanılan kayıt tekniği ya da çekimin yapıldığı format eserin korunması bakımın bir önem arz etmemektedir. Benzer şekilde hareketli görüntünün içeriği de korunması bakımından belirleyici bir faktör değildir. Korumanın başlıca

²¹⁵ <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/283693> (Erişim Tarihi: 11.12.2024):

²¹⁶ BEYRELİ, s.52.

²¹⁷ BEYRELİ, s.52; ERDİL, Engin, Fikri Mülkiyet Hukuku, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2016, s.13.

²¹⁸ BEYRELİ, s.53; TEKİNALP, s.126.

²¹⁹ BOZGEYİK, s.206.

²²⁰ BOZGEYİK, s.207.

koşulu, hareketli görüntü dizisinin var olması ve bu dizinin sahibinin hususiyetine sahip olmasıdır.²²¹

1.6.6.4. İşlenmeler ve Derlemeler

Saymış olduğumuz eser türlerine ek olarak, işlenmeler ve derlemeler de fikir ve sanat eserleri kapsamına hükme bağlanmıştır. FSEK madde 6 uyarınca, bir eserden faydalanılarak oluşturulan ve o eserden bağımsız olarak düşünülemeyen eserler “işlenme” olarak kabul edilir. Kanunda işlenmelere örnekler verilmiş olsa da bu listenin sınırlı (numerus clausus) olmadığı, yalnızca örnekleme amacı taşıdığı açıktır.

Bununla birlikte, asıl eser sahibinin haklarına zarar vermeksizin ve işleyenin kendine özgü hususiyetini taşıyarak meydana getirilen işlenmeler FSEK kapsamında birer eser olarak kabul edilmektedir.²²² Bu düzenlemeler, işlenmelerin yalnızca teknik bir işlem değil aynı zamanda yaratıcı bir faaliyet olarak da değerlendirildiğini ve fikri mülkiyet koruması altına alındığını göstermektedir.

1.6.6.5. Güzel Sanat Eserleri

Bu çalışmaya konu moda hukukuyla en bağdaşan eser kategorisi güzel sanat eserleri içinde yer edinen tekstil ve moda tasarımları olduğu için bu konuya detaylı bir şekilde yer verilecektir. FSEK’in 4. maddesi uyarınca, madde metninde sayılan ve estetik değer taşıyan eserler “güzel sanat eseri” olarak kabul edilmektedir.²²³ Estetik değer, eserin yaratıcısının sanatsal özelliklerini yansıtmaya ve günlük hayatta kullanılan eşyalardan ayrılarak bir sanat eseri niteliği kazanmasını ifade etmektedir. Ancak söz konusu eserlerin hususiyet taşıyıp

²²¹SULUK, KARASU, NAL, s.66.

²²²BEYRELİ, s.53.

²²³Güzel sanat eserleri:

Madde 4 – (Değişik: 7/6/1995 - 4110/2 md.) *Güzel sanat eserleri, estetik değere sahip olan; 1. Yağlı ve suluboya tablolar; her türlü resimler, desenler, pasteller, gravürler, güzel yazılar ve tezhipler, kazıma, oyma, kakma veya benzeri usullerle maden, taş, ağaç veya diğer maddelerle çizilen veya tespit edilen eserler, kaligrafi, serigrafi, 2. Heykeller, kabartmalar ve oymalar, 3. Mimarlık eserleri, 4. El işleri ve küçük sanat eserleri, minyatürler ve süsleme sanatı ürünleri ile tekstil, moda tasarımları, 5. Fotoğrafik eserler ve slaytlar, 6. Grafik eserler, 7. Karikatür eserleri, 8. Her türlü tipler, kroki, resimler, maketler, tasarımlar ve benzeri eserlerin endüstriyel model ve resim olarak kullanılması, düşünce ve sanat eserleri olmak sınıflarını etkilemez.*

taşımadığı yahut estetik değer içerip içermediği hususu somut olayın özelliklerine göre değerlendirilecektir. Nitekim Yargıtay da bir eserin güzel sanat eseri kapsamına alınması için estetik değer koşulunu şu şekilde vurgulamıştır:

*“Estetik nitelik taşıyan fotoğrafik eserler ise ilim ve edebiyat eseri olarak değil, FSEK’in 4. maddesi gereğince güzel sanat eseri olarak korunurlar. Güzel sanat eseri olarak fotoğrafik eserler, fotoğrafçılık sanatı ve tekniğine göre meydana getirilmiş, estetik değeri bulunan fotoğraflardır. Bu fotoğraflarda bir nesnenin dış görüntüsü, eser sahibinin kendine has estetik becerisiyle ve kullandığı araç ve yöntemlerle yakalanarak güzel sanat eseri hâline gelmektedir.”*²²⁴

Hukukumuzda moda ve tekstil tasarımları esas olarak SMK ile koruma altına alınmaktadır. Nitekim SMK, tasarımların yenilik ve ayırt edicilik kriterlerini temel aldığı bir koruma sağlamaktadır. Ancak bu tasarımların yalnızca SMK ile değil FSEK kapsamında da korunabileceği, kanun koyucu tarafından açıkça düzenlenmiştir. FSEK m. 4/2’ye göre: *“Krokiler, resimler, maketler, tasarımlar ve benzeri eserlerin endüstriyel model ve resim olarak kullanılması, düşünce ve sanat eserleri olmak sıfatlarını etkilemez.”* Buna göre, sahibinin hususiyetinin yanında estetik ve sanatsal değer taşıyan moda ve tekstil tasarımlarının SMK anlamında tasarım korumasından yararlanması FSEK kapsamında eser olarak korunmasını engellemeyecektir.²²⁵

Bu kapsamda değerlendirildiğinde, FSEK madde 4’te yer verilen güzel sanat eserleri tanımında “estetik değer” koşuluna yer verilmiş olması, moda tasarımlarının koruma sınırlarının çizilmesinde önemli bir ölçüt sunmaktadır. Moda tasarımlarının diğer diğer güzel sanat eserlerinden ayrıldığı başlıca nokta, fonksiyonel olmasıdır. Fonksiyonel unsurların var olması, estetik değeri arka planda bırakabilme durumunu gündeme getirmekle birlikte bu durum moda tasarımlarının FSEK kapsamında korunmasını da tartışmalı hale getirebilmektedir. Bilhassa seri üretime konu ve ticari amaçla üretilen moda tasarımları, sıradan ve fonksiyonel özelliğe sahip bir ürün olmaktan öte estetik değere sahip oldukları ve meydana getiren sahibinin hususiyetini taşıyarak sanatsal bir ifade biçimi taşıdığı ölçüde FSEK kapsamında korunabilmektedir²²⁶.

²²⁴Hukuk Genel Kurulu 2017/134 E., 2020/474 K., 24.06.2020 T.

²²⁵ POLATER, s.60.

²²⁶ BEYRELİ, s.56.

Moda tasarımlarının bir güzel sanat eseri olarak kabul edilmesi giyilebilir sanat²²⁷ kavramıyla daha net anlaşılabilir. Giyilebilir sanat; tasarımcının kültürünü, duygularını ve yaratıcı fikirlerini somut olarak üç boyutlu bir forma kavuşturmasıdır.²²⁸ Bu tarz eserlerde kullanılan malzeme, teknik ve estetik bakış açısı, tasarımcının sanatsal kimliğini gözler önüne sermektedir. Örnek vermek gerekirse, Issey Miyake'nin Japon kültürüne ışık tutan tasarımları, yalnızca kıyafet değil, anı zamanda kültürel bir ifade biçimi olarak güzel sanat eseri kategorisinde kendi yer bulabilmektedir. Bir başka örnek ise Julia Hill'in 1988 yılında American Craft Museum tarafından organize edilen Craft Today: USA sergisinde Avrupa'yı dolaşan "American Velvet"²²⁹ adlı eseridir. Hill'in bu eseri giyilebilir sanatın sınırlarını aşan ve bu tür çalışmaların sanatsal platformlarda görünür kılınmasını sağlayan önemli bir çalışmadır.²³⁰

Giyilebilir sanat, seri üretimle üretilen ve işlevselliğin öne çıktığı moda tasarımlarından ayrılır. Seri üretime konu olan bu tür tasarımlar, genellikle belirli bir işlevi yerine getirme amacının öne çıktığı tasarımlar olup bu nedenle tasarımcının hususiyetini ve estetik anlayışını yansıtmaya olanağı çok sınırlıdır.²³¹ Giyilebilir sanat eserleri, yalnızca işlevselliğin değil aynı zamanda tasarımcının hususiyetini ve tasarımın kültürel, kavramsal ve performatif bağlamlarını da yansıtır.²³² FSEK kapsamında değerlendirildiğinde bu sahip olunan özgünlük ve estetik değer temel koruma koşullarını karşılamaktadır.

²²⁷ Wearable art.

²²⁸ **BEYRELİ**, s.56.

²²⁹ Amerikan Kadifesi.

²³⁰ **ODABAŞI**, Sanem, A Design Method on Wearable Art, International Textiles and Costume Congress, İstanbul, 2015, s.2.

²³¹ **BEYRELİ**, s.56.

²³² **ODABAŞI**, s.2.

BÖLÜM 2- MODA TASARIMLARININ TASARIM HUKUKU KAPSAMINDA KORUNMASI

2.1. Tasarım Korunması

Tasarım kavramı, SMK madde 55 kapsamına alınmış olup ilgili maddede şu şekilde tanımlanmıştır; “*Tasarım, ürünün tümü veya bir parçasının ya da üzerindeki süslemenin çizgi, şekil, biçim, renk, malzeme veya yüzey dokusu gibi özelliklerinden kaynaklanan görünümüdür*”. Tanımdan da anlaşılacağı üzere, tasarım denilince kastedilen şey bir ürünün görünümüdür.²³³

Tasarımın kaynağı her ne olursa olsun, sahip olduğu estetik, işlevsel veya ticari değer, onu koruma altına alınması gereken bir fikri mülkiyet hakkı haline getirmektedir. Özellikle moda sektöründe tasarımlar, ekonomik ve kültürel bir değer taşıdığından, bu yaratıcı fikir ürünlerinin korunması moda hukuku bağlamında büyük önem taşımaktadır. Bu bahisle, tasarım süreçlerinin ve ürünlerinin hem teknolojik gelişmeler ışığında hem de hukuki çerçevede ele alınması fikri mülkiyet hukukunun önemli bir gerekliliğidir.

Moda tasarımı sürecinin ilk adımı; tasarımın temel unsuru olan çizgi, silüet, renk ve dokuyu belirlemektir. Bu unsurların dikkatli bir şekilde bir araya getirilmesi ile tasarımın görünümü meydana gelmektedir. Tasarımların korunmasında temel unsur olarak alınan görünüm, bu yaratıcı süreç sonunda somut halini almakta olup nihayetinde SMK kapsamında koruma altına alınmaktadır.²³⁴

Türk hukukunda tasarımların özel bir düzenleme ile koruma altına alınması, ilk olarak 24.06.1995 tarihli ve 554 sayılı Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname²³⁵ ile düzenlenmiştir. Bu düzenleme ile tasarımların yalnızca görünüm özellikleri koruma altına alınmış olup; işlevsellik gibi nitelikleri patent ya da faydalı model gibi koruma mekanizmalarının görev alanına bırakılmıştır.

Tasarım koruması, SMK’nın 55. madde ve devamında düzenlenmektedir. Kanunda tasarım koruması, tescilli koruma ve tescilsiz koruma olarak ikiye ayrılmaktadır. Tescilli

²³³ SULUK, ORHAN, s.27.

²³⁴ NURCU, s.55.

²³⁵ RG. 27.06.1995/22326.

koruma, 61 ila 69. maddeler arasında detaylandırılmış olup, tasarım başvurusunun akabinde tescil sürecinden kaynaklanan haklara yönelik bir korumadır. Tescil koruması ile ilgili hükümler; tasarımın korunmasından süresinde yenilenmesine, tasarım hakkının devrinden lisanslanmasına ve tasarım hakkına yönelik ihlallerin sonuçlarına kadar düzenleme alanı bulmaktadır.

2.2. Tasarım Çeşitleri

Tasarım hukuku kapsamında, tasarımlar çeşitlendirilerek farklı türlere ayrılmaktadır. Bu ayırım hukuki korumanın kapsamını belirlerken aynı zamanda uygulamada meydana gelecek belirsizlikleri de gidermektedir. SMK, tasarımlar bakımından yalnızca tescilli ve tescilsiz tasarımlar arasında bir ayrıma gitmekte olup, bunun dışında tasarım çeşitlerine yönelik bir ayırım öngörmemektedir. Ancak öğretilerde ve uygulamada tasarımlar çeşitli kategorilere ayrılmaktadır.²³⁶

Bu kapsamda tasarımlar; işlevsel ve estetik tasarımlar, iki boyutlu ve üç boyutlu tasarımlar, endüstriyel ve endüstriyel olmayan tasarımlar, parça tasarımları, yedek parça tasarımları ve moda tasarımları gibi farklı gruplara ayrılmaktadırlar.²³⁷ Söz konusu kategoriler tasarımın niteliğine, kullanım alanına ve koruma kapsamına göre farklılık göstermektedir. Özellikle moda tasarımları, estetik yönü ağır basan ve hızlı trend döngülerine sahip bir alan olduğu için tasarım hukukunun en dinamik ve tartışmalı konularından biri olmuştur.

2.2.1. Tescilli ve Tescilsiz Tasarımlar

Türk hukukunda tescilli tasarımlara ilişkin ilk yasal düzenleme, 554 sayılı KHK'dır. Bu KHK ile yalnızca tescilli tasarımların korunması öngörülmekte olup tescilsiz tasarımların korunmasına yönelik bir düzenleme içermemekteydi. Bu dönemde tescilsiz tasarımlar, genel hukuk hükümleri çerçevesinde korunmakta olup, Türk Ticaret Kanunu²³⁸ ve Türk Borçlar Kanunu²³⁹ (TBK) kapsamında yer alan haksız rekabet hükümleri, FSEK kapsamında eser

²³⁶ BEYRELİ, s.141.

²³⁷ SULUK, KARASU, NAL, s. 307.

²³⁸ RG. 14.02.2011/ 6102.

²³⁹ RG. 4.02.2011/6098.

niteliği taşıyan tasarımlar için sağlanan koruma ve Türk Medeni Kanunu'nda²⁴⁰ (TMK) yer alan kişilik haklarının korunmasına ilişkin hükümler çerçevesinde değerlendirilmekteydi.²⁴¹

SMK'nın kabulü ile, tescilsiz tasarımların korunmasına ilişkin Türk hukukunda ilk kez bir yasal düzenleme getirilmiş olup bu tasarımlar, ilk kez Türkiye'de kamuya sunulması koşuluyla hukuki güvence altına alınmıştır.²⁴² Bu değişiklik, özellikle hızlı üretim ve tüketim döngüsüne sahip olan moda tasarımları bakımından büyük önem taşımaktadır. Zira moda sektöründe tasarımların tescil sürecinden geçmesi, çoğu zaman pratiklik taşımadığı için tescilsiz tasarımların korunması, tasarımcılar ve markalar bakımından kritik bir ihtiyaç haline gelmiştir. SMK'nın getirmiş olduğu bu düzenleme, Türk hukukunun uluslararası tasarım koruma standartlarına uyum sağlamasına yönelik önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir.

Bahsetmiş olduğumuz üzere SMK uyarınca tasarımlar, tescilli ve tescilsiz tasarım olmak üzere iki farklı koruma rejimine tabi tutulmaktadır. Tescilli tasarımların korunabilmesi için tescil başvurusu zorunlu bir unsur olarak kabul edilirken, tescilsiz tasarımlar bakımından ise kamuya sunulma şartı zorunlu unsur olarak kabul edilmektedir.²⁴³ Bu düzenleme ile daha önce genel hükümler kapsamında korunmakta olan tescilsiz tasarımlar belirli bir çerçeveye oturtularak hukuki koruma altına alınmıştır.

SMK kapsamında, tescilli ve tescilsiz tasarımların koruma şartları birbirinden farklılık arz etmemektedir. Bir tasarımın tescilinin sağlanması ya da tescilsiz tasarım olarak üç yıllık korumadan faydalanabilmesi için, tasarımın başvuru tarihinden yahut kamuya sunulma anından itibaren “yeni” ve “ayırt edici” nitelikte olması gerekmektedir.²⁴⁴ Bu koşullar, tasarım hukukunun en temel ilkelerinden olup, özgünlükten yoksun veya sadece teknik zorunluluklardan kaynaklanan tasarımların hukuki koruma altına alınmasını engellemektedir. SMK ile getirilen bu düzenlemeler, tasarım sahiplerinin haklarını güvence altına alırken aynı zamanda piyasadaki rekabet dengesinin korunmasına da katkı sağlamaktadırlar.²⁴⁵

²⁴⁰ RG. 08.12.2001/4721.

²⁴¹ BEYRELİ, s.142.

²⁴² SULUK, KARASU, NAL, s. 307; ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, Tescilsiz Tasarımların Hukuki Himayesi, Ankara, Fikri Mülkiyet Hukuku Çalıştay Bildiriler Kitabı, 16-22 Aralık 2019, s.378.

²⁴³ ERYAYAR, Erkut, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Çerçevesinde Endüstriyel Tasarımların Tescil Yolu ile Korunması, 2nd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS), 19-22 May 2017, s.167.

²⁴⁴ GÜNEŞ, s.91.

²⁴⁵ ŞEHİRALİ ÇELİK, s.262 (Temel Yenilikler):

2.2.2. İki Boyutlu ve Üç Boyutlu Tasarımlar

Tasarımlar, iki boyutlu ve üç boyutlu olmak üzere farklı biçimlerde meydana getirilmektedirler. İki boyutlu tasarımlar genellikle yüzeysel desenler, dokular veya grafik düzenlemeler şeklinde kendini gösterirken, üç boyutlu tasarımlar fiziksel derinlik ve hacim unsurlarını içermektedir.²⁴⁶

Örnek vermek gerekirse, bir kumaşın yüzeyine işlenen motifler iki boyutlu bir tasarımdır. Mesela Burberry'nin klasikleşmiş bej, siyah, kırmızı ve beyaz tonlarındaki ekose deseni, markanın şallarında, astarlarında ve tekstil ürünlerinde kullanılarak iki boyutlu tasarımın moda kimliği oluşturmaya önemli bir örnek teşkil etmektedir. Üç boyutlu tasarımlara örnek olarak ise Chanel'in tüvit ceketleri gösterilebilir. Nitekim, ceketlerin üzerindeki dikiş detayları, kabartmalı kumaş dokuları ve özel kesim teknikleri sayesinde tasarımlar, düz bir kumaş parçasının ötesine geçerek üç boyutlu bir form kazanmaktadırlar. Bu iki farklı tasarım türü, bir arada kullanıldığı takdirde tek bir tasarım olarak koruma görmektedir.²⁴⁷ Örneğin, Louis Vuitton'un Monogram deseni veya yukarıda bahsettiğimiz Burberry'nin ekose deseni, tek başlarına iki boyutlu tasarım örneği iken, bu desenlerin bir çanta veya kaban üzerine uygulanmasıyla ortaya çıkan tasarımlar hem iki boyutlu hem de üç boyutlu özellikleri bir arada bulundurmaktadırlar. Anlaşılabileceği üzere, moda tasarımlarının korunmasında ürünün genel görünümü dikkate alınmaktadır.

2.2.3. Estetik ve İşlevsel Tasarımlar

Günümüz tasarım dünyasında, estetik ve işlevsellik birbirinden bağımsız iki kavram olarak ele alınmamaktadır. Modern tasarım anlayışına göre, meydana getirilen her tasarımda hem estetik hem de işlevsel özelliklerin bir arada bulunması beklenmektedir.²⁴⁸ Fonksiyonel tasarımlar, tüketicilerin belirli ihtiyaçlarını karşılayan ve kullanımı kolaylaştıran tasarımlar olarak tanımlanmaktadır. Bu tür tasarımlar genellikle ürünün işlevine hizmet etmek için zorunlu

²⁴⁶ SERT, Merve, Sınai Mülkiyet Kanununa Göre Tescilsiz Tasarımların Korunması, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı 2019, Gaziantep, s.13 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

²⁴⁷ SULUK, KARASU, NAL, s.308.

²⁴⁸ SULUK, KARASU, NAL, s.308.

olan unsurları içermektedirler.²⁴⁹ Dolayısıyla işlevsellik, tasarımda belirli fonksiyonların yerine getirilmesini amaçlayan bir kavram olarak öne çıkarken, estetik ise ürünün görsel ve duygusal yönünü ifade etmektedir.

Bununla birlikte günümüzde, işlevsel bir tasarım yalnızca kullanım amacına hizmet etmekle kalmamaktadır. Aynı zamanda estetik açıdan da hoş bir görüntü sunmayı hedeflemektedir. Tüketiciler her iki unsurun da bir arada olduğu tasarımları talep etmektedir. Yalnızca estetik kaygılarla meydana getirilen bir tasarım tüketicinin ihtiyacını karşılamıyorsa yahut bir tasarım sadece fonksiyonelliğe odaklanıp estetik bir değer taşımıyorsa bu tasarımın, pazarda uzun vadeli bir başarı yakalaması mümkün değildir.

Estetik ve işlevsellik arasındaki başlıca farklardan bir diğeri, estetiğin hem iki boyutlu hem de üç boyutlu tasarımlarda var olabilmesine karşılık, işlevselliğin genellikle yalnızca üç boyutlu tasarımlarda sağlanabilmesidir.²⁵⁰ Burada hatırlatmak gerekir ki, tasarım hukuku ürünün işlevselliğinden ziyade dış görünümüne ilişkin bir koruma sağlamaktadır. Nitekim işlevsellik, patent ya da faydalı model gibi farklı koruma mekanizmaları ile güvence altına alınmaktadır. Ancak tasarımları yalnızca estetik kaygıları doğrultusunda ele almak yetersiz bir değerlendirme olacaktır. Nitekim üç boyutlu ürünlerin büyük bir çoğunluğunun ortaya çıkışı işlevselliğe bağlıdır.²⁵¹ Ancak, eğer bir ürünün dış görünümü, yalnızca teknik işlevini yerine getirmek için belirli bir formda olmak zorundaysa, tasarım korumasından faydalanamamaktadır.²⁵² Bu noktada, bir tasarımın koruma altına alınması için en önemli unsurun estetik değil özgünlük olduğu söylenebilmektedir.

Moda tasarımlarında estetik ve işlevsellik çoğu zaman birbirine sıkı sıkıya bağlıdır. Bazen bir kıyafetin işlevi, onun estetik değerini arttıran bir unsur haline gelebilmektedir.²⁵³ Örnek vermek gerekirse, spor giyim tasarımlarında kullanılan spesifik kumaş türleri, yalnızca rahatlık ve hareket kolaylığı değil aynı zamanda modern ve şık bir görünüm de sağlamaktadır. Bir trençkotun su geçirmezlik işlevi, kullanılan malzeme sayesinde ona aynı zamanda zarif ve kaliteli bir duruş da kazandırabilmektedir. Bununla birlikte moda dünyasında optik illüzyon tekniklerinin kullanımı da estetik ve işlevin iç içe geçmişliğine iyi bir örnektir. Mesela geometrik desenler ya da stratejik dikiş detayları ile vücut hatlarını daha uzun ve ince göstermek mümkün olmaktadır. 1960'lı yıllarda Paco Rabenne'in metal plakalardan oluşan elbiseleri, hem

²⁴⁹ BEYRELİ, s.143.

²⁵⁰ BEYRELİ, s.144; SULUK, ORHAN, s.41.

²⁵¹ SULUK, ORHAN, s.42.

²⁵² SULUK, KARASU, NAL, s.313.

²⁵³ BEYRELİ, s.145.

vücudu belirli bir şekilde sarmalayarak işlevselliğe hizmet etmiş hem de uzay çağı estetiğine atıfta bulunarak moda yenilikçi bir bakış açısı getirmiştir.²⁵⁴

Bu kapsamda moda tasarımları yalnızca işlevsel veya estetik yönleriyle değerlendirilmemelidir. Nitekim bir kıyafet, temel olarak giyim ihtiyacını karşılamak amacıyla tasarlansa da bu tasarımın insanlar üzerindeki etkisi yalnızca fiziksel faydalarıyla değil, uyandırdığı duygusal ve estetik algıyla da alakalıdır.²⁵⁵ Sonuç itibarıyla, estetik ve işlevsellik arasındaki ilişki tasarım hukukunun önemli bir tartışma konusu olsa da günümüz tasarım anlayışında bu iki unsur birbirinden ayrılmaz hale gelmiştir. Bir ürünün işlevselliği onun estetik yönünü şekillendirebiliyorken, estetik kaygılar da işlevselliği tamamlayıcı bir unsur olarak ortaya çıkabilmektedir. Bu sebeple, bir tasarımın, yalnızca estetik yahut yalnızca işlevsel olduğu yönünde kesin bir ayırım yapmak yerine, her iki yönünü de bütüncül bir yaklaşımla ele almak daha doğru bir yöntemdir.

2.2.4. Endüstriyel Olan ve Endüstriyel Olmayan Tasarımlar

Endüstriyel tasarımlar, endüstriyel yol ve seri üretim süreçleri ile üretilerek piyasaya sürülen ürünleri ifade ederken, endüstriyel olmayan tasarımlar ise el işçiliğiyle üretilen ve sanayi üretimine tabi olmayan ürünleri kapsamaktadır.²⁵⁶ Türk hukuku hem endüstriyel tasarımları hem de geleneksel el sanatlarına dayalı endüstriyel olmayan tasarımları hukuki koruma altına almaktadır. Endüstriyel tasarımlar SMK kapsamında korunurken, estetik değer taşıyan ve sahibinin yaratıcılığını uhdesinde taşıyan endüstriyel olmayan tasarımlar kümülatif koruma ilkesi gereği hem SMK hem de FSEK kapsamında korunabilmektedir.²⁵⁷

Örnek verecek olursak, seri üretimle üretilen bir sandalye tasarımı SMK kapsamında endüstriyel tasarım olarak korunurken, bir zanaatkar tarafından el işçiliğiyle üretilmiş, oymalı ve sanatsal detaylara sahip bir sandalye hem tasarım hukuku hem de estetik değer taşıması halinde telif hukuku kapsamında korunabilmektedir.²⁵⁸

²⁵⁴ <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/145899> (Erişim Tarihi: 09.02.2025).

²⁵⁵ BEYRELİ, s.145.

²⁵⁶ SULKU, KARASU, NAL, s.309.

²⁵⁷ SULKU, KARASU, NAL, s.309.

²⁵⁸ BEYRELİ, s.147.

2.2.5. Birleşik Ürün

SMK'nın 55. maddesi, tasarım korumasına konu olabilecek ürün kavramını geniş bir biçimde tanımlamaktadır. İlgili maddeye göre ürün, bir nesne, birleşik bir ürün veya bu ürünü oluşturan parçalar, ambalaj, grafik semboller, tipografik karakterler ya da birden çok nesnenin birlikte algılanan sunumu olabilmektedir. Ürün tanımına dahil edilen unsurlardan biri olan birleşik ürün, SMK m.55/3 uyarınca "sökülüp takılabilen veya yenilenebilen parçalardan oluşan ürün" olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda birleşik ürünler, sadece bir bütün olarak değil, aynı zamanda onların bileşenleri açısından da tasarım korumasına konu olabilmektedirler. Ancak bu parçaların korunabilmesi için görünürlük, yenilik ve ayırt edici nitelik şartlarını taşımaları gerekmektedir.²⁵⁹

Birleşik ürünlere ait tasarım parçalarının korunması kapsamında temel koşul, söz konusu parçaların ürünün normal kullanımı sırasında görünebilir durumda olmasıdır. Buradaki "görünürlük" kavramı, parçanın görsel olarak algılanabilirliğini yani görme duyusuyla fark edilebilir olmasını ifade etmektedir. Bu kapsamda tasarımın görünüm özelliklerinin korunması ile parçanın normal kullanım anındaki görünürlüğü birbirinden farklı değerlendirilmesi gereken kriterlerdir.²⁶⁰ SMK'nın 56. maddesinin 2. fıkrasının (b) bendi uyarınca, birleşik ürünün görünen parçalarının her birinin, bağımsız olarak yenilik ve ayırt edicilik şartlarını taşıması gerekmektedir. Dolayısıyla birleşik ürünün koruma değerlendirmesi iki aşamalı bir analiz gerektirmektedir. İlk aşamada, birleşik ürünün normal kullanımı esnasında görünür olan parçaları belirlenmeli; ikinci aşamada ise yalnızca bu parçaların, tasarım tesciline elverişli olup olmadıkları yani yenilik ve ayırt edicilik bakımından yeterli olup olmadıkları incelenmelidir.²⁶¹ Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin 27.02.2019 tarihli kararında, tasarımın hükümsüzlüğü değerlendirilirken "birleşik ürün" kavramı önem arz etmiştir. Kararda, dava konusu ürünlerin birleşik ürün niteliğinde olduğu, dolayısıyla tasarımın korumasının yalnızca normal kullanım sırasında görünür olan bileşen parçaları bakımından geçerli olabileceği vurgulanmaktadır.²⁶²

SMK m.56/3 hükmü, normal kullanım kavramını, ürünün yalnızca nihai kullanıcı tarafından gerçekleştirilen kullanım biçimleriyle sınırlı olarak tanımlamaktadır. Bu nedenle, ürünün bakım, servis veya onarımına ilişkin işlemler, normal kullanım kapsamında

²⁵⁹ MEMİŞOĞLU, S. Özgür, Tescilli Tasarımlarda Yenilik ve Ayırt Edicilik Unsurları, Fikri Mülkiyet Hukuku Monografileri, Ankara, Seçkin Yayıncılık, s.33.

²⁶⁰ MERHACI, s.135.

²⁶¹ MEMİŞOĞLU, s.58.

²⁶² Yargıtay 11. HD., 2017/5169 E., 2019/1642 K., 27.02.20219 T.

değerlendirilemez. Böylelikle, yalnızca ürünün tamircisi tarafından görülebilen ya da yalnızca profesyonellere yönelik satışlarda görünür hale gelen parçalar, tasarım koruması dışında bırakılmaktadır.²⁶³

EUIPO Hükümsüzlük Dairesi'nin 20/12/2016 tarihli kararında²⁶⁴, tescilli tasarım olan bir buz pateninin bıçak kısmına ilişkin birleşik ürün parçasının korunabilirliği yönünden bir değerlendirme yapılmış ve görünürlük şartının sağlanmadığı gerekçesiyle hükümsüz kılınmıştır. EUIPO, söz konusu tasarımın kompleks bir ürünün (buz pateni) değiştirilebilir bir bileşeni olduğunu, ancak bu bileşenin ürünün normal kullanımı sırasında dışarıdan görülemediğini tespit etmiştir. Bu nedenle, parça yalnızca bakım, onarım veya değişim gibi işlemler sırasında görünür hale gelmektedir. Bu durum, Topluluk Tasarım Tüzüğü'nde aranan görünürlük koşulunu karşılamamaktadır.²⁶⁵

Bu karar, özellikle moda endüstrisinde yer alan ayakkabı, çanta veya giyim ürünleri gibi çok parçalı tasarımların korunmasında “normal kullanımda görünürlük” kriterinin belirleyici rolünü ortaya koymaktadır. Moda tasarımlarında işlevsel tamamlayıcı öğelerin, örneğin ayakkabı tabanı, fermuar mekanizması ya da iç astar gibi, tasarım korumasına konu olabilmesi için yalnızca görsel nitelik taşımaları yeterli olmayıp, aynı zamanda bu özelliklerin ürünün kullanım sürecinde görsel olarak algılanabilir olması da gerekmektedir.²⁶⁶

Birleşik ürün kavramı çerçevesinde ortaya çıkan önemli bir başka kavram yedek parça tasarımlarıdır. Bu tasarımlar, birleşik ürünün işlevselliği, görsel bütünlüğü veya teknik bütünlüğü açısından belirli şekil ve yapıda olması gereken parçaları kapsamaktadır. Tasarım hukuku kapsamında yedek parçalar iki kategori altında incelenmektedir. Bunlardan ilki birleşik ürünün görünümünden ve fonksiyonundan bağımsız yedek parçalardır. Bu parçalar, birleşik ürünün dış görünümüne doğrudan katkı sağlamayan ve işlevsel olarak ondan bağımsız olan tasarım öğeleridir. Görünümünden ziyade teknik işlevselliğe hizmet eden bu parçalar daha çok otomotiv sektöründe görülmektedir.²⁶⁷

“Must match” parçalar ise birleşik ürünün genel ürün görünümüne entegre edilmiş, onunla görsel uyum içinde olması gereken parçalardır. Genellikle tasarımın görsel bütünlüğünü

²⁶³ MEMİŞOĞLU, s.58.

²⁶⁴ ICD 10058 20/12/2016, Ramonedge Oy vs.Bauer Hockey Corp.

²⁶⁵ https://euiipo.europa.eu/eSearchCLW/#basic/*11%2F11%2F2016/01%2F01%2F2017/number/10058 (Erişim Tarihi: 19.07.2025).

²⁶⁶ KARAHAN, Fatih, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Kapsamında Tasarım Tesciliyle İlgili Getirilen Temel Yenilikler, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Sempozyumu, Ankara, 9-10 Mart 2017, s.308.

²⁶⁷ SULUK, KARASU, NAL, s.310.

korumak amacıyla belirli bir formda üretilmektedirler. SMK m.59/4 kapsamında özel bir düzenlemeye tabi olan bu parçaların tasarım koruması, piyasaya sürüldükten sonraki üç yıl ile sınırlıdır. Bu sürenin ardından üçüncü kişiler bu parçaları kaynağı belirtmek ve kullanıcıyı yanıltmamak şartıyla üretip satabilir.²⁶⁸ SMK m. 59/5'teki düzenlemeye de burada kısaca yer verilmelidir.

“Must fit” olarak nitelendirilen yedek parçalar, bir birleşik ürünün belirli teknik gereklilikler doğrultusunda çalışabilmesi için zorunlu ölçü ve biçimlere sahip tasarım unsurlarıdır. SMK m.58/4-c’de, bu durum “Tasarımın kullanıldığı veya uygulandığı ürünün, başka bir ürüne mekanik olarak monte edilmesi veya bağlanması için belirli biçim ve boyutlarda üretilmesi zorunlu ürünlerin görünüm özellikleri” şeklinde tanımlanmış olup bunları koruma kapsamı dışında bırakmıştır.²⁶⁹ Dolayısıyla bu tür parçaların şekillenmesi, doğrudan işlevsel zorunluluklardan kaynaklanmakta olup, aksi takdirde ürünün çalışması mümkün değildir. Bununla birlikte, Kanun koyucu mutlak bir istisna öngörmemiştir. Nitekim SMK m.58/5 hükmü, “must fit” özelliği taşıyıcılar dahi modüler sistem parçalarını koruma kapsamına dahil etmiştir. Söz konusu düzenlemeye göre, “56’ncı maddede öngörülen koşulları karşılamak kaydıyla, farklı veya eş birimlerden oluşan modüler bir sistemde, bu birimlerin birbirleriyle sonlu veya sonsuz biçimlerde bağlantı kurmasını sağlayan tasarımlar” tasarım korumasından yararlanabilecektir.²⁷⁰

SMK’nın getirdiği en temel koruma şartlarından biri görünürlük olduğundan, birleşik ürünün normal kullanım esnasında dışarıdan görünmeyen parçaları tasarım koruması dışında kalmaktadır. Moda tasarımları bakımından bu kategoriye pantolonun iç cebi ya da ceketin astarı gibi işlevsel ancak dışardan görünemeyen yapılar girmektedir. Bununla birlikte görünmeyen bir parçanın üzerindeki desen ya da kumaş yapısı, tekstile özgü desen tasarımı olarak ayrı bir tescil ile korunabilmektedir.

2.3. Tasarım Hukukunun Genel Esasları

2.3.1 Genel Olarak

²⁶⁸ MERHACI, s.97-98.

²⁶⁹ MEMİŞOĞLU, s.153.

²⁷⁰ SULUK, KARASU, NAL, s.310.

Tasarım hakkı, sahibine tasarımın hukuki olarak korunmasını sağlayan mutlak bir hak tanımaktadır. SMK'nın 58. maddesi, tasarım hakkının kapsamını düzenlemekte olup, tasarım hakkı sahibine, kendi tasarımına benzer veya ayırt edici niteliği bulunmayan tasarımlara karşı hukuki yollara başvurma hakkı tanımaktadır.²⁷¹ Bu korumanın kapsamı, tasarımcının tasarım sürecinde sahip olduğu yaratıcılık ve tasarım özgürlüğü ile doğrudan alakalıdır.

SMK'nın 56. maddesi ise korumanın sağlanabilmesi için taşıması gereken esas unsurları belirtmektedir. Kanuna göre bir tasarımın korunabilmesi için her şeyden önce yenilik ve ayırt edici nitelik şartlarını taşıması gerekmektedir. Tasarımın yenilik unsuru, tescilli tasarımlar bakımından kamuya ilk sunum tarihinden önce dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamış olmasına bağlıdır.²⁷² Öte yandan ayırt edici nitelik, tasarımın bilgilendirilmiş kullanıcı olarak tanımlanan ortalama düzeyde bilgiye ve dikkat düzeyine sahip kişiler üzerinde daha önce kamuya sunulmuş olan tasarımlardan farklı bir genel izlenim yaratmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu değerlendirmede, tasarımcının tasarımı ortaya koyarken sahip olduğu seçenek özgürlüğünün derecesi de önem arz etmektedir. Zira teknik zorunlulukların sınırladığı tasarım alanlarında ayırt edicilikten söz etmek oldukça güç olacaktır.²⁷³

Tasarım korumasının sağlanabilmesi için, özellikle birleşik ürünlere ait parçalarda görünürlük şartı büyük önem taşımaktadır. SMK'nın 56. maddesinin 2. fıkrası ve AB Tasarım Yönergesi'nin 3/3 maddesine göre, koruma sağlanabilmesi için parçanın, birleşik ürüne takıldığında nihai kullanıcı tarafından ürünün normal kullanımı sırasında görünür olması gerekmektedir. Buradaki normal kullanım, bakım, servis veya onarım işlemlerini dışlamakta olup yalnızca tamirci ya da servis teknisyeninin görebileceği iç parça tasarımları koruma dışında kalmaktadır.²⁷⁴

2.3.2. Yenilik

SMK m. 56/4'e göre:

“Bir tasarımın aynısı;

a) Tescilli tasarım için başvuru veya rüçhan tarihinden önce,

b) Tescilsiz tasarım için tasarımın kamuya ilk sunulduğu tarihten önce, dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamış ise o tasarım yeni kabul edilir.

²⁷¹ BEYRELİ, s.147.

²⁷² ŞEHİRALİ ÇELİK, s.262 (Temel Yenilikler).

²⁷³ BOZGEYİK, ER, s.21-22.

²⁷⁴ SULUK, KARASU, NAL, s.359.

Tasarımlar sadece küçük ayrıntılarda farklılık gösteriyorsa aynı kabul edilir.”

Buna göre tasarım hukukunda yenilik kavramı öncelikle, bir tasarımın daha önce kamuya sunulmamış olmasını ve mevcut tasarımlardan belirgin farklılıklar taşıması gerektiğini ifade etmektedir.²⁷⁵ SMK m. 56/4 uyarınca, tescilli tasarımlar için başvuru veya rüçhan tarihinden önce, tescilsiz tasarımlar için ise kamuya ilk defa arz edildiği tarihten önce dünyanın herhangi bir yerinde aynısının bulunmaması şartlarını kümülatif olarak sağlayan tasarım yeni kabul edilmektedir. Yenilik kriteri, yalnızca küçük değişiklikler yahut mevcut tasarımların basit varyasyonları ile sağlanamamaktadır. Tasarımın, önceki bilinen tasarımlardan ayırt edilebilir niteliklere sahip olması gerekmektedir.²⁷⁶

Tasarım hukukunda yenilik unsuru, tasarımın korunabilirliğini belirleyen temel kriterlerden biridir. Bu kapsamda öğretide çeşitli ayrımlar yapılmaktadır. Bunlardan ilki mutlak ve nisbi yenilik; diğeri ise objektif ve sübjektif yenilik ayrımıdır. Mutlak yenilik, tasarımın dünyanın herhangi bir yerinde daha önce kamuya sunulmamış olmasını şart koşarken; nisbi yenilik, yalnızca başvuru yapılan ülke veya bölge itibarıyla yeni olmasını aramaktadır. Bununla birlikte objektif yenilik anlayışında tasarımın, önceden var olan diğ er tasarımlardan dış dünyada gözlemlenebilir biçimde farklılaşması aranırken; sübjektif yenilik, tasarımcının kendisinden önceki tasarımlardan haberdar olup olmamasına dayanmaktadır. Ancak bu yaklaşım, sübjektif nitelikte olması nedeniyle hukuk uygulamasında genellikle tercih edilmemektedir.²⁷⁷

SMK m. 56/4’te “mutlak ve objektif yenilik ilkesi” benimsenmiştir. Bu ilkeye göre, tasarımcı bir tasarımı tamamen bağımsız olarak mevcut benzer tasarımdan habersiz şekilde meydana getirse dahi, eğer aynı ya da yalnızca küçük farklılıklar gösteren bir tasarım daha önce dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmuşsa, yeni kabul edilmeyecektir.²⁷⁸ Dolayısıyla tasarımcının iyi niyeti ya da özgün yaratım süreci mutlak ve objektif yenilik değerlendirmesinde dikkate alınmamaktadır. Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun 2023 tarihli bir kararında, tasarımcı, önceki bir tasarımdan tamamen habersiz olsa bile, geliştirdiği tasarım mevcut tasarımla aynı ya da yalnızca önemsiz farklılıklar içeriyorsa söz konusu tasarım yeni kabul edilmeyecektir.²⁷⁹

Tasarımın yeniliği için büyük değişiklikler yapılması gerekli olmamakla birlikte, önemsiz ayrıntılardaki farklılık tasarımın yeniliği için yeterli sayılmamaktadır. Yeniliğin

²⁷⁵ SULUK, KARASU, NAL, s.311.

²⁷⁶ MEMİŞOĞLU, s.88.

²⁷⁷ MERHACI, s.107.

²⁷⁸ MEMİŞOĞLU, s.106.

²⁷⁹ Yargıtay Hukuk Genel Kurulu, 2021/11-975 E., 2023/143 K., <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/hukuk-genel-kurulu-e-2021-975-k-2023-143-t-1-3-2023>

tespitinde tasarımın genel izleniminin üzerinde etkili olan nitelikleri değil, aksine sadece hangi nitelikleri ile tasarımın kendisinden önceki tasarımdan farklılaştığı tespit edilir. Bu yapılırken fotoğraflık karşılaştırma yöntemi ile benzerlik analizi gerçekleştirilmektedir. Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 13.11.2013 tarihli 2013/97 E., 2013/1580 K. sayılı kararı, tasarımın yenilik unsurunu taşıyıp taşımadığının belirlenmesinde esas alınması gereken kriterleri açıklığa kavuşturan önemli bir emsal karardır.²⁸⁰

Anılan kararda, bir tasarımın mevcut tasarımlardan farklı, özgün ve ayırt edici nitelikte olması gerektiği vurgulanmaktadır. Nitekim, önceden bilinen bir tasarım üzerinde yapılan küçük değişiklikler veya yüzeysel farklılıklar yenilik unsurunu sağlamaya yeterli değildir. Bununla birlikte, tasarımın kamuya ilk sunulduğu tarihten önce herhangi bir biçimde kamuya açıklanmamış olması da hukuki koruma açısından önemli bir şarttır.²⁸¹

Bu hususta bir örnek verecek olursak, Avrupa Birliği Genel mahkemesinin 14 Mart 2018 tarihli Crocs Inc. v. EUIPO kararında²⁸², Crocs'un tescilli terlik tasarımının tescil tarihinden önce kamuya ifşa edildiğine ve bu nedenle yenilik unsurunu taşımadığına hükmetmiştir. Mahkeme, Crocs'un 257001-0001 sayılı topluluk tasarımını 2004'te tescil ettirdiğini; ancak tasarımın 2002 yılında hem şirketin resmi internet sitesinde yayımlandığını hem de Fort Lauderdale Bot Fuarı'nda sergilendiğini ve ticari olarak satışa sunulduğunu ortaya koyan çok sayıda belgeye dayanarak önceki ifşa durumunun gerçekleştiğini kabul etmiştir.²⁸³

Bu bağlamda, moda tasarımlarının hukuki koruma elde edebilmesi için yalnızca görsel, estetik farklılıkları değil, aynı zamanda yapısal ve biçimsel yenilikleri de bünyesinde barındırması gerekmektedir. Moda tasarımlarında yenilik unsurunun değerlendirilmesi, özellikle önceki koleksiyonlardan türetilmiş ya da mevcut trendlerden esinlenmiş tasarımlar açısından tartışmalı bir konu haline gelmektedir. Ancak gerek SMK gerekse Yargıtay içtihatları, tasarımın, yalnızca var olan bir modelin küçük farklılıklarla yeniden üretilmesinin yeterli olmadığı, aksine daha belirgin ve özgün değişiklikler içermesi gerektiği yönündeki yaklaşımı benimsemektedir²⁸⁴.

²⁸⁰ “554 Sayılı KHK'nin 6. maddesi uyarınca, bir tasarımın tescil edilebilmesi için, tasarımın aynısının başvuru veya rüçhan tarihinden önce dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamış olması, bir başka deyişle mutlak yenilik koşulu kabul edilmiştir. Mutlak yenilikten söz edilebilmesi için de tasarım tescil başvurusu yapılan ürünün görünümünün dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulan tasarımlardan yararlanma ve benzetme serbestisi ilkesi sınırları içinde kalmak kaydıyla küçük ayrıntıların ötesinde farklı özelliklere sahip olması gerekli ve yeterlidir.” <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/hukuk-genel-kurulu-e-2013-11-97-k-2013-1580-t-15-11-2013> (Erişim Tarihi: 14.02.2025).

²⁸¹ KÜÇÜKALİ, KÜÇÜKALİ, s.104.

²⁸² Case T-651/16, Crocs, Inc. v. European Union Intellectual Property Office, Judgement of the General Court, 14/03/2018.

²⁸³ <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=T-651/16> (Erişim Tarihi: 19.07.2025).

²⁸⁴ BEYRELİ, s.131.

Bu bağlamda, moda tasarımlarının koruma altına alınabilmesi için kamuya sunulma tarihi itibari ile benzeri bulunmayan, belirgin ayırt edici özelliklere sahip ve yalnızca yüzeysel değişikliklerden ibaret olmayan bir nitelik taşıması gerekmektedir. SMK'nın yenilik şartına getirdiği mutlak kriterler, moda tasarımcılarının ve markaların yaratma süreçlerinde dikkate alınması gereken önemli hukuki unsurlar olmasının yanı sıra, özellikle trendleri takip eden ancak birebir kopyalama yapmayan tasarımlar için kritik bir değerlendirme ölçütü sunmaktadır²⁸⁵.

Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin 04.02.2025 tarihli kararında, bir pelerin tasarımına ilişkin tescilli tasarımın yenilik kriterini taşıyıp taşımadığı değerlendirilmiştir. Mahkeme, başvuru tarihinden önce sosyal medya platformlarında paylaşılan görsellerin, aynı tasarımın kamuya sunulduğunu ortaya koyduğunu kabul etmiştir. Kararda küçük farklılıkların yenilik incelemesinde dikkate alınmadığı ve eğer tasarımlar arasında belirgin görsel benzerlikler varsa, bu durumun yeniliği ortadan kaldıracığı vurgulanmıştır. Ayrıca yalnızca fatura gibi belgelerle değil, sosyal medya paylaşımlarıyla da tasarımın kamuya sunulmuş olduğunun ispat edilebileceği ifade edilmiştir.²⁸⁶

Tasarım koruması, tescilli ve tescilsiz olmak üzere iki farklı şekilde düzenlenmektedir. Bir tasarımın tescilsiz koruma kapsamında korunabilmesi için, dünyanın herhangi bir yerinde daha önce kamuya sunulmamış ve bilgilendirilmiş kullanıcı üzerinde daha önce kamuya sunulmuş olan tasarımlardan farklı bir genel izlenim bırakmış olması gerekmektedir. Tescilli korumada ise, tasarımın başvuru veya rüçhan tarihinden önce, yalnızca küçük ayrıntılarda farklılaşan benzerinin veya aynısının kamuya sunulmamış olması şartı aranmaktadır.²⁸⁷

Tasarım hukukunda yenilik değerlendirmesi yapılırken karşılaştırılan tasarımlar arasındaki farkların yalnızca yüzeysel veya tali nitelikte olması durumunda, bu farklılıkların küçük detay olarak kabul edilip edilmeyeceği meselesi önem arz etmektedir. Öğretide, küçük farklılıklar genellikle tasarımın genel görünümüne etki etmeyen ve tasarımı oluşturan asli unsurlardan ziyade tali nitelikte kalan ayrışmalar olarak tanımlanmaktadır. Ancak SMK'nın 56. maddesinde veya ilgili gerekçesinde, bu tür farklılıkların önemsiz detay olarak kabul edilip edilmeyeceği konusunda açık bir kriter ortaya konmamıştır.²⁸⁸

Öte yandan, AB Tasarım Direktifi ve Topluluk Tasarım Tüzüğü'nde de benzer şekilde küçük detayların tasarımın yeniliği üzerinde etkili olmayacağı kabul edilmektedir. Her ne kadar

²⁸⁵ BEYRELİ, s.132.

²⁸⁶ Yargıtay 11. HD., 2024/2087 E., 2025/519 K., 04.02.2025 T., <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/11-hukuk-dairesi-e-2024-2087-k-2025-519-t-4-2-2025> .

²⁸⁷ NURCU, s.45.

²⁸⁸ MEMİŞOĞLU, s.116.

SMK mutlak yenilik kriterini benimsemiş ve dünya genelinde kamuya sunulmama şartını öngörmüşse de hem SMK’de hem de AB düzenlemelerinde hangi farklılıkların küçük detay olarak kabul edileceğine ilişkin açık normatif bir çerçeve yer almamaktadır. Bu kapsamda, AB mevzuatının hazırlanma sürecinde “belirli özellikler” ifadesinin kullanımı, tasarımın bölünerek parça parça incelenmesini zorunlu kılacağı gerekçesiyle eleştirilmiş ve nihai metinden çıkarılmıştır. Bu değişiklik, yenilik incelemesinin tasarımın genel görünümüne dayalı bütünsel bir değerlendirmeye yapılması gerektiği yönündeki yaklaşımı desteklemektedir.²⁸⁹

Tasarım tescil sürecinde yenilik şartı, Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT) tarafından resen incelenmektedir. Bu uygulama hukukumuzda SMK ile getirilmiştir. Tasarımlara ilişkin tescil başvurularında, Tasarımlar Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülen inceleme neticesinde, yenilik koşulunu sağlayamayan tasarımların başvuruları reddedilmektedir. Buna karşın, yenilik şartını sağlayan tasarımlar ise Resmi Bülten’de yayımlanarak ilan edilmektedir.²⁹⁰

Tasarım hukukunda yenilik şartı, her somut olay özelinde değerlendirilmekte olup, bilhassa moda sektöründe bu kriterin incelenmesi oldukça karmaşık bir hale gelebilmektedir. Moda endüstrisi, hızla değişen trendler ve yoğun rekabet nedeniyle sıkça taklitlere maruz kalmaktadır. Her sezon yüzlerce yeni tasarımın piyasaya sürülmesi, tasarımların çok kısa bir sürede gözden düşmesine ve yerini bir sonraki trendlere bırakmasına neden olmaktadır. Bu hızlı döngü bazı moda markaları tarafından rekabet avantajı elde etmek amacıyla kullanılmaktadır.

Hermes’in ünlü Birkin çantası ile Walmart’ın 2024 yılı sonunda satışa sunduğu Wirkin adıyla viral hale gelen çanta arasındaki tasarım benzerliği, tasarım hukukunda yenilik ilkesinin ihlaline ilişkin önemli bir örnek teşkil etmektedir. Hermes Birkin çantası 1984 yılında tasarlanmış ve yıllar içinde lüks moda dünyasında ikonik bir model haline gelmiştir. Özgün silueti, deri malzeme kalitesi ve ikonik kilit detayıyla ayırt edici özelliklere haiz çanta, uzun süredir tescilli bir tasarım olarak korunmaktadır.²⁹¹ Bu kapsamda Walmart bu çanta bakımından yenilik iddiasında bulunamaz.

²⁸⁹ MERHACI, s.110; Suthersanen, Uma, Design Law in Europe, London, Sweet &Maxwell, 2000, s.37.

²⁹⁰ Türk Patent ve Marka Kurumu, Tasarım İnceleme Kılavuzu, Ocak 2025, s.11.

²⁹¹ <https://www.forbes.com/sites/pamdanziger/2025/01/05/does-walmart-wirkin-bag-threaten-herms-so-it-that-must-protect-its-birkin-trademark/> (Erişim Tarihi: 14.02.2025).

Görsel 8: Hermes Birkin vs Walmart Wirkin



Kaynak: Youtube/ Explore Wonders

Yenilik şartı, moda tasarımlarının mahkemeler önünde korunabilmesi açısından belirleyici bir kriterdir. Mahkemeler, bir moda tasarımının yenilik değerlendirmesini yaparken, söz konusu tasarımın mevcut tasarımlar ile benzer yönlerini karşılaştırmaktadırlar. Eğer ki bir tasarımın benzer unsurları bertaraf edildiğinde geriye kalan kısımlar orijinal ve ayırt edici bir niteliğe sahipse yenilik şartı sağlanmış sayılır. Bu bağlamda, bir tasarımın hukuki koruma altına alınabilmesi için hem yeni hem de ayırt edici olması zaruridir.²⁹²

Sonuç itibarıyla, yenilik koşulu, moda hukukunda tasarım korumasının temel yapı taşlarından biridir. Moda tasarımlarının tescilli veya tescilsiz koruma kapsamında değerlendirilebilmesi için, tasarımcının yeni ve özgün kreasyonlar yaratmaya özen göstermesi gerekmektedir. Hukuki koruma talep eden bir modacının, yenilik unsuruna dikkat etmesi, tasarımından doğan hakların korunmasında kritik bir rol oynamaktadır.²⁹³

2.3.3. Ayırt Edicilik

SMK m. 56/5 ve 6'ya göre:

“(5) Bir tasarımın bilgilenmiş kullanıcı üzerinde bıraktığı genel izlenim;

a) Tescilli tasarım için başvuru veya rüçhan tarihinden önce,

b) Tescilsiz tasarım için tasarımın kamuya ilk sunulduğu tarihten önce, kamuya sunulmuş herhangi bir tasarımın aynı kullanıcı üzerinde yarattığı genel izlenimden farklı ise bu tasarımın ayırt edici niteliğe sahip olduğu kabul edilir.

²⁹² SULUK, KARASU, NAL, s.312.

²⁹³ NURCU, s.46.

(6) Ayırt edici niteliğin değerlendirilmesinde, tasarımcının tasarımı geliştirmede sahip olduğu seçenek özgürlüğünün derecesi dikkate alınır.”

Buna göre, ayırt edicilik, bir tasarımın kendine özgü yönlerini ifade eden temel bir kriter olup, ilgili tasarımın daha önce kamuya sunulmuş tasarımlardan belirgin bir şekilde farklılaşmasını gerektirmektedir.²⁹⁴ SMK madde 56/5 uyarınca, bir moda tasarımının ayırt edici kabul edilebilmesi için bilgilenmiş kullanıcı üzerinde bıraktığı genel izlenimin, daha önce kamuya sunulmuş herhangi bir tasarımın yarattığı genel izlenimden farklı olması gerekmektedir. Bu bağlamda ayırt edicilik bir kalite testi değil farklılık testidir. Bir tasarımın sanatsal veya teknolojik açıdan daha üstün ya da estetik olarak daha başarılı olması, onun ayırt edici olduğu anlamına gelmemektedir.²⁹⁵ Önemli olan, tasarımın genel formu aşarak tüketici algısında diğer tasarımlardan belirgin bir şekilde farklı bir izlenim bırakmasıdır.

Moda endüstrisinde tasarım süreçleri genellikle belirli trendler etrafında şekillendiğinden dolayı farklı markalara ait tasarımlar arasında benzerlik görülmesi oldukça muhtemeldir. Ancak genel tasarım formunun dışına çıkmayan, bilinen tasarımların aynısını ya da çok benzerini üreten modeller ayırt edici olarak kabul edilmemekte olup hukuki koruma kapsamında değerlendirilememektedir.²⁹⁶

Tasarım hukuku kapsamında ayırt edicilik değerlendirmesi yapılırken bilgilenmiş kullanıcının algısı esas alınmaktadır. Bilgilenmiş kullanıcı bakış açısıyla tasarımcının yaratım sürecindeki seçenek özgürlüğü ve tasarımın yarattığı genel izlenim dikkate alınarak ayırt ediciliğin varlığı tespit edilmektedir.²⁹⁷ Bahsetmiş olduğumuz üzere moda sektöründe trendler hızla değiştiğinden dolayı tasarımlar arasındaki belirli başlı benzerlikler kaçınılmaz olsa da tasarımcının yaratıcı özgürlüğünün dar olduğu alanlarda yapılan özgün dokunuşlar ayırt edici nitelik bakımından oldukça güçlü bir farklılık yaratabilmektedir. Bir tasarımın genel formdan ayrışarak, bilgilenmiş kullanıcı tarafından önceki tasarımlardan belirgin biçimde farklı algılanması, onun hukuki olarak korunmasını mümkün hale getirebilmektedir.²⁹⁸

2.3.2.1. Genel İzlenim

²⁹⁴ SULUK, KARASU, NAL, s.312.

²⁹⁵ SULUK, KARASU, NAL, s.312.

²⁹⁶ SULUK, KARASU, NAL, s.312.

²⁹⁷ MEMİŞOĞLU, s.121.

²⁹⁸ Bkz: Yargıtay 11. Hukuk Dairesi 2015/7689 E. 2016/2468 K. 07.03.2016 T., <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/11-hukuk-dairesi-e-2015-7689-k-2016-2468-t-7-3-2016> (Erişim Tarihi: 16.02.2025).

Bir tasarımın ayırt edici niteliğe sahip olup olmadığının belirlenmesi öncelikle, bu tasarımın daha önce kamuya sunulmuş tasarımlardan görsel olarak farklılaşmasına dayanmaktadır. SMK'nın 56. maddesinin 5. fıkrası uyarınca, bir tasarımın bilgilenmiş kullanıcı üzerinde bıraktığı genel izlenimin, daha önce kamuya sunulmuş herhangi bir tasarımın oluşturduğu genel izlenimden farklı olması gerekmektedir.²⁹⁹

Genel izlenim, bir tasarımın yalnızca belirli parçalarının değil, bütüncül olarak nasıl algılandığının değerlendirilmesini gerektirmektedir. Bu kapsamda, tasarımın yalnızca bazı bölümlerine odaklanılarak yapılan karşılaştırmalar yerine, tasarımın bir bütün olarak tüketici üzerindeki etkisi dikkate alınmaktadır. Bilgilenmiş kullanıcı ise, bu değerlendirmeyi yapacak kişi olarak tanımlanmaktadır.³⁰⁰ Ayırt edici niteliğin belirlenmesi sürecinde tasarımlar karşılaştırılırken yalnızca görünüm farklılıklarına odaklanılmaktadır. Bu inceleme bir kalite testi olmayıp, yalnızca tasarımın diğer tasarımlarla arasındaki farkların derecesini belirlemeye yöneliktir.³⁰¹ Örnek verecek olursak, bir moda tasarımı, benzer bir tasarımdan sadece belirli başlı detaylarla ayrılıyorsa ve genel görünüm itibarıyla aynı izlenimi veriyorsa, ayırt edicilik şartını sağlamamaktadır. Ancak kullanılan motifler, renk kombinasyonları, kumaş yapıları ve silüet farklılıkları ile tasarım yeni bir görsel kimlik kazanıyorsa, bilgilenmiş kullanıcı üzerinde farklı bir izlenim bırakacağından ayırt ediciliği olduğundan bahsedilebilmektedir.

554 sayılı KHK'da olduğu gibi SMK'da da ayırt edicilik değerlendirmesinde dikkate alınacak kişi yukarıda yer vermiş olduğumuz üzere bilgilenmiş kullanıcıdır. Bilgilenmiş kullanıcı, ortalama bir tüketiciden daha bilinçli ancak bir uzman kadar teknik bilgiye sahip olmayan kişidir.³⁰² Moda tasarımları bakımından değerlendirdiğimizde bilgilenmiş kullanıcı, sektördeki eğilimleri takip eden, kumaş dokularını, kesim tekniklerini ve stil detaylarının ayrımını yapabilen kişilerdir.

SMK ile ayırt edicilik kriterine getirilen değişikliklerden biri; ayırt edicilik değerlendirmesinde karşılaştırılan tasarımların bilgilenmiş kullanıcı üzerinde bıraktığı genel izlenimin farklı olmasının yeterli görülmesidir. Böylelikle 554 sayılı KHK'da aranan belirgin farklılık şartı kaldırılarak Avrupa Birliği Hukukuna uyum sağlanmış ve genel farklılık kriteri benimsenmiştir.³⁰³ Bu değişiklikte birlikte bir moda tasarımının korunabilmesi için önceki tasarımlardan tamamen ayrışması gerekmekte yalnızca belirli bir düzeyde görsel farklılık

²⁹⁹ KARAHAN, Fatih, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Kapsamında Tasarım Olarak Tescil Edilebilecek Ürünler, Türkiye Adalet Akademisi Fikri Mülkiyet Hukuku Çalıştay Bildiriler Kitabı, Ankara, 2020, s.359.

³⁰⁰ SULUK, KARASU, NAL, s.313.

³⁰¹ BEYRELİ, s.135.

³⁰² KARAHAN, s.359.

³⁰³ ŞEHİRALİ ÇELİK, s.262 (Temel Yenilikler)

içermesi yeterli kabul edilmektedir. Bu düzenleme, oldukça hızlı bir şekilde değişen moda endüstrisinde tasarımların daha esnek bir şekilde korunmasına olanak tanımaktadır.

Bir olay ile bunu somutlaştırmak gerekirse, Danimarkalı moda markası Ganni'nin Buckle Ballerina isimli ayakkabı tasarımının Steve Madden tarafından taklit edildiği gerekçesiyle Danimarka Denizcilik ve Ticaret Yüksek Mahkemesine açmış olduğu davayı gösterebiliriz.³⁰⁴ Ganni, tasarımının Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi (EUIPO) nezdinde tescilli bir tasarım olduğunu ancak Steve Madden'in Grand Ave modeli ile bu tasarımı kopyaladığını böylece tasarım hakkı ihlali ile haksız rekabet yarattığını ileri sürmüştür. Mahkemeye sunulan delillerde, iki tasarım arasındaki genel izlenimin büyük ölçüde benzer olduğu vurgulanarak Ganni'nin ayakkabı tasarımının orijinal ve sanatsal bir çalışma olduğu savunulmaktadır.

Steve Madden ise, piyasada benzer tasarımların bulunduğunu, Grand Ave modelinin bağımsız tasarımcılar tarafından oluşturulduğunu ve bu nedenle herhangi bir ihlale sebebiyet vermediklerini ileri sürmüştür. Madden'in savunmasına göre, Grand Ave modeli belirli bir moda trendine uygun tasarlanmış ve tescilli bir tasarımın birebir kopyası değildir.

Mahkemece, oluşan genel izlenim itibarıyla ayırt ediciliğin sağlanıp sağlanmadığı değerlendirilmiş ve iki modelin de bilgilendirilmiş kullanıcı üzerinde bıraktığı genel izlenimin büyük ölçüde benzer olduğu kanaatine varılmıştır. Ganni'nin Buckle Ballerina modeli, görsel tasarım unsurları açısından özgün ve sanatsal bir eser olarak kabul edilmiş ve Steve Madden'in Grand Ave modeli, birebir kopya niteliğinde olmasa da tasarımın genel izlenimini belirgin bir şekilde yansıttığı için ihlalin meydana geldiği tespit edilmiştir. En nihayetinde mahkeme, Steve Madden'in Grand Ave modelinin Danimarka'da satışını, ithalatını ve pazarlamasını yasaklamış ve söz konusu tasarımın Ganni'nin tescilli hakkını ihlal ettiğine karar vermiştir.

³⁰⁴ Danimarka Denizcilik ve Ticaret Yüksek Mahkemesi 09.08.2024 tarihli BS-25562/2024-SHR sayılı Ganni A/S v. Steve Madden Ltd. & Steve Madden Europe B.V. kararı.

Görsel 9: Ganni Tasarımı Buckle Ballerina



Görsel 10: Steve Madden Tasarımı Grand Ave



Kaynak: www.dr.dk

2.3.2.2. Bilgilenmiş Kullanıcı Bakış Açısı

Tasarım Hukukunda bilgilenmiş kullanıcı, sıradan tüketici ile teknik bilgiye sahip insan arasında konumlanan, ilgili tasarıma dair belirli bir düzeyde bilgi ve deneyime sahip kişi olarak tanımlanmaktadır.³⁰⁵ SMK'nın 56. maddesi 5. fıkrası uyarınca, bilgilenmiş kullanıcı, tasarımın görsel unsurlarını algılayabilen, benzer tasarımlar arasındaki farklılıkları ayırt edebilen ve bu farkları değerlendirebilecek bilgi birikimine sahip birey olarak kabul edilmektedir. Ancak bilgilenmiş kullanıcı, tasarım uzmanı veya bilirkişi düzeyinde teknik bilgiye sahip değildir. Onun değerlendirmesi, genel izlenim ve tüketici deneyimi temelinde yapılmaktadır.³⁰⁶ ABAD'ın "PepsiCo Inc. v. Grupo Promer Mon graphic SA" kararında bilgilenmiş kullanıcı kavramı, ortalama tüketici ile sektörel uzman arasında bir konumda tanımlanmıştır. Bu kullanıcı, ilgili ürünün tasarımına dair belirli bir bilgi düzeyine sahip olup, tasarımın detaylarına dikkatle yaklaşmakta olup mevcut tasarımlar hakkında bilgi sahibidir. Ancak bu kişi bir tasarımcı veya teknik uzman değildir.³⁰⁷

³⁰⁵ SULUK, KARASU, NAL, s.313.; AYHAN, Rıza, ÇAĞLAR, Hayrettin, YILDIZ, Burçak, İMİRLİOĞLU, Dilek, Sınai Mülkiyet Hukuku, Ankara, Adalet Yayınevi, 2021, s.176.

³⁰⁶ ÇAKIR ÇELEBİ, Fatma Betül, Tasarım Hukukunda Eşdeğer Parça İstisnası, Ankara, Adalet Yayınevi, 2022, s.50-51.

³⁰⁷ ABAD'ın C-281/10 P sayılı, 20.10.2011 tarihli "PepsiCo. Inc. v. Grupo Promer Mon Graphic SA" kararı, <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=C-281/10> (Erişim Tarihi: 20.07.2025).

Bilgilenmiş kullanıcının tespitinde tasarlanan veya tasarımın uygulandığı ürünün türü ve bu ürünün kullanıcı hedef kitlesi karar verici role sahiptir. Ürünün türüne göre bilgilenmiş kullanıcı nihai tüketici olabileceği gibi ara tüketici de olabilir. Örneğin, bir mutfak gereci için o ürünü kullanan nihai tüketici bilgilenmiş kullanıcı sayılabileceği gibi, laboratuvar cihazları için bilgilenmiş kullanıcı o cihazları kullanan mühendis veya tekniker sayılacaktır.³⁰⁸

Bilgilenmiş kullanıcı, tasarımcının ne kadar seçenek özgürlüğüne sahip olup olmadığını belirleyip tasarımın ayırt ediciliği bakımında karar verebilecektir. Ancak unutulmamalıdır ki bilgilenmiş kullanıcı tasarım uzmanı olmadığı için ondan mevcut tüm tasarımları tanınması beklenemez.

Moda tasarımları söz konusu olduğunda, bilgilenmiş kullanıcının kim olduğu somut olaya göre değişiklik gösterebilmektedir. Genel tüketicilerin yanı sıra, perakende sektöründeki yöneticiler, stil danışmanları, moda editörleri ve hatta sık sık lüks moda alışverişi yapan kişiler bilgilenmiş kullanıcı kapsamına dahil edilebilmektedir. Örnek vermek gerekirse bir “haute couture”³⁰⁹ elbisesinin bilgilenmiş kullanıcısı, bu tür tasarımları düzenli olarak satın alan veya moda sektöründe profesyonel olarak değerlendiren kişiler olabilirken, hızlı moda sektöründeki bir ürün için bilgilenmiş kullanıcı, sık sık belirli markalardan alışveriş yapan tüketiciler olabilmektedir.

Bilgilenmiş kullanıcının değerlendirme süreci, ürünün piyasaya daha önce sunulmuş olan tasarımlarla benzerlik düzeyini analiz etmeye yöneliktir.³¹⁰ Örneğin bir moda tasarımının belirli desen veya kesim detaylarının önceki tasarımlardan farklı olup olmadığı, bilgilenmiş kullanıcının gözünden incelenerek tespit edilir. Bu süreçte, ürünün işlevselliği veya üretim teknikleri değil, sadece görsel unsurlar dikkate alınmaktadır.³¹¹

Bilgilenmiş kullanıcının değerlendirme kriterleri incelenirken, tasarımcının sahip olduğu yaratıcı serbestlik de göz önünde bulundurulmaktadır. Eğer ki tasarımcının yaratıcılık alanı sınırlıysa, küçük farklar dahi ayırt edici nitelik yaratmada yeterli kabul edilebilmektedir. Bu kapsamda, bilgilenmiş kullanıcı, yalnızca ürünün genel görünümünü değil, aynı zamanda tasarım sürecindeki teknik ve endüstriyel kısıtlamaları da dikkate alarak bir değerlendirme yapmaktadır.³¹²

³⁰⁸ SULUK, KARASU, NAL, s.355.

³⁰⁹ Haute couture, yalnızca kişiye özel olarak, yüksek kalite kumaşlarla ve el işçiliğiyle üretilen, sanatsal nitelik taşıyan özel moda tasarımlarını ifade etmektedir.

³¹⁰ ÇAKIR ÇELEBİ, s.51.

³¹¹ NURCU, s.47.

³¹² MEMİŞOĞLU, s.155.

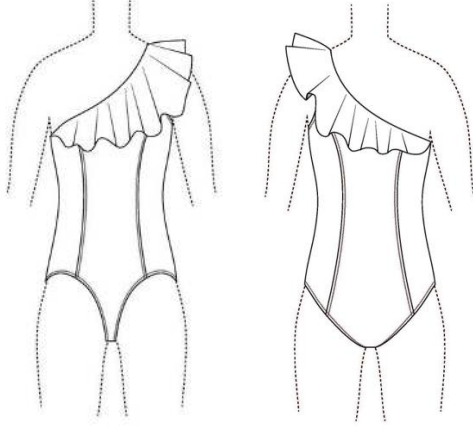
EUIPO Geçersizlik Dairesi'nin 15/07/2019 tarihli ve ICD 11239 sayılı kararında, Karla Coletto Swimwear Inc. tarafından tescilli topluluk tasarımına karşı ileri sürülen hükümsüzlük talebi, ayırt edicilik kriteri bakımından incelenmiş olup bilgilenmiş kullanıcı bakış açısına dikkat çekilmiştir. Uyuşmazlık konusu tasarım, mayo ürününe ilişkin olup 21/05/2025 tarihinde Lisa Marie Fernandez LLC adına tescil edilmiştir. Başvuru sahibi, söz konusu tasarımın 2008-2015 yılları arasında kamuya sunulmuş çeşitli ön tasarımlarla özdeş olduğunu iddia etmiş ve bu iddiasını desteklemek amacıyla Archive.org kayıtları ile birden fazla görsel delil sunmuştur. EUIPO, değerlendirmesinde ilgili ürünün hedef kitlesinin kadın mayo alıcıları ve hazır giyim sektöründeki profesyoneller olduğunu belirterek, bu doğrultuda hem kullanıcı kitlesinin dikkat düzeyi hem de tasarımcının sahip olduğu seçenek özgürlüğü göz önünde bulundurulmuştur. Başvuran tarafından sunulan delillerin kamuya açıklık şartını sağladığı kabul edilmekle birlikte, EUIPO, hükümsüzlüğü talep edilen tasarımın bütüncül görsel etkisinin önceki tasarımlardan açık biçimde farklılaştığı sonucuna ulaşmıştır.³¹³

Görsel 11: Önceki Tasarımlar³¹⁴



³¹³ https://euipo.europa.eu/eSearchCLW/#key/design/INV_20190715_000011239_002705236-0004 (Erişim Tarihi: 20/07/2025).

³¹⁴ https://euipo.europa.eu/eSearchCLW/#key/design/INV_20190715_000011239_002705236-0004 (Erişim Tarihi: 20/07/2025).



Sonuç itibariyle, moda tasarımlarında bilgilenmiş kullanıcı kavramı hem nihai tüketiciyi hem de sektördeki profesyonelleri içerecek şekilde genişletilmekte olup tasarım değerlendirmelerinde daha kapsamlı bir perspektifle ele alınmaktadır. Nitekim hukukumuzda bilgilenmiş kullanıcı kavramının objektif bir şekilde belirlenmesi ve tasarımcılarının yaratıcı özgürlüklerinin korunması tasarım haklarının korunmasını güçlendirecek olup esinlenme ve taklit arasındaki çizginin daha belirgin hale gelmesini sağlayacaktır.

2.3.2.3. Tasarımcının Seçenek Özgürlüğü

Tasarımcının seçenek özgürlüğü kısıtlandıkça, korunmak istenen tasarım ile mevcut tasarımlar arasındaki ufak farklılıklar dahi bilgilenmiş kullanıcının tasarımı ayırt edici kabul etmesini sağlayabilir. Buna karşılık, tasarımı geliştirmede geniş bir seçenek özgürlüğünün bulunduğu hallerde korunmak istenen tasarımın ayırt edici karakter taşıyabilmesi için mevcut tasarımlardan önemli farklılıklara sahip olmalıdır.

Ayırt edici nitelik değerlendirmesi yapılırken dikkate alınması gereken önemli unsurlardan biri de tasarımcının sahip olduğu seçenek özgürlüğünün kapsamıdır. SMK'nın 56. maddesinin 6. fıkrası, tasarımın ayırt ediciliği incelenirken tasarımcıya tanınan yaratıcı özgürlüğün sınırlarını göz önünde bulundurmaya zorunlu kılmaktadır. Bir tasarımın koruma kapsamı, tasarımcısına tanınan yaratıcı özgürlük alanı ile doğrudan ilişkilidir. Bir ürün tasarımcısına geniş bir yaratıcı serbestisi sağlıyorsa, koruma kapsamı da o ölçüde genişlemektedir. Buna karşın, eğer bir ürünün belirli bir şekilde tasarlanması teknik veya işlevsel zorunluluklardan kaynaklanıyorsa, o ürün özelinde bir tasarım koruması

³¹⁵https://euipo.europa.eu/eSearchCLW/#key/design/INV_20190715_000011239_002705236-0004
Tarihi: 20/07/2025).

(Erişim

sağlanamamaktadır.³¹⁶ Zira tasarım hukuku, ürünün kendisini değil görsel tasarımını koruma altına almaktadır. Bu nedenle işlevsellik gereği tasarlanış biçimi zorunlu olan ürünler için tasarım hakkı tanınması haksız rekabete sebebiyet verebilmektedir.

Günlük hayatta tamamen özgün bir tasarıma sahip ve alternatif tasarım seçeneklerine kapalı bir ürüne rastlamak oldukça zordur. Ancak yedek parça tasarımları gibi işlevselliği doğrudan etkileyen ürünlerde, tasarımcının yaratıcı özgürlüğü kısıtlanmakta olup bu durum koruma alanını daraltmaktadır.³¹⁷ Bu sebeple bu tür tasarımlarda ayırt edicilik şartının sağlanabilmesi için büyük değişikliklerin varlığı aranmamaktadır. Bu noktada belirtmek gerekir ki, Yargıtay kararları³¹⁸ ve uluslararası tasarım hukuku uygulamaları, teknik zorunluluklardan kaynaklanan tasarım benzerliklerini dikkate almamakta olup yalnızca görsel olarak ayırt edici unsurların korunmasını esas almaktadır.

Konuyu moda tasarımları bakımından ele aldığımızda, seçenek özgürlüğü özellikle fonksiyonellik ve estetik dengesinde önemli bir rol oynamaktadır. Giyim tasarımlarında, insan anatomisine uygunluk ve kullanım kolaylığı gibi zorunluluklar nedeniyle, tasarımcıların belirli kalıplar çerçevesinde hareket etmesi gerekmektedir. Ancak moda tasarımlarının büyük ölçüde estetik kaygılarla yaratıldığı düşünüldüğü takdirde, seçenek özgürlüğünün daha geniş olduğu ve bu nedenle tasarım korumasının kapsamının daha geniş tutulabileceği aşıkardır.³¹⁹ Bu tür tasarımlarda geniş seçenek özgürlüğünün varlığı durumunda ayırt edicilik için daha farklı tasarım özelliklerine sahip bir tasarımın gerçekleştirilmesi gereklidir.

Moda tasarımcıları, koleksiyonlarını oluştururken tüketici kitlesini, pazar beklentilerini ve belirli standartları dikkate almak zorundadırlar. Bir moda tasarımcısı, hedef kitlesinin cinsiyetini, yaş aralığını, beden ölçülerini ve güncel trendleri belirleyerek tasarım sürecine yön vermektedir. Öte yandan, moda sektöründeki yüksek tasarım çeşitliliği, seçenek özgürlüğünün geniş kapsamlı olduğu anlamına gelmektedir. Özellikle lüks moda markaları, koleksiyonlarında görsel farklılıklar yaratabilmek için özgün tasarım unsurları kullanmak zorundadırlar. Bir tasarımın desen, renk, dikiş detayları, malzeme ve kesim gibi unsurları, moda tasarımın seçenek özgürlüğünü genişletmektedirler.³²⁰

Ancak seçenek özgürlüğü, bazı teknik, yasal ve yapısal zorunluluklar nedeniyle daralabilmektedir. Bu kapsamda özellikle sayacağımız faktörler tasarımcının yaratıcılığını ve

³¹⁶ SULUK, KARASU, NAL, s.313.

³¹⁷ SULUK, KARASU, NAL, s.313.

³¹⁸ Yargıtay 11. HD, 29.03.2022 T., 2020/7085 E., 2022/2542 K.; Yargıtay 11. HD, 23.09.2019 T., 2018/3944 E., 2019/5630 K.

³¹⁹ NURCU, s.49.

³²⁰ NURCU, s.49.

seçenek özgürlüğünü sınırlayıcı etki göstermektedir. Bunlardan ilki teknik işlev zorunluluğudur. Tasarımın belirli bir işlevi yerine getirebilmesi için yapısal olarak belirli bir formda üretilmesi gerekiyorsa, bu durum tasarımcının seçimlerini sınırlandırmaktadır. İkinci olarak bazı ürünlerin tabi olduğu yasal düzenlemeler ve güvenlik standartları tasarımın şeklini doğrudan etkileyebilmekte ve tasarımcının seçenek alanını daraltmaktadır. nc olarak da ürünün doğasından kaynaklanan yapısal kısıtlamalar seçenek özgürlüğünü daraltabilmektedir.³²¹ örnek verecek olursak bir kalem ya da gözlük erevesi gibi ürünlerin fonksiyonel varlığı, belirli temel biçimlere bağlı kalmayı gerektirebilmektedir.

Bununla birlikte pazar dinamikleri, ürün modası, tüketiciler ve stil akımları tasarımcının seçenek özgürlüğünü sınırlayan bir unsur olarak değerlendirilmemektedir. Bu husus, Avrupa Birliği Genel Mahkeme’sinin Sachi Premium Outdoor kararında³²² ve Antrax It³²³ kararında açık bir biçimde ortaya konulmaktadır. Mahkeme, ürünün stiline dair pazarda hâkim olan eğilimlerin, modaya ilişkin estetik yönelimlerin ya da kullanıcı alışkanlıklarının, teknik zorunluluk gibi seçenek özgürlüğünü daraltıcı etkiler doğurmadığını vurgulamıştır. Bu doğrultuda, moda akımları gibi sübjektif etkenlerin tasarımcının yaratıcı alanını sınırladığını ileri sürülememektedir.³²⁴

Sonuç itibariyle tasarımcının seçenek özgürlüğü daraldıkça, küçük farklılıklar bile ürüne ayırt edici nitelik kazandırabiliyorken, teknik gerekliliklere dayanan unsurların münhasır koruma altına alınması mümkün gözükmemektedir. Bu durum hem rekabetin korunması hem de tasarım hukuku çerçevesinde haksız tekel oluşturulmaması açısından oldukça önemlidir.

2.3.2.4. Tasarımın Uygulandığı rn ya da Alan

Ayırt edici nitelik değerlendirmesi yapılırken, dikkate alınması gereken bir diğer husus tasarımın uygulandığı ürün ya da alandır. Tasarımın farklı ürün gruplarına uygulanması, o tasarımı başlı başına ayırt edici hale getirmez. rnek verecek olursak, bir moda markasına ait özgün bir desenin, kıyafet tasarımlarında kullanılabilirliği değerlendirilirken, aynı desenin ev tekstili ürünleri, yastık kılıfları ya da halılar üzerinde uygulanması deseni yeni ve ayırt edici kılmaz.³²⁵ çünkü bu tasarımın esas itibariyle özü değişmemekte yalnızca uygulandığı yüzey

³²¹ MEMİŞOğLU, s.197.

³²² Judgment of the General Court (Seventh Chamber) of 4 February 2014, Case T-357/12 Sachi Permium-Outdoor Furniture Lda v. OHIM.

³²³ Joined Cases T-83/11 and T-84/11, Judgment of the General Court of 13 November 2012, Antrax It v OHIM.

³²⁴ MEMİŞOğLU, s.196.

farklılık göstermektedir. Bu durum özellikle iki boyutlu tasarımlar için geçerli olmaktadır. Ancak üç boyutlu tasarımlar açısından durum daha farklı olabilmektedir.³²⁶

Sonuç itibariyle, tasarımın uygulandığı ürün ya da alan, onun hukuki korunabilirliği bakımından belirleyici bir faktör olmasa da yenilik ve ayırt edicilik incelemelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle moda tasarımlarında, desen ya da form gibi unsurların farklı yüzeylere uygulanması, her zaman yeni bir tasarım anlamına gelmemektedir. Ancak belirli tasarımların tamamen farklı ürünlere uyarlanması, tasarımın genel algısını değiştirmekle birlikte her olay özelinde detaylı bir inceleme yapılması gerekmektedir.³²⁷

2.3.2.5. Başvuruda Yapılan Açıklamalar

SMK kapsamında tasarım başvurularında tarifname sunma zorunluluğu kaldırılarak ihtiyari hale getirilmiştir. Ancak mülga 554 sayılı KHK döneminde verilen mahkeme kararları, tarifnamenin ayırt edici nitelik değerlendirmesinde dikkate alınabileceğini ortaya koymuştur. Tarifname, başvuruda yer alan tasarımın kapsamını açıklığa kavuşturmak, tasarımın ayırt edici unsurlarını belirlemek ve tescil sürecinde olası hukuki belirsizlikleri önlemek bakımından önem arz etmektedir.³²⁸

SMK m. 61/3 açıkça belirtmektedir ki, tarifnamede yer alan açıklamalar, ürün adı veya sınıfı gibi bilgiler, koruma kapsamını doğrudan etkilememektedir. Bu bağlamda tarifname, yalnızca görsel anlatımın yorumunda ortaya çıkabilecek belirsizliklerin giderilmesine sınırlı ölçüde katkı sağlayabilmektedir. Görsel unsurda yer almayan bir detayın tarifnamede beyan edilmesi, tasarım hakkı bakımından herhangi bir hüküm doğurmamaktadır. Dolayısıyla tarifname, görsel unsurun netliğini arttırmak ve yorum kolaylığı sağlamak amacıyla tamamlayıcı nitelikte düzenlenmiş olup tasarımın esas koruma alanını belirleyen unsurun her durumda görsel anlatım olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle tarifnamenin, tasarımın kapsamını genişletici değil açıklayıcı bir araç olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bir tasarımın diğerlerinden farklılaşmasını sağlayan ayırt edici nitelik unsuru, TÜRKPATENT tarafından tescil başvurularında resen incelenmemektedir. Kurumun öncelikli inceleme alanı yalnızca yenilik kriteri olup, başvuruda sunulan açıklamalar da değerlendirme kapsamına alınmamaktadır. Bu husus zaman zaman, uygulamada ayırt edici nitelik taşımayan

³²⁶ SULUK, KARASU, NAL, s.314.

³²⁷ SULUK, KARASU, NAL, s.314.

³²⁸ SULUK, KARASU, NAL, s.314.

tasarımların da sicile tescil edilmesine yol açabilmektedir.³²⁹ Belirttiğimiz üzere SMK ile birlikte tasarım başvurularında açıklama yapma zorunluluğu kaldırılarak bu husus başvuru sahibinin inisiyatifine bırakılmıştır.

Başvuruda sunulan açıklamaların TÜRKPATENT tarafından dikkate alınması, uzun vadede tasarımlar arasındaki benzerliklerin daha erken aşamada tespit edilmesine ve gereksiz hukuki ihtilafların önüne geçilmesine yardımcı olabilecektir. Özellikle moda tasarımları bakımından, tasarımın özgünlüğünün başvuru aşamasında net bir şekilde ortaya koyulması, olası benzerlik iddialarına karşı daha etkin bir koruma sağlanmasını mümkün kılacaktır. Bu kapsamda, tescil sürecinde ayırt edici niteliğe ilişkin değerlendirmelerin yapılması, uzun yargı süreçlerinin önüne geçebilmenin yanı sıra başvuruların daha sağlıklı bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanıyabilir.³³⁰

2.3.3. Kamuya Sunma

Tasarım hukukunda “kamuya sunma” kavramı, yenilik ve ayırt edicilik kriterlerinin değerlendirilmesi açısından belirleyici bir unsur olup SMK’nın 57. maddesi 1. fıkrası uyarınca bir tasarımın sergilenmesi, satışa sunulması, kullanılması, tanıtılması, yayımlanması veya benzer amaçlı diğer faaliyetler yoluyla kamuya erişilebilir hale getirilmesini ifade etmektedir. Ancak tasarımların üçüncü kişilere gizlilik şartıyla açıklanması kamuya sunma kapsamında değerlendirilmemektedir. Bu kapsamda, ticari müzakereler çerçevesinde gizlilik anlaşmasıyla yapılan açıklamalar da kamuya sunma olarak kabul edilmemektedir.³³¹

Önceki tasarımın kamuya sunulduğu tarih kesin olarak belirlenemese dahi, bu sunumun, hükümsüzlüğü talep edilen tasarımın başvuru veya varsa rüçhan tarihinden önce gerçekleştiğinin makul biçimde ortaya konulması yeterlidir. Böyle bir durumda sonraki tasarım, yenilik ve ayırt edici nitelik kriterlerini karşılamayacak ve hukuki korumadan yararlanamayacaktır. Tescilli tasarımlar bakımından, kamuya sunma eyleminin Türkiye’de ya da yurtdışında gerçekleşmiş olması arasında fark bulunmamaktadır. Zira her iki durumda da söz konusu fiil, sonraki tasarımın yeniliğini ve ayırt ediciliğini ortadan kaldırma gücüne sahiptir.³³²

³²⁹ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.12.

³³⁰ NURCU, s.51.

³³¹ SARI, Onur, Sınai Mülkiyet Kanunu Bağlamında Tasarımın Korunması, Terazı Hukuk Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 152, 2019, s.778.

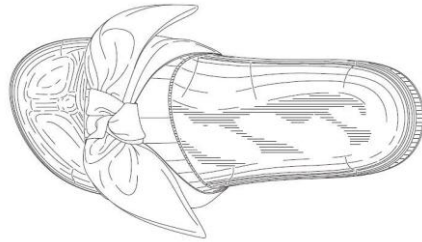
³³² MEMİŞOĞLU, s.245.

EUIPO İptal Dairesinin 20/03/2019 tarihli Steven Madden Ltd. v. PUMA SE kararı, kamuya sunma kriterinin somut uygulamasına ilişkin önemli bir örnek teşkil etmektedir. Kararda, Puma tarafından tescilli olan “Fenty Bow Slide” tasarımının geçersizliği talebi incelenmiş olup başvuran taraf, aynı tasarımın Amazon platformunda 2014 yılından itibaren halka açık biçimde satışa sunulduğunu ve dolayısıyla tasarımın yenilik şartını karşılamadığını ileri sürmüştür. Buna karşılık tasarım sahibi Puma, tasarımın ilk kamuya tanıtımının 2016 Paris Moda Haftası’nda gerçekleştirildiğini ve bu nedenle önceki iddiaların geçersiz olduğunu savunmuştur. EUIPO’nun kararında, başvuranın sunduğu Amazon’a ait ürün kayıtları gibi somut deliller dikkate alınmış ve bu verilerin, tasarımın tescil tarihinden çok önce ilgili sektör çevreleri tarafından erişilebilir olduğunu objektif bir şekilde ortaya koyduğu sonucuna varılmıştır. Bu kapsamda Paris Moda Haftası’nda gerçekleşen tanıtım etkinliğinin tasarımın kamuya sunulması açısından belirleyici olmadığı vurgulanmıştır. Nitekim kamuya sunma, yalnızca gösteri veya tanıtımla sınırlı olmayıp ilgili tasarımın sektördeki uzmanlarca ulaşılabilir olmasına dayanmaktadır.³³³

Görsel 13: Önceki Tasarım



Görsel 14: Tescilli Tasarım



Kaynak: <https://euipo.europa.eu/eSearchCLW/>

2.3.4. Tasarım Tescilini Etkilemeyen Açıklamalar ve Hoşgörü Süresi

Tasarım hukukunda kamuya sunma, bir tasarımın yenilik ve ayırt edicilik kriterlerini doğrudan etkileyen bir faktördür. Yukarıda bahsetmiş olduğumuz üzere sergileme, satış, yayım veya tanıtım gibi yollarla kamuya açıklanan bir tasarım, hukuken yeni kabul edilmez ve koruma kapsamı dışında kalmaktadır.³³⁴

SMK’nın 57. maddesinin 2. fıkrası uyarınca, tasarım sahibi veya onun yetkilendirdiği kişiler tarafından kamuya sunulan tasarımlar, 12 ay içinde tescil edildiği takdirde yenilik kriterini kaybetmemektedir. Ancak bu sürenin aşılması durumunda, tasarımın artık yeni

³³³ EUIPO, Invalidity Decision ICD 11 196, Steven Madden Ltd v. PUMA SE, https://euipo.europa.eu/eSearchCLW/#key/design/INV_20190320_000011196_003862564-0001 (Erişim Tarihi: 20.07.2025).

³³⁴ SULUK, KARASU, NAL, s.315.

olmadığı kabul edilerek tescil başvurusu reddedilebilmektedir. Hoşgörü süresi, tasarım sahiplerine ürünlerini piyasada test etme ve tescil işlemlerini planlama fırsatı sunarken, sürenin aşılması durumunda önemli hak kayıplarına yol açabilmektedir.³³⁵ Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin 2005 tarihli kararında, tasarım hukuku bakımından hoşgörü süresi uygulamasının sınırları açıkça ortaya konmuştur. Kararda davalı adına 13.10.1998 tarihinde tescil edilen tasarımın gerçekte 1992 yılında kamuya sunulduğu tespit edilmiştir. Yargıtay bu durumda başvuru tarihi itibarıyla geriye dönük 12 aylık hoşgörü süresinin aşıldığına vurgu yaparak bu sürenin dolmasının, tasarımın yenilik niteliğini ortadan kaldıracağını belirtmiştir.³³⁶

Moda tasarım süreçleri, genellikle bir yıl öncesinden başlamakta olup, tasarımcılar gelecek sezonlara yönelik çalışmalar yapmaktadırlar. Örnek verecek olursak, 2019 yılında tasarlanan bir ilkbahar/yaz koleksiyonu, genellikle aynı yılın sonbaharında podyumda sergilenmekte olup takip eden yılın bahar aylarında satışa sunulmaktadır. Bu süreç, tasarımcılara tasarımlarını kamuya sunduktan sonra pazardaki etkisini gözlemleyerek ticari başarı potansiyelini değerlendirme fırsatı tanımaktadır.³³⁷ Ancak tasarımlar ilk kamuya sunum tarihinden itibaren 12 ay içinde tescil edilmezse, yenilik kriteri ihlal edilmiş sayılmakta olup tescilli tasarım korumasına ilişkin hukuki koruma kaybedilmektedir. Ancak bu tür tasarımlar üç yıllık tescilsiz tasarım korumasından yararlanabilmektedirler.

Hoşgörü süresi, tasarımcıların haklarını koruma altına almanın yanı sıra, tasarımcı veya onun halefleriyle olan ilişkinin kötüye kullanımı sonucu tasarımın üçüncü kişilerce kamuya sunulması durumunda da yenilik iddiasının korunmasını sağlamaktadır. Örneğin, bir moda tasarımcısının üretim anlaşması yaptığı bir fabrika, tasarımın prototipini izinsiz olarak piyasaya sürerse, asıl tasarımcı 12 ay içinde başvuru yaparak hakkını koruyabilmektedir.³³⁸

Ancak hoşgörü süresi sınırsız bir koruma sağlamamakta olup yalnızca belirli şartlar altında geçerli olmaktadır. Moda endüstrisinde sıkça görülen ortak akımlar ve benzer estetik yaklaşımlar nedeniyle, bazı tasarımlar birbirine benzeyebilmektedir. Eğer farklı bir tasarımcı kötü niyet olmaksızın benzer bir tasarım ortaya koyar ve bunu kamuya sunarsa, hoşgörü süresi içindeki bir önceki tasarımcı yenilik kriterini kaybedebilmektedir.³³⁹ Bu nedenle

³³⁵ SULUK, KARASU, NAL, s.315.

³³⁶ Yargıtay 11. HD. T.14.07.2005, E.2004/10690, K.2005/7696, <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/arama?p=q1YKDI GyUnJOLE71SSxX0IEKdvNRsoquVvIDigYkpqcChcKA AkqGSrG1Ogjh4MwqhJQBQi44NbEoOSOWNLWoEiYdmViUfmRjSWKlgqGhnoKHi55CiJ6hiZ6BuZ6RgYG pioIriDbRNzQwszTOUfAGi%2bqbm1maIUx1zUtMykn1yEzPyAHiktQimNkhRaWpCGXOOUDb3TKLikuQXR1bCwA%3d>.

³³⁷ NURCU, s.60.

³³⁸ ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, Tescilsiz Tasarımların Hukuki Himayesi, Fikri Mülkiyet Hukuku Çalıştayı Bildiriler Kitabı, 2019, Ankara, s.383 (Tescilsiz Tasarımlar).

³³⁹ NURCU, s.60.

TÜRKPATENT, tasarımcıların tasarımlarını kamuya sunmadan önce tescil ettirmelerini önermektedir.³⁴⁰

Bu konuya ilişkin, Puma SE ve Rihanna arasındaki tasarım tescil süreciyle ilgili EUIPO ve Avrupa Genel Mahkemesinin verdiği karar önemli bir örnek teşkil etmektedir. Rihanna, Aralık 2014'te Instagram hesabında Puma logosunun da yer aldığı bir spor ayakkabı tasarımına ilişkin bir görsel paylaşmıştır. Söz konusu paylaşımda, Puma'nın gelecekte piyasaya süreceği bir model olduğu düşünülen bu ayakkabının tanıtımı yapılmış ve bu görsel geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmıştır. Ancak Puma, yaklaşık 15 ay sonra Mart 2016'da tasarım tescili için EUIPO'ya başvuruda bulunmuştur.

EUIPO, tasarımın kamuya sunulma tarihinin Rihanna'nın paylaşımıyla başladığını belirterek Puma'nın tescil başvurusunu reddetmiştir. Nitekim AB mevzuatına göre, hoşgörü süresi içinde yapılmayan tescil başvuruları, tasarımın yenilik unsurunu kaybetmesine neden olarak tescili engellemektedir. Puma, EUIPO'nun bu kararına itiraz ederek, Rihanna'nın paylaşımının ticari bir lansman niteliğinde olmadığını ve hoşgörü süresi kapsamında değerlendirilmemesi gerektiğini ileri sürmüştür. Ancak, Avrupa Genel Mahkemesi 2024 yılında verdiği kararında EUIPO'nun kararını onaylayarak Puma'nın tasarım hakkını kaybettiğini kesinleştirmiştir.³⁴¹

Mahkeme kararında, kamuya sunma kavramının geniş yorumlanması gerektiğini ve tasarım sahibinin niyetinden bağımsız olarak, tasarımın üçüncü kişiler tarafından erişilebilir hale gelmesinin yeterli olduğu belirtilmiştir.³⁴² Bu doğrultuda Rihanna'nın Instagram paylaşımı, tasarımın kamuya sunulması için yeterli bir eylem olarak değerlendirilerek Puma'nın 12 aylık hoşgörü süresini kaçırdığı sonucuna varılmaktadır.

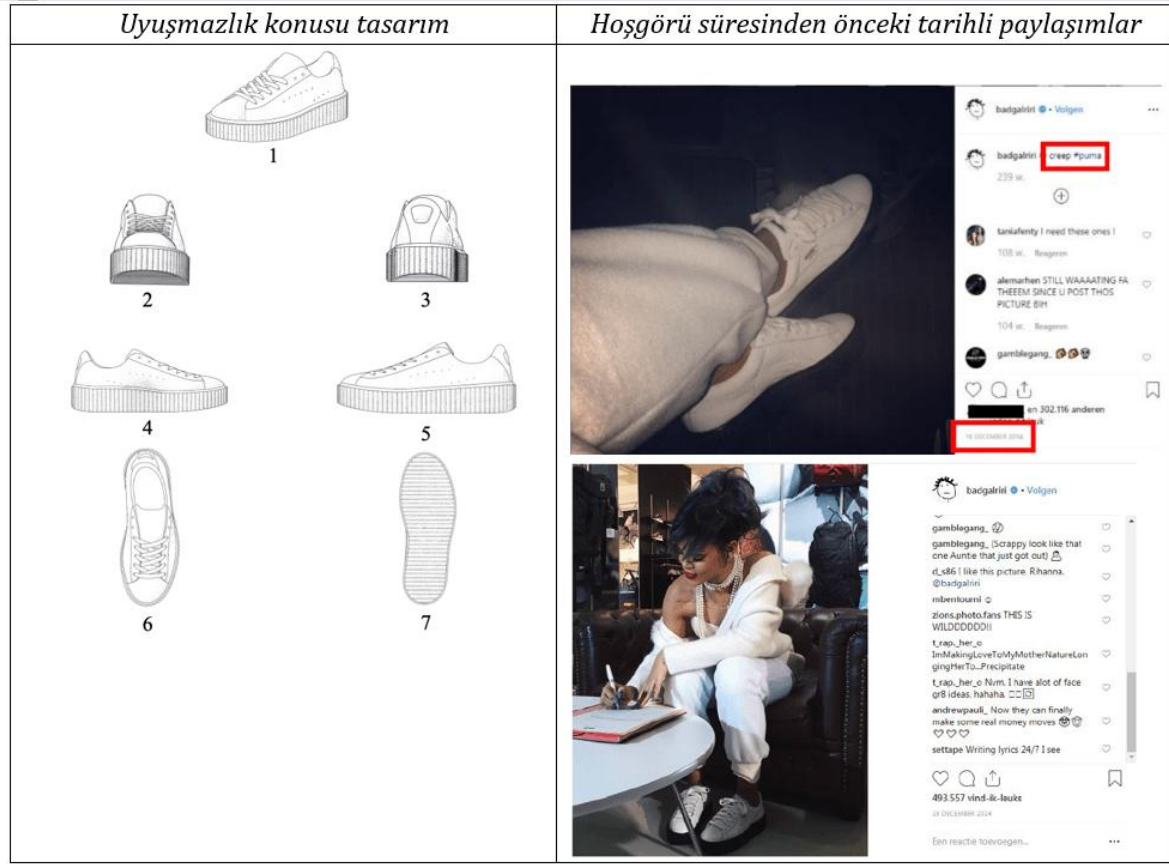
Bu karar, moda sektöründe tasarım tescili süreçlerinin titizlikle yürütülmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Özellikle sosyal medya çağında, tasarım sahiplerinin tasarımlarını kamuya tanıtırken hukuki riskleri göz önünde bulundurmaları ve tescil başvurularını stratejik olarak yönetmeleri gerekmektedir. Rihanna- Puma kararı, tasarım sahiplerinin yalnızca geleneksel yollarla değil, dijital platformlarda yapılan paylaşımlar yoluyla da tasarımlarını kamuya sunmuş sayılabileceklerini ve hoşgörü süresini aşmaları halinde önemli hak kayıpları yaşayabileceklerini gösteren bir emsal niteliği taşımaktadır.

³⁴⁰ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.13.

³⁴¹ <https://iprgezgini.org/2024/04/02/tasarimlarda-hosgoru-suresine-dair-genel-mahkemenin-puma-ayakkabilar-ve-rihannanin-instagram-paylasimlari-karari/> (Erişim Tarihi: 03.03.2025).

³⁴² T-647/22 Davası, 6 Mart 2024.

Görsel 15: Rihanna vs Puma SE Uyuşmazlığa Konu Instagram Paylaşımı ve Ayakkabı



Kaynak: iprgezgini.org

2.3.5. Tasarım Koruması Dışında Kalan Durumlar

Tasarım hakkı, sahibine tasarımı için mutlak bir koruma imkânı tanısa da her tasarım mutlak surette hukuki korumadan yararlanamamaktadır. Kanun koyucu, toplumun genel çıkarlarını, kamu düzenini ve etik değerleri gözeterek bazı tasarımların koruma kapsamı dışında bırakılmasını öngörmektedir.

SMK'nın 58/4. maddesi uyarınca; kamu düzenine ve genel ahlaka aykırı tasarımlar, yalnızca teknik zorunluluklardan doğan biçimsel özellikler taşıyan tasarımlar, tasarımın kullanıldığı veya uygulandığı ürünün, başka bir ürüne mekanik olarak monte edilmesi veya bağlanması için belirli biçim ve boyutlarda üretilmesi zorunlu ürünlerin görünüm özellikleri ve Paris Sözleşmesi'nin 2. mükerrer 6. maddesinde belirtilen unsurları içeren tasarımlar hukuki korumadan yararlanamamaktadır.

2.3.5.1. Kamu Düzenine ve Genel Ahlaka Aykırı Durumlar

SMK'nın 58/4-a ve 64/6-b hükümlerinde bahsedildiği üzere, kamu düzenine ve genel ahlaka aykırı tasarımlar hukuki korumadan faydalanamamakta olup bu tür tasarımlara yönelik tescil talepleri daha başvuru aşamasında reddedilmektedir. TÜRKPATENT tarafından yayımlanan Tasarım İnceleme Kılavuzunda kamu düzenine aykırı tasarımlar, cinsiyet, ırk, etnik köken veya dini inançlara dayalı ayrımcılığı teşvik eden; şiddet, terör örgütleri, sahtecilik, yasa dışı suçlar gibi unsurlar içeren tasarımlar olarak tanımlanmaktadır. Bu tür tasarımların, toplumsal huzuru bozma potansiyeli taşıdığı gerekçesiyle, hukuki koruma kapsamı dışında bırakılması öngörülmektedir³⁴³. Terör örgütlerine ait amblemler, bayraklar veya propaganda içeren tasarımlar TÜRKPATENT tarafından kamu düzenine aykırı bulunarak reddedilmektedir.

Kamu düzenine ve genel ahlaka aykırılık, her zaman bir tasarımın bütünüyle ilgili olmayabilmektedir. Bazı durumlarda yalnızca belirli bir unsur veya motif, SMK'nın 64. maddesinin 7. fıkrası uyarınca, kamu düzenine veya genel ahlaka aykırı kabul edilmektedir. Bu gibi durumlarda TÜRKPATENT, tasarımın tamamını reddetmek yerine kısmi ret kararı verebilmektedir. Bu sayede tasarımın hukuka aykırı unsurları koruma dışı bırakılırken, geri kalan kısımları tescil ettirilebilmektedir. Ancak tasarımın geri kalan kısmının korunabilmesi için iki temel koşul aranmaktadır. Bunlardan ilki, kısmi ret sonrası tasarımın kalan bölümü, yenilik ve ayırt edicilik gibi hukuki kriterleri taşımaya devam etmesi olup ikincisi ise, tasarımın, aykırı unsurlar çıkarıldığında orijinal estetik ve yapısal bütünlüğünü korumasıdır. Eğer ki, aykırı unsurlar çıkarıldığında tasarımın temel karakteristik özellikleri tamamen kayboluyorsa, başvuru bütünüyle reddedilmektedir.³⁴⁴

Yargıtay, bir kararında Arap harfleriyle yazılmış "besmele" ibaresinden oluşan kolye tasarımının tesciline ilişkin değerlendirmede bulunmuş ve bu tasarımın sınai mülkiyet korumasından yararlanamayacağına hükmetmiştir. Yerel mahkemece verilen ve Yargıtay tarafından onanan bu kararda, söz konusu tasarımın kolye biçiminde somutlaşan bir takı tasarımı olmakla birlikte, esasında İslam dünyası için büyük manevi anlam taşıyan "besmele" ibaresinin kullanılmasıyla oluşturulduğu belirtilmiştir. Kararda, "besmele"nin yazımında kullanılan biçimsel farklılıkların genel izlenim bakımından esaslı bir değişiklik yaratmasının mümkün olmadığı, dolayısıyla bu ibarenin tasarım olarak tescil edilmesinin dinî bir sembol

³⁴³ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.14.

³⁴⁴ NURCU, s.54.

üzerinde tekelleşmeye yol açacağı ve kamu vicdanında ciddi rahatsızlık uyandıracağı gerekçeleriyle bu tür bir tasarımın korunamayacağı ifade edilmiştir.³⁴⁵

2.3.5.2. Teknik Fonksiyonun Zorunlu Olarak Tasarımı Şekillendirmesi

Tasarım hukukunun temel amacı, estetik ve görsel yeniliği korumaktır. SMK'nın 58/4-b hükmü uyarınca “ürünün teknik fonksiyonunun zorunlu kıldığı görünüm özellikleri” tasarım koruması kapsamının dışında kalmaktadır.³⁴⁶ Teknik çözümler ise patent ve faydalı modelin konusunu oluşturmaktadır. Böylece, teknik alanların toplum yararına açık kalması ve yeniliklerin yaygın biçimde kullanılabilirliğinin sağlanması hedeflenmektedir.³⁴⁷

Örnek verecek olursak, bir gözlük çerçevesinin burun üzerine oturmasını sağlayan köprü kısmı, teknik bir gereklilik olup tasarım korumasına konu olamamaktadır. Ancak, çerçevenin formu veya süsleme detayları teknik bir zorunluluktan kaynaklanmadığı sürece korunabilmektedir. Aynı şekilde bir gömleğin iki kollu olması, insan anatomisine uyum sağlamak amacıyla tasarlandığından teknik bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir. Fakat gömleğin kesimi, kumaş dokusu ve süsleme detayları gibi unsurlar tasarımcının estetik tercihlerine dayandığı için koruma kapsamına alınabilmektedir.

Bir tasarımın tamamen teknik fonksiyon nedeniyle mi yoksa tasarımcının estetik ve yaratıcı tercihleri doğrultusunda mı şekillendiğini belirlemenin en önemli kriterlerinden biri tasarımcıya sunulan seçenek özgürlüğüdür. Eğer bir işlevi yerine getirmek için tek bir tasarım şekli zorunluysa ve bu tasarım başkaca yaratıcı alternatifler içermiyorsa koruma sağlanamamaktadır. Ancak aynı işlevi yerine getiren birden fazla tasarım alternatifi mevcutsa, bu durumda tasarım korumasından faydalanmak mümkün hale gelmektedir.³⁴⁸

Bir tasarımın yalnızca teknik işlevi yerine getiriyor olması, direkt tasarım hukuku koruması dışında kaldığı anlamına gelmemektedir. Önemli olan yukarıda da yer verdiğimiz üzere, tasarımın fonksiyonel zorunluluklar nedeniyle mi şekillendiği yoksa tasarımcının estetik tercihleri doğrultusunda mı oluşturulduğudur. Bir ürünün hem işlevselliği hem de görsel

³⁴⁵ Yargıtay 11. HD., E.2016/4085, K. 2017/6443, T. 22.11.2027, <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/11-hukuk-dairesi-e-2016-4085-k-2017-6443-t-22-11-2017> (Erişim Tarihi: 26.07.2025).

³⁴⁶ KARAHAHAN, s.362.

³⁴⁷ POLATER, Salih, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'na Göre Teknik Fonksiyonun Zorunlu Kıldığı Tasarımların Koruma Kapsamı Dışında Kalması, Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Araştırmalar ve Değerlendirmeler Cilt 1, Ankara, Gece Kitaplığı, 2021, s.426.

³⁴⁸ AYHAN, ÇAĞLAR, YILDIZ, İMİRLİOĞLU, s.182.

farklılığı mevcutsa, kümülatif koruma ilkesi gereğince hem tasarım hukuku hem de patent hukuku kapsamında değerlendirilebilmektedir.³⁴⁹

TÜRKPATENT, tasarım başvurularının incelenmesi sürecinde, tasarımın teknik fonksiyona hizmet edip etmediğini de değerlendirmektedir. Bir tasarımcı, tasarımını oluştururken estetik kaygıları ön planda tutmuşsa, tasarımın sadece işlevsellikten kaynaklanmadığı ve tasarım korumasından yararlanılabileceği kabul edilmektedir.³⁵⁰ Özellikle moda tasarımlarında, giyim ürünlerinin yalnızca temel işlevlerini yerine getirmesi için sahip olduğu unsurlar koruma kapsamında değerlendirilmezken, estetik veya süsleme amaçlı eklenen detaylar tasarım hukuku çerçevesinde korunabilmektedir.

6/2002 sayılı Topluluk Tasarım Tüzüğü'nün 8/1. maddesinde açıkça *“Topluluk tasarımı koruması, bir ürünün yalnızca teknik fonksiyonu tarafından belirlenen görünüm özelliklerini kapsamaz.”* hükmüne yer verilmiştir. Bu yaklaşım gereğince, bir ürünün teknik fonksiyonunun zorunlu kıldığı görsel özellikler, tasarım koruması kapsamı dışında tutulmaktadır. Eğer teknik fonksiyon, ürünün tüm esaslı unsurlarını belirliyorsa, ürünün bütünü tasarım koruması dışında kalmakta; teknik zorunluluk yalnızca belirli görünüm unsurlarında etkiliyse, sadece bu unsurlar koruma dışı bırakılmaktadır. Dolayısıyla bir ürünün hangi görsel unsurlarının salt teknik zorunluluktan kaynaklandığı ve tasarımcının ne ölçüde estetik tercih kullanabildiği her somut olay için titizlikle tespit edilmelidir.³⁵¹

Örnek vermek gerekirse, bir kemerin pantolonu belde tutma işlevi, teknik bir gereklilik olup, yalnızca bu amaca hizmet eden bir kemer tasarımının koruma altına alınması mümkün gözükmemektedir. Ancak kemerin dokusu, tokasının biçimi veya kullanılan desenler tasarımcının estetik seçimlerine bağlı olduğundan bu unsurlar korunabilmektedir. Benzer şekilde, dar kesim bir pantolonun esnek bir kumaştan üretilmesi, tüketicinin hareket kabiliyetini arttırmak için teknik bir gereklilik olabilmektedir. Ancak pantolonun ceplerinin yerleşimi, dikiş detayları, süslemeleri ve belirli estetik unsurları, teknik zorunluluktan bağımsız olarak tasarlandığı sürece tasarım korumasından yararlanabilecektir.

2.3.5.3. Belirli Bir Biçim ve Boyutta Üretilme Zorunluluğu

SMK'nın 58/4-c hükmü uyarınca, bir tasarımın, başka bir ürüne mekanik olarak monte edilmesi veya bağlanması için belirli bir biçim ve boyutta üretilmesi zorunluluğu varsa, bu tür

³⁴⁹ SULUK, KARASU, NAL, s.316.

³⁵⁰ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.15.

³⁵¹ POLATER, s.432 (Teknik).

tasarımların görünüm özellikleri tasarım korumasından yararlanamamaktadır.³⁵² Koruma dışı bırakılmalarının temel sebebi, bu tasarımların tamamen teknik gerekliliklerden kaynaklanması ve alternatif bir biçimde üretilmemeleridir. Bu tür ürünlerde görünümün tamamen işlevsel zorunluluklar nedeniyle şekillendiği kabul edilmektedir. Tornavida uçları, yazıcı kartuşları veya ampul duyları bu kapsamda değerlendirilen endüstriyel ürünlere örnektir.

Moda sektöründe de bazı tasarımların belirli biçim ve boyutlarda üretilme zorunluluğu söz konusu olabilmektedir. Ancak burada önemli olan, hangi unsurun salt teknik fonksiyon nedeniyle bu zorunluluğu taşıdığıdır. Örnek vermek gerekirse bir çanta kulpu veya saat kayışı, genel olarak tasarım korumasından yararlanabilmektedir. Ancak çanta kulpunun çantaya monte edilmesi için zorunlu olarak biçimlenen bağlantı kısmı veya saat kayışının saate takılabilmesi için teknik olarak belirli bir şekilde tasarlanması gereken parçası, yalnızca teknik fonksiyonun gereği olarak ortaya çıktığı için tasarım koruması dışında kalmaktadır.

2.3.5.4. Paris Sözleşmesi 2. Mükerrer 6. Maddesindeki Unsurları İçeren Tasarımlar

Türkiye'nin taraf olduğu Paris Sözleşmesi'nin 2. mükerrer 6. maddesi, hükümlerlik alametleri ile bu kapsam dışında kalan; ancak, kamuyu ilgilendiren, dinî, tarihî ve kültürel değerler bakımından halka mal olmuş ve ilgili mercilerin tescil izni vermediği işaretlerin, armaların, nişanların veya adlandırmaların uygunsuz kullanımını içeren tasarımların tescil edilmesini yasaklamaktadır.³⁵³

Ancak tasarımcının yaratıcı katkısının bulunduğu ve doğrudan birebir kopya niteliği taşımayan tasarımlar korunabilmektedir. Örnek verecek olursak, Türk Bayrağı'ndan esinlenerek oluşturulan ancak doğrudan ay-yıldız kullanılmayan grafiksel düzenlemeler, tasarım korumasına konu olabilmektedir. Benzer şekilde, bir ülkenin bayrağını doğrudan kopyalayamayan ancak renklerinden ve şekillerinden ilham alan tasarımlar da tescile konu edilebilmektedir. Bununla birlikte dini, tarihi ve kültürel değerler bakımından halka mal olmuş sembollerin ana unsur olarak kullanıldığı tasarımlar da tasarım koruması dışında bırakılmaktadır. Örnek vermek gerekirse; Ayasofya, Efes Antik Kenti veya Göbeklitepe gibi tarihi yapıların silüetlerinin birebir kullanılması, kamusal mirasa ait olması sebebiyle tescil edilememektedir.³⁵⁴

³⁵² SULUK, KARASU, NAL, s.316.

³⁵³ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.18.

³⁵⁴ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.19.

2.3.6. Hak Sahipliği

SMK'nın 59. maddesi uyarınca, tasarım hakkı münhasıran tasarım sahibine aittir. Bu hüküm, tasarımın yaratılmasına ilişkin fikri emeğin korunmasını ve tasarımcının haklarının güvence altına alınmasını amaçlamaktadır. Hukuki açıdan bir tasarımın sahibi, onu meydana getiren kişi olarak kabul edilmektedir. Ancak tasarımın somutlaştırılması sürecinde yalnızca fiziken ortaya koyan kişinin hak sahibi olacağı yönünde bir sorumluluk bulunmamaktadır. Tasarım fikrinin oluşturulması ile bu fikrin fiziksel bir forma dönüştürülmesi süreçleri birbirinden ayrıdır ve bu ayrım hak sahipliği belirlenirken dikkate alınmaktadır.³⁵⁵

Moda sektöründe, tasarım süreci genellikle kolektif bir çalışmanın ürünü olabilmektedir. Bu çerçevede, bir kişi özgün bir tasarım fikri geliştirirken, teknik bilgi ve beceriye sahip bir tasarımcı veya dijital modelleme uzmanı tarafından bu fikri somut hale getirebilmektedir. Ancak uygulamada taraflar arasındaki sözleşmeler, tasarımın ticari kullanım amacı, tasarımın işveren- çalışan ilişkisi içinde ortaya çıkıp çıkmadığı gibi hususlar dikkate alınarak hak sahipliği belirlenmektedir. Özellikle tasarımcılar ile markalar arasında yapılan sözleşmeler, hak sahipliği konusunda belirleyici nitelikte olup, olası uyuşmazlıkların önlenmesi bakımından büyük önem taşımaktadır.

Tasarımcı yalnızca gerçek kişi olabilir. Ancak tüzel kişiler tasarım üzerinde hak sahibi olabilmektedir.³⁵⁶ Örnek verecek olursak; Chanel, Gucci, Louis Vuitton gibi büyük moda evleri, koleksiyonlarını oluşturan tasarımcıların bireysel haklarını değil kendi kurumsal firmalarının haklarını öne çıkarmaktadır. Moda evleri, bünyelerinde çalışan tasarımcıların yarattığı eserler üzerinde hak iddia edebilmektedirler. Bu durumda tasarım hakkı, tasarımcının kendisinde değil işverende olmaktadır.

Birden fazla tasarımcı tarafından oluşturulan tasarımlar söz konusu olduğunda, hak sahipliği taraflar arasındaki anlaşmaya bağlı olmaktadır. Eğer özel bir sözleşme yoksa, TMK'nin paylı mülkiyete ilişkin hükümleri uygulanmaktadır.³⁵⁷ Bu durumda, tasarım sahipleri kendi payları üzerinde tasarrufta bulunabilmektedirler. Diğer hak sahiplerine bildirimde bulunarak tasarımı kullanabilir ve hukuka aykırı kullanım halinde bireysel olarak dava açma hakkına sahiptirler. Ancak dava açılması halinde diğer hak sahiplerine bir ay içinde ihbarda bulunulması gerekmektedir.³⁵⁸

³⁵⁵ ERDİL, Engin, Fikri Mülkiyet Hukuku Ders Kitabı, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 202, s. 426.

³⁵⁶ SULUK, KARASU, NAL, s.318.

³⁵⁷ TEKİNALP, s.691.

³⁵⁸ SULUK, KARASU, NAL, s.319.

SMK'nın 61. maddesinin 10. fıkrası uyarınca, tasarımcı, isminin başvuruda belirtilmemesi durumunda, sonradan tasarımcı olarak tanınmasını talep etme hakkına sahiptir. Ancak tasarımcı, isminin gizli tutulmasını da isteyebilme hakkına sahiptir. Bu talep doğrultusunda ismi sicilde yer almaz. Birden fazla tasarımcının bulunduğu durumlarda, isminin açıklanmasını istemeyen tasarımcıların kimlikleri saklı tutulmaktadır.³⁵⁹

2.3.6.1. Çalışanların Tasarımları

İş sözleşmesi kapsamında çalışan tasarımcıların meydana getirdiği moda tasarımları üzerindeki hak sahipliği, SMK'nın 73 ve 74. maddelerinde düzenlenmektedir. Buna göre, bir iş sözleşmesi kapsamında çalışan ve işverenin yönlendirmesiyle tasarım geliştiren moda tasarımcılarının ürettiği tasarımlar, aksi bir sözleşme bulunmadıkça, doğrudan işverene ait olacaktır (SMK m.73/1). İşveren, iş yerinde gerçekleştirilen tasarım faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan ürünlerin ekonomik riskini taşıyan taraf olduğundan tasarım korumasının sahibi işveren olmaktadır.³⁶⁰

Moda tasarımlarında hak sahipliği, tasarımcının hukuki statüsüne ve tasarımın yaratılma sürecine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Moda endüstrisinin dinamik yapısı, koleksiyonların hızla değişmesini ve tasarım süreçlerinin çoğu zaman ekip çalışmasına dayanmasını gerektirmektedir. Bu nedenle, tasarımın ortaya çıkış biçimi ve tasarımcı ile işveren arasındaki hukuki ilişki, tasarım hakkının kime ait olduğunu belirleyen en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. SMK; iş sözleşmesi kapsamında çalışan tasarımcılar, bağımsız (freelance) tasarımcılar ve akademik çevrede geliştirilen tasarımlar bakımından farklı hükümler öngörerek, hak sahipliği konusunda çeşitli düzenlemeler getirmiştir.

SMK'nın 73. maddesi 1. fıkrasına göre, iş sözleşmesi kapsamında çalışan tasarımcının geliştirdiği moda tasarımlarının hak sahibi kural olarak işverendir.³⁶¹ Moda evleri, büyük markalar ve atölyeler bünyesinde çalışan tasarımcılar, hizmet sözleşmeleri doğrultusunda işverene bağlı olarak faaliyet göstermektedirler. Tasarımcı tarafından geliştirilen fikir, her ne kadar yaratıcı sürecin bir parçası olarak ortaya çıksa da işverenin yönlendirmesi ve mali kaynak sağlaması nedeniyle, tasarım hakkı işverene ait olmaktadır. Bunun temel gerekçesi, işverenin tasarımının geliştirilmesine yönelik tüm mali ve ticari riskleri üstlenmesi ve çalışan tasarımcının emeğinin karşılığını maaş olarak almasıdır.³⁶² Bu doğrultuda, iş sözleşmesi

³⁵⁹ AYHAN, ÇAĞLAR, YILDIZ, İMİRLİOĞLU, s.184.

³⁶⁰ ERDİL, s.423.

³⁶¹ SULUK, KARASU, NAL, s.320

³⁶² SULUK, KARASU, NAL, s.320.

kapsamında çalışan bir moda tasarımcısı, aksi yönde bir sözleşme bulunmadıkça oluşturduğu tasarımlar üzerinde hak iddia edememektedir.

Öte yandan SMK'nın 73. maddesi 2. fıkrası uyarınca, çalışan tarafından iş yerindeki genel bilgi ve kaynaklardan faydalanılarak geliştirilen bir tasarımın hak sahibi, talep etmesi halinde işveren olabilecektir. Ancak bu durumda tasarımcıya, mahkeme tarafından belirlenecek bir bedelin ödenmesi gerekmektedir. Bu hüküm, çalışan tasarımcıların yaratıcı katkılarının tamamen göz ardı edilmemesi amacıyla öngörülmüştür. Ancak iş sözleşmesi gereği, doğrudan işverene ait olan tasarımlar için tasarımcı herhangi bir ek bedel talep edememektedir.³⁶³

Bağımsız (freelance) tasarımlar bakımından ise farklı bir hukuki rejim uygulanmaktadır. TBK'nın 470. maddesi uyarınca, bağımsız çalışan bir moda tasarımcısı ile işveren veya müşteri arasında eser sözleşmesi ilişkisi bulunmaktadır. Bu bağlamda, bağımsız tasarımcı, belirli bir koleksiyon veya model tasarlamak amacıyla işveren ile geçici veya proje bazlı çalışmaktadır. Ancak tasarımın fikri mülkiyet hakları, eser sözleşmesi kapsamında iş sahibine devredilmektedir. TBK'nın 477. maddesine göre, eser sözleşmesi gereğince ortaya çıkan tasarımlar üzerindeki haklar, tasarımcıya değil, siparişi geçen firmaya ait olmaktadır. Bağımsız tasarımcılar, büyük moda evleri tarafından sıklıkla tercih edilmekte olup, sezonluk koleksiyonların tasarlanmasında önemli bir oynamaktadırlar.³⁶⁴

Öğretim elemanlarınca geliştirilen tasarımlar bakımından ise, SMK'nın 73. maddesinin 3. fıkrası uyarınca çalışan tasarımcılar ile benzer bir düzenleme öngörülmektedir. 554 sayılı KHK döneminde akademisyenlerin geliştirdiği tasarımlar üzerindeki hakların doğrudan öğretim elemanlarına ait olduğu kabul edilmekteyken³⁶⁵ SMK ile bu uygulama terk edilerek, yükseköğretim kurumlarında geliştirilen tasarımların hak sahipliğinin ilgili kuruma ait olacağı düzenlenmiştir. Bununla birlikte, öğretim elemanlarına elde edilen gelirin en az %50'sinin ödenmesi şart koşulmaktadır.³⁶⁶

2.3.6.2. Hakkın Sınırları

Kanun koyucu, tasarım hakkının mutlak ve sınırsız bir yetki sağlamadığını belirterek, hangi durumlarda bu hakkın ileri sürülemeyeceğini açıkça düzenlemiştir. SMK'nın 59.

³⁶³ ERDİL, s.423.

³⁶⁴ NURCU, s.57.

³⁶⁵ TEKİNALP, s.693.

³⁶⁶ POLATER, Salih, Yüksek Öğretim Kurumlarında Meydana Getirilen Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Hak Sahipliği, Ankara, Adalet Yayınları, 2019, s.130.

maddesinin 3. fıkrası uyarınca, belirli koşullar altında üçüncü kişilerin tasarım hakkını ihlal etmeden ilgili tasarımı kullanabilmesine imkân tanınmaktadır.³⁶⁷

Tasarım hakkının sınırlarını oluşturan başlıca istisnalar şunlardır; ticari amaç taşımayan özel kullanımlar, deneme amaçlı fiiller, ticari uygulamada dürüstlük kuralları ile bağdaşan ve tasarımın normal kullanımını gereksiz şekilde tehlikeye atmayan, eğitim veya referans amaçlı çoğaltmalar, Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde bulunan yabancı deniz veya hava taşıt araçlarındaki ekipman, bu araçların onarımı için kullanılmak üzere ithal edilen yedek parça ve aksesuarlar ile bu araçların onarım fiilleri ve birleşik ürünün görünümüne bağımlı (must match) parçaların, tasarımın piyasaya sürülmesinden itibaren 3 yıl sonra kullanılması.³⁶⁸

Örneklerle somutlaştıracak olursak, bir moda öğrencisinin eğitim kapsamında ünlü bir tasarımcının eserine benzer bir tasarım meydana getirmesi, ya da bir moda tasarım kursunda öğrencilerin belirli bir döneme ait popüler kıyafet stilini yeniden üretmeye yönelik uygulamalı çalışmalar yapması hukuka uygun kabul edilmektedir.

Tasarım sahipleri, haklarının sınırlarını doğru şekilde analiz ettiklerinde, tasarımlarından en yüksek düzeyde fayda sağlayabilmektedirler. Bir tasarımın korunması yalnızca hukuki yaptırımlarla değil, aynı zamanda toplumla uyumlu bir pazarlama ve marka stratejisiyle de mümkün kılınmaktadır. Tasarım sahibinin, bireysel kullanım, akademik araştırmalar ve eğitim amaçlı üretimleri engellemek yerine teşvik etmesi uzun vadede marka bilinirliği ve tasarımın popülerleşmesi açısından önemli bir avantaj sağlayacaktır.³⁶⁹

2.3.7. Tasarımların Tescili

Moda tasarımlarının tescil edilmesi, tasarım sahibine uzun vadeli bir hukuki koruma sağlayarak, fikri mülkiyet haklarını güvence altına almaktadır. Tasarım tescili, zorunlu bir işlem olmamakla birlikte, tescilsiz tasarımlar yalnızca sınırlı bir korumadan yararlanabilmektedir. Geçici moda akımları bakımından tescilsiz koruma yeterli olabiliyorken, büyük yatırımlar yapılan ve markayla özdeşleşmiş tasarımlar için tescil işlemi hayati önem taşımaktadır. Özellikle büyük moda markaları, koleksiyonlarının ticari değerini koruyabilmek ve taklit edilmesini önleyebilmek adına, belirli tasarımlarını tescil ettirme yoluna gitmektedir.

Bir tasarımın hukuki korumadan yararlanabilmesi için, TÜRKPATENT nezdinde usulüne uygun bir şekilde tescil başvurusunun yapılmış olması gerekmektedir. Başvurular, ilgili

³⁶⁷ AYHAN, ÇAĞLAR, YILDIZ, İMİRLİOĞLU, s.186.

³⁶⁸ SULUK, KARASU, NAL, s.310.

³⁶⁹ NURCU, s.64.

mevzuat kapsamında incelenmekte olup, yenilik ve ayırt edicilik şartlarını taşıyan tasarımlar, Tasarım Bülteni’nde yayımlanarak kamuya duyurulmaktadır. SMK’nın 64. maddesi 3. fıkrasına göre, tasarım tescilinin kesinleşmesiyle birlikte koruma, başvuru tarihinden itibaren geriye dönük olarak etki doğurmaktadır.³⁷⁰

Moda sektöründe gerek yerli gerekse yabancı markalar Türkiye’de tasarım tescili yoluna gitmektedir. Örnek verecek olursak, Adil Işık Hazır Giyim Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi, 2009 yılından itibaren her sezon belirli tasarımlarını TÜRKPATENT nezdinde tescil ettirerek koleksiyonlarını koruma altına almıştır.³⁷¹ Bunun yanı sıra, uluslararası moda devleri de Türkiye pazarında marka kimliklerini koruyabilmek ve tasarımlarının izinsiz kullanımını engelleyebilmek için tescil başvurusunda bulunmaktadırlar. Moda sektöründeki küresel rekabet göz önüne alındığında, tasarımcılar sadece yerel pazarda değil, farklı ülkelerde de tescil işlemlerine yönelmekte olup tasarımlarına uluslararası düzeyde hukuki güvence sağlamaktadırlar.

Tasarım tescili sürecinde dikkate alınan bir diğer önemli husus rüçhan hakkıdır. Bu hak, tasarım sahiplerine rüçhan süresi olarak kabul edilen altı ay içinde başka ülkelerde tescil başvurusu yapmaları halinde, ilk başvurunun yapıldığı tarihi esas alma imkânı tanımaktadır.³⁷² Paris Sözleşmesi’nin 4. maddesi, rüçhan hakkından yararlanabilecek kişileri; sözleşmeye taraf ülkelerden birinde ikamet eden, işyeri bulunan veya vatandaşlık bağı olan gerçek ve tüzel kişiler ile bunların halefleri olarak belirlemiştir. Ayrıca, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üyesi ülkelerde bulunan kişiler de bu haktan yararlanabilmektedirler.³⁷³

Bu düzenleme moda sektöründe hızla değişen tasarımlar bakımından büyük önem taşımaktadır. Özellikle uluslararası arenada rekabet eden moda tasarımcıları için, tasarımlarının başka ülkelerde yetkisiz kişilerce tescil edilmesini önleme açısından kritik bir avantaj sunmaktadır. Başka bir ülkede usulüne uygun olarak tescil edilen bir tasarım altı ay içinde Türkiye’de de başvuru yapılması halinde, yenilik ve ayırt edicilik kriterleri bakımından korunmakta olup ilk başvuru tarihi esas alınmaktadır.³⁷⁴

Türkiye’de bir tasarım başvurusu yapıldıktan sonra, ilgili tasarımın başka ülkelerde de istenmesi halinde, TÜRKPATENT tarafından “Rüçhan Hakkı Belgesi” düzenlenebilmektedir. Bu belge, tasarım sahibinin diğer ülkelerde yapacağı başvurularda öncelik hakkını

³⁷⁰ AYHAN, ÇAĞLAR, YILDIZ, İMİRLİOĞLU, s.187.

³⁷¹ NURCU, s.68.

³⁷² AYHAN, ÇAĞLAR, YILDIZ, İMİRLİOĞLU, s.187.

³⁷³ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.62.

³⁷⁴ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.62.

ispatlamasına olanak tanımakta olup tasarımcıya uluslararası bir hukuki güvence sağlamaktadır.³⁷⁵

Tasarım tescil süreci, SMK'nın 6 vd. maddelerinde ve Sınai Mülkiyet Kanunu'nun Uygulanmasına Dair Yönetmelik³⁷⁶'in 12 vd. maddelerinde ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Bu kapsamda; başvurunun yapılması, incelenmesi, tescil süreci ve olası itirazlar tasarım sahiplerinin dikkatle takip etmesi gereken aşamalardır.

2.3.7.1. Tescil Başvurusu

Türkiye'de tasarım tescil işlemleri TÜRKPATENT tarafından yürütülmektedir. SMK'nın 3. maddesi uyarınca, Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası sözleşmeler ve karşılıklılık ilkesi gereği, yabancı ve gerçek tüzel kişiler de TÜRKPATENT nezdinde tasarım tescili talebinde bulunabilmektedirler. Ancak tescilsiz tasarımların kaydına ilişkin olarak TÜRKPATENT'nin herhangi bir görevi bulunmamaktadır.

Tescil başvurusu; bizzat, posta yoluyla veya elektronik ortamda yapılabilmektedir. Başvurunun usulüne uygun şekilde tamamlanabilmesi için SMK'nın 61. maddesi çerçevesinde belirlenen bilgi ve belgelerin eksiksiz sunulması gerekmektedir. Bunlar arasında başvuru sahibinin kimlik ve iletişim bilgileri, tasarımın görselliğini yansıtan resim, çizim veya fotoğraflar, tasarımcının kimlik bilgileri, tasarımın uygulandığı ürünün sınıfı, varsa rüçhan hakkı veya yayım erteleme talepleri, tescil isteme hakkının tasarımcıdan nasıl alındığını gösteren belgeler ve başvuru ücretinin ödendiğine dair dekont bulunmaktadır.³⁷⁷ Yönetmeliğin 12. maddesi uyarınca tescil ücretine ilişkin bilginin, Kurum tarafından verilen iki aylık süre içinde sunulması zorunludur. Eğer tescil ücretinin eksik ödendiği tespit edilirse, başvuru sahibine eksik ödemenin tamamlanabilmesi için bir aylık ek süre tanınmaktadır. Bu süreler içinde ödemenin yapılmaması veya eksikliğin giderilmemesi halinde başvuru işleminden kaldırılmakta olup talep üzerine alınan ücret iade edilmektedir.³⁷⁸

Tasarımın görsel anlatımı, tescil sürecinde kritik bir öneme sahiptir. TÜRKPATENT Tasarım Başvuru Kılavuzu'nda da belirtildiği üzere, başvuruda sunulan görsellerin tasarımın koruma kapsamını açıkça ortaya koyması gerekmektedir. Özellikle moda tasarımlarında, tasarım dışında kalan unsurların görsellere dahil edilmesi koruma sınırlarını belirsizleştireceğinden sakıncalı bulunmaktadır. Örnek verecek olursak, bir kıyafet tasarımının

³⁷⁵ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.62.

³⁷⁶ RG.24.04.2017/30047.

³⁷⁷ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.22.

³⁷⁸ ERDİL, s.434.

cansız bir manken üzerinde sunulması halinde, mankenin tasarıma dahil olmayan kısımlarının görselden çıkarılması gerekmektedir.³⁷⁹ Eğer tasarım bir kumaş deseni veya tekstil tasarımı ise, bu tasarımın doğrudan kumaşın yüzeyi üzerinde gösterilmesi, ancak kıyafet formunda sunulmaması önerilmektedir. Bununla birlikte, iki boyutlu tasarımlar için yayım erteleme talebi sunulması durumunda, görsel anlatım yerine ürün örneği ile başvuru yapılabilir. Başvuruda belirli bir tasarım unsurunun korunması istenmiyorsa, bu unsurların çizimlerde noktalı veya kesikli çizgilerle belirtilmesi, fotoğraflarla sunulan görsel anlatımlarda ise koruma talep edilen kısımların açık bir şekilde işaretlenmesi gerekmektedir.³⁸⁰

Moda tasarımlarının tescil sürecinde, koruma kapsamının açık ve net bir şekilde belirlenmesi, ileride doğabilecek hukuki ihtilafları önlemek bakımından büyük önem taşımaktadır. TÜRKPATENT tarafından yürütülen tescil inceleme sürecinde, başvurunun değerlendirilmesini sağlayan temel unsurlardan biri, tasarımın görsel sunumudur. Ancak bazı durumlarda tescil talebinde bulunan tasarımın tamamı değil, yalnızca belirli bölümleri koruma altına alınmak istenebilmektedir. Bu gibi durumlarda; kesik çizgiler, renkli gölgelendirme, bulanıklaştırma veya çizgisel sınırlandırma gibi görsel anlatım teknikleri kullanılmaktadır.³⁸¹

TÜRKPATENT'e yapılan tasarım tescil başvuruları, iki aşamalı bir inceleme sürecinden geçmektedir. Şekli inceleme aşamasında, başvurunun usule uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadığı kontrol edilmekteyken; şekli inceleme aşamasını geçip içerik incelemesi sürecine alınan ürünlerde ayırt edicilik niteliklerinin taşınıp taşınmadığına bakılmaktadır.³⁸² Bu süreçte tasarımcıların en sık karşılaştığı sorunlardan biri, başvuruda kullanılan görsel anlatım tekniklerinin hatalı veya eksik uygulanmasıdır. Özellikle moda tasarımlarında, tasarımın canlı manken üzerinde sunulması veya tasarım dışı unsurların başvuru görsellerine dahil edilmesi, tescil kapsamının belirsiz hale gelmesine neden olabilmektedir.

2.3.7.2. Çoklu Başvuru

Moda endüstrisi, kısa üretim döngüleri ve yüksek sayıda tasarımın piyasaya sürülmesiyle karakterize edilen dinamik bir sektördür. Bu yapısı itibarıyla aynı tasarımcının ya da moda markasının, birbirine benzer kategorilerde olan birden fazla ürününün aynı anda koruma altına alınması ihtiyacı doğmaktadır. Bu kapsamda SMK'nin 61. maddesinde düzenlenen çoklu başvuru imkânı, moda sektörü açısından hem maliyet hem de işlem

³⁷⁹ NURCU, s.69.

³⁸⁰ SULUK, KARASU, NAL, s.322.

³⁸¹ AYHAN, ÇAĞLAR, YILDIZ, İMİRLİOĞLU, s.192.

³⁸² SULUK, KARASU, NAL, s.322.

bakımından büyük önem taşımaktadır. Çoklu başvuru, birden fazla tasarımın tek bir başvuru altında tescilinin talep edilmesine imkân sağlayan bir sistemdir.

Çoklu başvuruya ilişkin ayrıntılı düzenleme ise Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmeliği'n 55. maddesinde yer almaktadır. İlgili hüküm uyarınca, çoklu başvuruların görsel anlatımlar ve tarifnameler açısından ayrı ayrı numaralandırılarak hazırlanması gerekmektedir. Ayrıca, süslemeler ve desen tasarımları hariç olmak üzere, çoklu başvuruya konu edilen tasarımların Locarno Sınıflandırması kapsamında aynı sınıfa dahil olması şartı aranmaktadır.³⁸³ Moda sektörü bağlamında baktığımızda bu şart, aynı sezona ait ayakkabı koleksiyonunun ya da benzer kesime sahip farklı ceket tasarımlarının aynı başvuruda sunulabilmesine olanak tanımaktadır. Ancak, tasarımlar farklı ürün gruplarına aitse, örneğin biri çanta diğeri ayakkabı grubundaysa, çoklu başvuru kapsamında değerlendirilmeleri mümkün olmayacaktır.³⁸⁴

Yönetmelik m.55/6 hükmü uyarınca çoklu başvuruda her bir tasarım, tescil kriterleri bakımından bağımsız olarak değerlendirilmektedir.³⁸⁵ Bu durum, moda tasarımcının her bir ürününün yenilik ve ayırt edici nitelik bakımından ayrı ayrı korunması gerektiği anlamına gelmektedir. Yönetmelik, başvuruya konu tasarım sayısını yüz adet ile sınırlandırmış ve aynı sınıf şartına aykırılık veya sayı sınırının aşılması halinde bölünmüş başvuru mekanizmasını düzenlemiştir. Bu durumda, bölünen başvurular ilk başvuru tarihini korumakta ve varsa rüçhan hakkı da bu başvurular için geçerliliğini sürdürmektedir.³⁸⁶

2.3.7.3. TÜRKPATENT İncelemesi

Tasarım tescil sürecinde, TÜRKPATENT tarafından yürütülen inceleme süreci, şekli inceleme ve içerik incelemesi olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Şekli inceleme, başvurunun usule uygunluğunu ve gerekli belgelerin eksiksiz şekilde sunulup sunulmadığını değerlendirirken; içerik incelemesi, tasarımın hukuki açıdan korunmaya elverişli olup olmadığını belirlemektedir.³⁸⁷

İlk aşama olan şekli inceleme, SMK'nın 61. maddesi kapsamında yürütülmektedir. Başvuru sahibinin kimlik bilgileri, tasarımın görsel anlatımı, tasarımcının kimlik bilgileri ve tescil isteme hakkının nasıl elde edildiğine dair belgeler eksiksiz olarak sunulmalıdır. SMK'nın

³⁸³ ERDİL, s.439.

³⁸⁴ AYHAN, ÇAĞLAR, YILDIZ, İMİRLİOĞLU, s.192.

³⁸⁵ ERDİL, s.439.

³⁸⁶ ERDİL, s.439.

³⁸⁷ NURCU, s.71.

64. maddesi uyarınca, eğer başvuruda eksiklikler tespit edilirse, TÜRKPATENT başvuru sahibine bildirimde bulunarak eksikliklerin giderilmesi için iki ay süre tanımaktadır. Belirlenen süre içinde eksiklikler tamamlanırsa, başvuru tarihi, ilk başvuru yapılan tarih itibarıyla kesinleşmektedir. Ancak SMK'nın 61.maddesinin (a) ve (b) bentleri kapsamında belirtilen temel belgelerde eksikliklerin giderilmemesi halinde başvuru yapılmamış sayılacaktır. Rüçhan hakkına ilişkin eksikliklerin giderilmemesi ise yalnızca rüçhan hakkının kaybına yol açmaktadır, başvurunun tümden geçersiz hale gelmesine neden olmamaktadır.³⁸⁸

Şekli inceleme aşamasının tamamlanmasının ardından, başvuru içerik incelemesine tabi tutulmaktadır. İçerik incelemesi, tasarımın yenilik kriterini taşıyıp taşımadığını, bununla birlikte SMK'nın 58/4 ve 64/6 maddeleri kapsamında koruma dışı hallerden herhangi birine girip girmediğini değerlendirmektedir. Bu kapsamda tasarımın kamu düzenine veya genel ahlaka aykırı olup olmadığı, Paris Sözleşmesi 2. mükerrer 6. maddesinde belirtilen hükümlerle alametleri ya da diğer resmi semboller içerip içermediği, başvurunun yetkili bir gerçek veya tüzel kişi tarafından yapıp yapılmadığı ve tasarımın hukuken korunabilir olup olmadığı incelenmektedir. Eğer tescili talep edilen tasarım bu kriterlerden herhangi birini karşılamıyorsa başvuru TÜRKPATENT tarafından reddedilmektedir.³⁸⁹ İçerik incelemesinde dikkate alınması gereken en önemli unsurlardan biri, tasarımın SMK'nın 3. maddesinde belirtilen tasarım tanımına uygun olmasıdır. Bir tasarım, bir ürünün yalnızca görünüm özelliklerine ilişkin olmalı, işlevsel ya da teknik yönleri kapsamamalıdır.³⁹⁰

Tasarım başvurusunun başarılı bir şekilde sonuçlanabilmesi için, şekli inceleme ve içerik incelemesi aşamalarında öngörülen şartların eksiksiz olarak yerine getirilmesi gerekmektedir. Özellikle moda tasarımlarında, tasarımın doğru formatta sunulması, tescile konu olmayan unsurların görsellerden ayrıştırılması ve koruma kapsamının net bir şekilde belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

Şekli inceleme aşamasında herhangi bir eksiklik tespit edilmemesi veya eksikliklerin süresi içinde giderilmesi halinde başvuru kesinleşmekte olup tasarım, içerik incelemesine tabi tutulmaktadır. SMK'nın 64. maddesi kapsamında gerçekleştirilen içerik incelemesi, başvurunun yenilik kriterini karşılayıp karşılamadığını belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Yenilik incelemesi, tasarımın aynısının veya yalnızca ufak farklarla benzerinin dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamış olması gerektiği prensibine dayanmaktadır. TÜRKPATENT, tescil ya da rüçhan tarihinden önce kamuya sunulmuş olan tasarımlarla

³⁸⁸ SULUK, KARASU, NAL, s.323.

³⁸⁹ SULUK, KARASU, NAL, s.323.

³⁹⁰ KARAHAN, s.320.

başvuru konusu tasarımı karşılaştırarak, yenilik unsurunu taşıyıp taşımadığını değerlendirmektedir.³⁹¹

Başvurunun kesinleşmesi ve içerik incelemesinden geçmesi halinde, tescil kararı alınmakta olup tasarım, Resmi Tasarım Bülteni'nde yayımlanmaktadır. Başvuruda yayım erteleme talebi bulunmaması durumunda, bültende yapılan bu yayımla birlikte tasarım kamuya açıklanmış olmaktadır. SMK'nın 64. maddesinin 7. fıkrası uyarınca, bir tasarımın yalnızca belirli bir kısmı tescil kriterlerine uymuyorsa, TÜRKPATENT yalnızca bu kısım için ret kararı verebilmektedir. Ancak tasarımın geri kalan kısmının koruma şartlarını sağlaması ve tasarım kimliğini muhafaza etmesi halinde, başvurunun devamına karar verilmektedir.³⁹²

2.3.7.4. Tasarımın Tescili ve Yayımı

TÜRKPATENT tarafından yapılan incelemeler sonucunda reddedilmeyen tasarım başvuruları sicile kaydedilerek Resmi Tasarımlar Bülteni'nde yayımlanmaktadır. SMK'nin 65. maddesinde yer verildiği üzere, tasarım sicili kamuya açık olup, ilgililerin talebi ve gerekli ücretin ödenmesi koşuluyla sicil örneği temin edilebilmektedir.

SMK'nin 66. maddesi uyarınca tasarım sahipleri, başvuru veya varsa rüçhan tarihinden itibaren 30 aya kadar yayım erteleme talebinde bulunabilmektedirler.³⁹³ Yayım erteleme talebi kabul edilen tasarımlar tescil edilerek sicile kaydedilmektedirler. Ancak başvuru dosyasında yer alan görsel anlatımlar ile diğer bilgi ve belgeler üçüncü kişilerin erişimine kapalı tutulmaktadır. Yayım erteleme süresinin sonunda ya da hak sahibinin talebi doğrultusunda daha erken bir tarihte, başvuruya ilişkin tüm kayıt ve belgeler kamuya açılmaktadır.³⁹⁴

SMK'nın 66. maddesinin 4. fıkrası, belirlenen süre içinde ilgili yükümlülüklerin yerine getirilmemesi veya yayım ücretinin ödenmemesi durumunda, başvuru tarihinden itibaren tescilli korumanın hiç doğmamış sayılacağını hükme bağlamaktadır. Bunun yanı sıra, yayım erteleme süresi boyunca bir tecavüz davası açılabilmesi için sicil kaydına ve başvuru dosyasındaki bilgilere ilişkin davalı tarafa bildirimde bulunulması zorunludur.

2.3.7.5. Tasarım Tescili Konusunda TÜRKPATENT'e Yapılabilecek İtirazlar

³⁹¹ POLATER, Hak Sahipliği, s.112.

³⁹² SULUK, KARASU, NAL, s.323; ERDİL, s.437.

³⁹³ TEKİNALP, s.699.

³⁹⁴ SULUK, KARASU, NAL, s.323.

Tasarım tescil süreçlerinde itiraz mekanizması, hukuki güvence sağlamanın yanı sıra, haksız tescillerin önlenmesi ve adil bir rekabet ortamının korunması bakımından önem taşımaktadır. SMK'nın 67 vd. maddeleri uyarınca, TÜRKPATENT tarafından verilen tescil kararlarına karşı başvuru sahipleri ve üçüncü kişiler itirazda bulunabilmektedirler. Bu kapsamda itirazlar, ret kararına itiraz ve tescile itiraz olmak üzere iki temel başlık altında incelenmektedir.

Ret kararına itiraz, TÜRKPATENT tarafından yapılan inceleme sonucunda, tasarımın tesciline engel bir durum tespit edilmesi halinde başvurunun reddedilmesine karşı başvuru sahibinin itiraz hakkını kullanmasını ifade etmektedir. SMK'nın 67. maddesinin 1. fıkrası uyarınca, ret kararına itiraz, başvuru sahibine bildirildiği tarihten itibaren iki ay içinde gerekçeli ve yazılı olarak yapılmaktadır. İtiraz süresi içinde kullanılmazsa, karar kesinleşmekte ve başvuru iptal edilmiş sayılmaktadır.³⁹⁵ Bu süreçte TÜRKPATENT tarafından yapılan incelemelerde eksiklik tespit edilmesi halinde, başvuru sahibine bu eksiklikleri gidermesi için ek süre tanınmaktadır (SMK m.68/4).

Tescile itiraz ise, tasarım başvurusunun TÜRKPATENT tarafından kabul edilerek Resmi Tasarımlar Bülteni'nde yayımlanmasından sonra, üçüncü kişilerin bu tescile karşı itiraz edebilmesini sağlayan hukuki bir mekanizmadır. SMK'nın 67. maddesinin 2. fıkrası kapsamında üçüncü kişiler, tescil yayım tarihinden itibaren üç ay içinde, tasarımın SMK'nın 55. maddesindeki tanımlara uygun olmaması, SMK'nın 56 ve 57. maddelerinde öngörülen yenilik ve ayırt edicilik şartlarını taşıyamaması, SMK'nın 58/4 ve 64/6 maddeleri kapsamında koruma dışı kalan unsurlar içermesi, başvurunun kötü niyetli yapılmış olması, tasarımın başkasına ait bir fikri mülkiyet hakkının yetkisiz kullanımını içermesi gibi gerekçelerle itirazda bulunabilmektedirler.³⁹⁶

Üçüncü kişiler tarafından yapılan itirazlar, Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurulu bünyesinde bulunan Kurul tarafından incelenmektedir. İtirazın değerlendirilmesi sürecinde, başvuru sahibine görüşlerini sunması için bir süre tanınmaktadır. Kurul tarafından yapılan inceleme sonucunda, tasarımın yenilik veya ayırt edici nitelik taşımadığına ya da diğer hukuki engelleri uhdesinde taşıdığına karar verilirse, tasarımın tescili tamamen hükümsüz kılınabilmektedir. Ancak itiraz tasarımın yalnızca bir kısmına yönelikse, yalnızca ilgili kısım iptal edilmekte olup tasarımın geri kalan kısmı kimliğini koruyarak tescil kapsamında kalabilmektedir (SMK m.68/5). Bununla birlikte tasarımın geri kalan kısmının korunmaya

³⁹⁵ SULUK, KARASU, NAL, s.323.

³⁹⁶ SULUK, KARASU, NAL, s.324.

devam edebilmesi için, yenilik ve ayırt edicilik şartlarını sağlamaya devam etmesi gerekmektedir. Aksi durumda tasarımın tamamı hükümsüz hale gelmektedir.³⁹⁷

Çoklu tasarım başvurularında, itiraza konu edilmeyen ancak ek delillerle hükümsüzlüğü gerektiği anlaşılan diğer tasarımlar da Kurum tarafından resen hükümsüz kılınabilmektedir (SMK m.68/5). Tescilin hükümsüzlüğüne ilişkin alınan kararlar, Resmi Tasarımlar Bülteni'nde yayımlanarak kamuya duyurulmaktadır. Ancak nihai hükümsüzlük kararı mahkemelerce verilebilmektedir. TÜRKPATENT tarafından hükümsüzlük kararı verilmesi durumunda, SMK'nın 79. maddesinde yer alan hükümsüzlük kararının sonuçları meydana gelmektedir.³⁹⁸ SMK'nın 79. maddesi uyarınca, bir tasarımın hükümsüzlük kararına konu olması halinde, bu karar geçmişe etkili olarak sonuç doğurmakta olup tasarım, tescili başından itibaren geçersiz kabul edilmektedir.³⁹⁹

2.3.8. Tasarımın Hükümsüzlüğü

Tasarım tescili, mutlak ve değişmez bir koruma sağlamamaktadır. Nitekim kanunen öngörülen şartları taşımayan veya haksız şekilde tescil edilmiş bir tasarımın hükümsüz kılınması mümkündür. Hükümsüzlük müessesesi, tasarım hukukunun temel ilkeleri çerçevesinde hukuka aykırı tescillerin hükümsüz kılınmasını sağlayarak hem kamu menfaatini hem de gerçek hak sahiplerini korumayı amaçlamaktadır.⁴⁰⁰ Özellikle moda tasarımları, hızla değişen ve rekabetin yoğun olduğu bir alan olduğu için, bu sektörde hükümsüzlük mekanizması büyük önem taşımaktadır.

SMK'nın 77. maddesi, tasarım tescilinin hükümsüz sayılmasına neden olabilecek durumları sınırlı sayıda belirlemiştir. Buna göre, tescilli bir tasarımın, Kanun'un 55. maddesinin birinci ve ikinci fıkralarında öngörülen tasarım tanımına uygun olmaması, 56. ve 57. maddelerde belirtilen yenilik ve ayırt edicilik gibi koruma şartlarını taşımaması, 58/4 ve 64/6-c maddelerinde öngörülen istisnalara tabi olması, başvurunun kötü niyetle yapılması veya başkasına ait bir fikri mülkiyet hakkının izinsiz olarak kullanılması halinde hükümsüzlük kararı verilebilmektedir. Ayrıca tasarım başvuru sahibi dışında hak sahipliğinin başka bir kişiye ait olduğunun ispatlanması ya da sonradan kamuya açıklanan aynı veya benzer nitelikteki bir

³⁹⁷ NURCU, s.74; SULUK, KARASU, NAL, s.325.

³⁹⁸ NURCU, s.74.

³⁹⁹ SULUK, KARASU, NAL, s.325.

⁴⁰⁰ SULUK, ORHAN, s. 309.

tasarımın başvuru tarihinin, tescilli tasarımın başvuru tarihinden önce olduğunun ortaya çıkması da hükümsüzlük sebebi teşkil etmektedir.⁴⁰¹

Kanun, tasarımın sadece bir kısmı hakkında da hükümsüzlük kararı verilebilmesine imkân tanımaktadır. Kanun'un 77. maddesi, bu konuda önemli bir yenilik getirerek yalnızca ihlale konu olan veya korunma şartlarını taşımayan kısımların hükümsüz sayılabileceğini, ancak tescilin kalan kısmının geçerliliğini sürdürebilmesi için iki temel koşulun varlığını aramaktadır. Bunlar, kalan kısmın koruma şartlarını sağlaması ve tasarımın kimliğini muhafaza etmesidir. Bu ikili kriter, AB mevzuatıyla da uyumlu bir yaklaşım sunmakta olup önceki düzenlemelerde yer alan boşlukları doldurmaktadır.⁴⁰² Ancak uygulamada, özellikle tasarım kimliğinin korunması şartı tartışmalara yol açmaktadır. Zira kimi durumlarda tasarımın bir bölümünün hükümsüz kılınması, geriye kalan kısmın kullanıcı üzerinde bıraktığı genel izlenimi köklü bir şekilde değiştirebilmekte ve bu da tasarımın bütünlüğünü zedeleyerek bambaşka bir görsel tasarıma dönüşmesine yol açabilmektedir. Bu nedenle, kısmi hükümsüzlük kararı verilirken yalnızca kalan kısmın teknik olarak korunabilir olması değil, aynı zamanda tasarımın özgün yapısının ve bütünsel algısının bozulmaması da göz önünde bulundurulmalıdır.⁴⁰³

Tasarım tescil sürecinde, TÜRKPATENT tarafından yapılan incelemenin ardından tasarım tescil edilir. Ancak üçüncü kişiler, yasal süresi içinde Kuruma itirazda bulunabilmektedirler. İtirazların incelenmesi sonucunda, tescilin devamına veya tasarımın hükümsüzlüğüne karar verilmektedir. Bununla birlikte TÜRKPATENT nezdindeki itiraz süresinin kaçırılması veya itirazın reddedilmesi halinde, ilgililer bu kez doğrudan görevli ve yetkili mahkemede tasarımın hükümsüzlüğünü dava yoluyla ileri sürebilmektedirler.⁴⁰⁴

TÜRKPATENT, tescil edilmiş bir tasarımın hükümsüzlüğüne resen karar verememektedir. Ancak bu durumun bir istisnası mevcuttur. SMK'nın 68. maddesinin 5. fıkrası uyarınca, tescil aşamasında yapılan itirazların değerlendirilmesi sonucunda itirazın haklı bulunması halinde, Kurum ilgili tasarımın tescilini hükümsüz kılabilir. Bu kapsamda verilen hükümsüzlük kararı, SMK'nın aynı maddesinin 6. fıkrası gereğince Resmi Tasarım Bülteni'nde yayımlanmak suretiyle kamuoyuna duyurulmaktadır.⁴⁰⁵ Bu durumda,

⁴⁰¹ **ARIKAN**, Özgür, Sınai Haklara İlişkin Uyuşmazlıkların Tahkime Elverişliliği, Milli Tahkim Kapsamında Tahkime Elverişlilik, On İki Levha Yayıncılık, 2024, s.36.

⁴⁰² **YURDUSEVEN**, Şeyma, 6769 Sayılı Sınai Mülkiye Kanunu ile Türk Tasarım Hukukunda Yeni Dönem, 2017, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, Sayı31, s.685.

⁴⁰³ **SULUK**, Cahit, Tasarımların Kısmi Hükümsüzlüğü, Fikri Mülkiyet Yıllığı, 2009, s.324.

⁴⁰⁴ **AYHAN, ÇAĞLAR, YILDIZ, İMİRLİOĞLU**, s.201.

⁴⁰⁵ **MERHACI**, s.222.

hükümsüzlük kararının sonuçları SMK'nın 79. maddesinde belirtilen hükümlere tabi olup mahkeme tarafından verilen hükümsüzlük kararlarıyla aynı hukuki etkiye sahip olmaktadır.⁴⁰⁶

Hükümsüzlük davası, ilgili tasarımın tamamını veya sadece belirli kısımlarını kapsayabilmektedir. Eğer bir tasarımın yalnızca belirli unsurları kanuna aykırılık taşıyorsa, mahkeme bu unsurları hükümsüz kılabilen ve geri kalan tasarımın koruması devam etmektedir.⁴⁰⁷ Ancak hükümsüzlük sonucunda tasarımın ayırt edici karakteri zarar görüyorsa, tasarımın tamamı hükümsüz sayılacaktır.⁴⁰⁸ Ancak bu ilke yalnızca belirli hükümsüzlük halleri için öngörülmektedir. Bu hususta SMK'nın 64. maddesinin 7. fıkrası ve 77. maddesinin 2. fıkrası oldukça önemli düzenlemelerdir. Özellikle, SMK m.64/6-b'de hüküm altına alınan kamu düzenine ve genel ahlaka aykırılık ile m.64/6-ç'de belirtilen Paris Sözleşmesi kapsamında hükümsüzlük alametlerinin yanı sıra kamuyu ilgilendiren dini, tarihi ve kültürel değerlere ilişkin unsurların yetkisiz kullanımı ile fikri mülkiyet haklarının ihlali durumları kısmi hükümsüzlüğün uygulanabileceği durumlar arasında yer almaktadır. Buna karşın, tasarımın yenilik ve ayırt edicilik unsurlarını taşıması gibi hükümsüzlük nedenleri açısından kısmi hükümsüzlük mümkün olmamakta olup bu durum genel hükümsüzlük kapsamında değerlendirilmektedir.⁴⁰⁹

Bununla birlikte, tescilsiz tasarımların da hükümsüzlüğü talep edilebilmektedir. SMK'nın 78. maddesinin 5. fıkrası uyarınca, tescilsiz tasarımlar üzerindeki hak iddiaları bir uyuşmazlığa neden olursa, gerçek hak sahibi olduğunu iddia eden kişi mahkemeye başvurabilmektedir.

Moda sektöründe hükümsüzlük davaları; tasarımların haksız tescil edilmesi, yenilik veya ayırt edicilik şartlarını taşıması ve genel moda akımlarının tekelleştirilmesi girişimleri gibi durumlarda sıklıkla gündeme gelmektedir. Örnek verecek olursak, büyük moda markalarının defilelerde sergilediği tasarımlar, başka bir kişi veya şirket tarafından tescil edilirse, asıl tasarım sahibi hükümsüzlük davası açarak bu tescilin iptalini talep edebilmektedirler. Benzer şekilde, yaygın olarak kullanılan bir moda unsuru, belirli bir kişi veya kuruluş tarafından tekelleştirilmeye çalışılırsa, ilgili tasarımın kamuya ait olduğu gerekçesiyle hükümsüzlük talebi gündeme gelmektedir.

EUIPO uygulamalarına baktığımızda, tescilli tasarımların hükümsüzlüğüne ilişkin taleplerin, hangi gerekçeye dayanırsa dayansın, EUIPO tarafından değerlendirilip karara

⁴⁰⁶ SULUK, KARASU, NAL, s.330.

⁴⁰⁷ BİLGİN, Servet Batuhan, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nda Tasarım Hukukunda Getirilen Yenilikler, Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, 2018 (1): 35-53.

⁴⁰⁸ NURCU, 77-78.

⁴⁰⁹ ŞEHİRALİ ÇELİK, 2017, s.281 (Temel yenilikler).

bağlanabildiği görülmektedir. Ancak Tasarım Tüzüğü kapsamında, bu değerlendirme süreci tescil kararına doğrudan itiraz yoluyla değil, hükümsüzlük yoluyla gerçekleşmektedir.⁴¹⁰ Bu bağlamda, EUIPO İptal Birimi'nin 11 Mayıs 2018 tarihli 10 634 sayılı kararında verdiği hükümsüzlük kararı, tasarım hukukunda yenilik ve ayırt edici karakter kavramlarının nasıl değerlendirildiğini anlamak bakımından önemli bir örnek teşkil etmektedir. Söz konusu davada, Ibiza Belediyesi (CID), İspanyol Serra Villa Gemma (SVG) şirketi tarafından tescil edilen espadril⁴¹¹ tasarımının, bölgenin geleneksel espadrillerinin birebir kopyası olduğunu ve ayırt edici nitelikten yoksun bulunduğunu iddia etmiştir. CID bu tasarımın, asırlardır yerel halk tarafından kullanılan bir modele dayandığını ve dolayısıyla yenilik taşımadığını öne sürerek hükümsüzlük talebinde bulunmuştur.

EUIPO iptal birimi, tasarımın önceki modellerle tamamen aynı olmadığına kanaat getirerek yenilik şartını sağladığını kabul etmiştir. Ancak aynı tasarımın genel izlenim bakımından ayırt edici karakter taşımadığına karar vermiştir. Özellikle iplerin örgü tipi, bağ sayısı gibi ayrıntıların değişmiş olmasının tek başına ayırt edici karakter oluşturmadığına hükmedilmiştir. Dolayısıyla, tasarımın yenilik unsurunu taşısa bile, tüketici üzerinde farklı bir genel izlenim yaratmaması sebebiyle hükümsüz kılınmasına karar verilmiştir.⁴¹²

Görsel 16: Yerel halkın kullandığı espadril



Görsel 17: Hükümsüzlüğü talep edilen espadril



Kaynak: iprgezgin.org

Hükümsüzlük davaları genel olarak menfaati bulunan herkes tarafından açılabilmesine karşın, gerçek hak sahipliğine dayalı davalar ise yalnızca ilgili hak sahibi tarafından açılabilir.⁴¹³ Bu ayrım bilhassa moda sektöründeki kurumsal-bireysel üretim

⁴¹⁰ MERHACI, s.223.

⁴¹¹ Hasır tabanlı bez ayakkabı.

⁴¹² <https://iprgezgin.org/category/tasarim-korumasi/> (Erişim Tarihi: 26.03.2025).

⁴¹³ SMK'nın Hükümsüzlük Talebi başlıklı 78.maddesi uyarınca “ (1) Tasarımın hükümsüzlüğü, ikinci fıkrada sayılan hâller dışında menfaati olanlar tarafından istenebilir. (2) Tasarımın hükümsüzlüğü, 77 nci maddenin

ilişkilerinde hukuki tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Moda evlerinde geliştirilen tasarımlar çoğu zaman kolektif çalışmaların ürünü olmasına rağmen tescil hakkı, bireysel tasarımcının inisiyatifiyle alınabilmektedir. Bu durumda, hak iddiası ve hükümsüzlük taleplerinin kimin tarafından ileri sürülebileceği de doktrinde tartışmalı bir zemindir.

SMK'nın 78. maddesinin 4. fıkrasında açıkça yer verildiği üzere; hükümsüzlük davaları yalnızca sicilde tasarım sahibi olarak gözüken kişi aleyhine açılabilir. TÜRKPATENT veya tasarımla ilgili lisans/rehin hakkı bulunan kişiler davalı sıfatıyla gösterilmemektedirler. Ancak bu üçüncü kişilere, davaya katılım sağlayabilmeleri için bildirim yapılması gerekmektedir.⁴¹⁴

Tasarımın hükümsüz kılınması, herkese karşı ileri sürülebilen ve geçmişe etkili sonuçlar doğuran bir mekanizmadır. SMK'nın 79. maddesinin 1. fıkrası uyarınca, hükümsüzlük kararının verilmesiyle birlikte, tasarıma sağlanan hukuki koruma ortadan kalkmakta olup tasarımın doğurduğu tüm sonuçlar hükümsüz hale gelmektedir. Ancak moda hukuku kapsamında ele aldığımız takdirde, hükümsüzlük kararının geçmişe etkisinin, moda sektöründe ne tür zararlar yaratabileceğinin üzerine düşünülmesi gerekmektedir. Örnek verecek olursak, büyük bir moda markasının tescilli bir çanta veya kıyafet tasarımının hükümsüz kılınması durumunda artık bu tasarım üzerindeki münhasır hak ortadan kalkar ve tasarım üçüncü kişiler tarafından da serbestçe üretilebilir hale gelmektedir.⁴¹⁵

SMK'nın 79. maddesinin 2. fıkrası söz konusu istisnaları düzenlemektedir. Önceden açılmış ve kesinleşmiş ihlal davalarına ilişkin kararlar bakımından hükümsüzlük geçmişe etkili olmamaktadır. Örnek vermek gerekirse, bir firmanın tescilli tasarımına dayalı olarak açtığı bir ihlal davasında, mahkeme tazminata hükmetmiş ve karar uygulanmışsa, sonradan tasarımın hükümsüz kılınması, bu tazminatın geri ödenmesini gerektirmemektedir.⁴¹⁶ Bir diğer istisna ise şu şekildedir; hükümsüzlük kararından önce yapılmış ve uygulanmış sözleşmeler geçerliliğini korumaya devam etmektedir.⁴¹⁷ Moda sektöründe sıkça görülen lisans sözleşmeleri⁴¹⁸ hükümsüzlük kararından etkilenmemektedir. Ancak bir sözleşme henüz uygulanmamışsa, hükümsüzlük kararı geriye dönük olarak bu sözleşmeyi geçersiz kılabilir. Hükümsüzlük kararı alındığı takdirde, mahkemece bu karar resen TÜRKPATENT'e bildirilmektedir. Kurum, SMK'nın 79. maddesinin 4. fıkrası uyarınca, tasarımın tescil kaydını sicilden siler ve bu

birinci fıkrasının (c) bendine göre sadece önceki hak sahibi; 70 inci ve 73 üncü maddelere göre ise ancak tasarım hakkına sahip kişiler tarafından ileri sürülebilir.” şeklinde ifade edilmektedir.

⁴¹⁴ SULK, KARASU, NAL, s.332.

⁴¹⁵ SULK, ORHAN, s.319.

⁴¹⁶ SULK, KARASU, NAL, s.332.

⁴¹⁷ SULK, KARASU, NAL, s.333.

⁴¹⁸ Bir tasarımın belirli bir süreyle başka bir marka tarafından kullanılmasına izin veren anlaşmalardır.

değişikliği Resmi Bülten’de yayımlamaktadır. Böylece tasarımdan doğan tüm haklar tamamen sona ermektedir.

2.3.9. Tasarım Hakkının Sona Ermesi

Tasarım hakkı, hukuki koruma süresine bağlı olan sınırlı bir mülkiyet türü olmakla birlikte kanunen öngörülen bazı hallerin gerçekleşmesiyle sona ermektedir. Bu haller arasında; koruma süresinin dolması, tescilin süresinde yenilenmemesi ve tasarım hakkı sahibinin hakkından açıkça feragat etmesi yer almaktadır. SMK’nın 69 vd. maddeleri, söz konusu sona erme nedenlerini ayrıntılı bir şekilde ele almaktadır.

Tescilsiz tasarımlar için öngörülen koruma süresi, tasarımın kamuya ilk sunulduğu tarihten itibaren 3 yıldır.⁴¹⁹ Bu sürenin sonunda herhangi bir tescil başvurusu yapılmamışsa, tasarım kamu malı niteliğine kavuşmakta olup hukuki koruması sona ermektedir. Tescilli tasarımlarda ise koruma, başvuru tarihinden itibaren 5 yıl boyunca geçerli olup, her biri 5 yıl olmak üzere 4 kez yenilenerek toplamda 25 yıla kadar uzatılabilmektedir.⁴²⁰ Yenileme işleminin, tescil süresinin sona ermesinden 6 ay önce yapılması esastır. Ancak bu süre kaçırıldığı takdirde, hukuki korumanın sona erdiği tarihten itibaren 6 aylık süre içinde ek ücret ödemek kaydıyla yenileme yapılabilir. Aksi takdirde tasarım hakkı, yenileme yapılmadığı gerekçesiyle sona ermektedir.⁴²¹

Tasarım hakkının sona ermesine yol açan bir diğer durum ise, tasarım hakkından kısmen ya da tamamen feragat edilmesidir. SMK’nın 80. maddesinin 2. fıkrası uyarınca, hak sahibi kendi iradesiyle tescilli tasarım üzerindeki haklarından vazgeçebilmektedir. Ancak bu feragat işlemi, hakka ortak olan tüm sahiplerin rızasıyla mümkündür.⁴²² Ortaklardan biri feragat etmek isterse, Sınai Mülkiyet Kanunu’nun Uygulanmasına Dair Yönetmelik’in 70. maddesinin 2. fıkrasında yer alan belgeleri TÜRKPATENT’ye ibraz etmesi gerekmektedir.

Bu noktada, tasarım hakkından feragat etmenin yalnızca hak sahibinin menfaatiyle sınırlı kalmadığı, aynı zamanda üçüncü kişilerin hukuki güvenliği bakımından da önemli sonuçlar doğurduğu vurgulanmalıdır. Moda tasarımları bakımından bir değerlendirme yapacak olursak; özellikle pazarlama sürecinin ortasında gerçekleşen bir vazgeçme işlemi, lisans alan işletmelerin sözleşmeden kaynaklı haklarını etkileyebilmektedir. Sicile kayıtlı hak ve lisans sahibinin rızası olmadığı müddetçe tasarım sahibi hakkından vazgeçmemektedir. Bu sebeple

⁴¹⁹ SMK m.69/1.

⁴²⁰ SMK M.69/2-4.

⁴²¹ SULUK, KARASU, NAL, s.334.

⁴²² NURCU, s.79.

vazgeçme işleminin Resmi Tasarım Bülteni'nde yayımlanarak kamuya açık hale getirilmesi oldukça elzemdir.⁴²³

2.3.10. Tasarım Hakkına Tecavüz

Tasarım hakkına tecavüz, esasen tasarım sahibinin izni dışında, SMK kapsamında sayılan fiillerin işlenmesi suretiyle, hukuken korunan haklara yönelik bir müdahaleyi ifade etmektedir. “Tecavüz” kavramı, genel anlamıyla bir başkasının hakkına yönelik haksız ve sınırları aşan saldırıları ifade ederken, tasarım hukuku bağlamında bu anlam, hukuka aykırı kullanım biçimlerinde somutlaşmaktadır.⁴²⁴ Tecavüz fiilleri, niteliği gereği haksız fiil teşkil etmekte olup gerek gerçek gerekse tüzel kişilerce gerçekleştirilebilmektedir.

SMK'nın 81. maddesinin 1. fıkrası uyarınca, tasarım hakkına tecavüz teşkil eden haller sınırlı şekilde sayılmış olup, bu fiillerin dışında kalan eylemler tasarım hakkına tecavüz iddiasına konu olmamaktadır. Söz konusu fiiller arasında tasarımın izinsiz kullanımı, lisans hakkının sahibinin izni olmaksızın genişletilmesi ya da devredilmesi ve tasarım gasp edilmesi gibi örnekler yer almaktadır.

Tasarım hakkı yalnızca tescil sonrası değil, başvuru sürecinde de korunmaktadır. Başvuru yayımlandıktan sonra başvuru sahibi, tasarımın izinsiz kullanımına karşı tecavüz davası açabilmektedir. Hatta ihlalde bulunan kişi kötü niyetliyse, tasarımın yayımından önce dahi tecavüz davası açılması mümkündür.⁴²⁵ Burada dikkat çekmemiz gereken bir diğer önemli husus, tasarım hakkına tecavüzün varlığı için kusur şartının aranmayışıdır. Başka bir ifadeyle, ihlalde bulunanın kastı veya ihmali olup olmamasına bakılmaksızın ihlal durumu oluşmaktadır. Yalnızca tazminat taleplerinde kusur unsuru aranmaktadır.⁴²⁶

Bununla birlikte, SMK'nın 81. maddesinin 3. fıkrası uyarınca tasarımın, tescilli olduğuna dair ibarelerin ürün, ambalaj ya da faturada yer almaması, yapılan eylemin tecavüz sayılmasını engellememektedir. Bu tür ibareler yalnızca kusurun derecesinin belirlenmesinde dikkate alınmaktadır. Tasarım hakkına yönelik ihlaller, doğrudan veya dolaylı olarak gerçekleşebilmektedir. Doğrudan tecavüz, tasarımın birebir veya benzeri şekilde izinsiz üretimi ve kullanımıyla meydana gelirken; dolaylı tecavüz, tasarımın taklit edilmesinde kullanılan araç, bilgi malzeme veya know-how sağlayarak ihlali kolaylaştırmak suretiyle meydana

⁴²³ SMK m.80/3.

⁴²⁴ SULUK, KARASU, NAL, s.335.

⁴²⁵ SULUK, KARASU, NAL, s.335.

⁴²⁶ SULUK, KARASU, NAL, s.335.

gelmektedir.⁴²⁷ Bu noktada dolaylı eylemde bulunan kişiler de tasarım hakkını ihlal etmiş sayılmaktadırlar.

Tasarım hukuku kapsamında, özellikle moda sektöründe “counterfeit”⁴²⁸, “close copying”⁴²⁹ ve “knock-off”⁴³⁰ gibi kavramlar önemli hale gelmiştir. Nitekim tezimizin başlarında da yer vermiş olduğumuz üzere, tescilli tasarımlarda sahtecilik ve birebir taklit açıkça korunurken, knock-off ürünlerin hukuki konumu oldukça tartışmalıdır. Zira moda endüstrisinde esinlenme meşru bir üretim yöntemi olarak görülse de bu durum hukuken ihlalin sınırlarını muğlaklaştırmaktadır.⁴³¹ Susan Scafidi, bu tür tasarımların hukuki statüsünü değerlendiren ilk akademisyenlerden biri olup, knock-off kavramını doğrudan fikri mülkiyet hakkının ihlali olarak sınıflandırmıştır. Scafidi’ye göre, her ne kadar bu ürünler doğrudan bir marka ya da tasarımı birebir kopyalamasa da ayrıştırılamaz düzeyde benzerlik ve kötü niyetli ticari faydalanma unsurları nedeniyle tasarım hakkına tecavüz anlamına gelmektedir.⁴³²

Bununla birlikte, “The Knockoff Economy” adlı çalışmada Kal Raustiala ve Christopher Sprigman gibi yazarlar, moda dünyasında knock-offların aslında yeniliği teşvik edici bir işlev gördüğünü savunmaktadırlar. Onlara göre, bu tür ürünlerin varlığı, tasarımcıları özgünlük arayışına zorlamakta ve dolayısıyla sektör içi rekabeti güçlendirmektedir. Aynı şekilde, knock-off üretimi sayesinde lüks tasarımlar daha geniş bir tüketici kitlesine ulaşabilir hale gelmektedir.⁴³³

Kanaatimizce, knock-off ürünlerin moda hukukunda “tamamen sahtecilik” kapsamında değerlendirilmesi her zaman isabetli olmamaktadır. Zira bu tür ürünler her ne kadar özgün tasarımları benzeme niyeti taşıysalar da çoğu zaman birebir kopya olmaktan ziyade genel olarak yöntem veya fikir anlamında benzerlik taşıyan, ancak farklı detaylarla yeniden yorumlanmış ürünlerdir. Bu bağlamda, “close copying” ve “counterfeit” arasındaki hukuki çizginin de net olarak belirlenmesi her bir somut olayda tasarım hukuku kuralları çerçevesinde tespit edilmelidir.

⁴²⁷ BEYRELİ, s.170.

⁴²⁸ Orijinal bir ürünün izinsiz ve çoğunlukla birebir kopyası olan, tüketiciyi yanıltma amacı güden yasa dışı üretimlerdir. Genellikle marka adı, logosu ve ambalaj dahil olmak üzere tüm ayırt edici unsurlar taklit edilmektedir.

⁴²⁹ Orijinal ürünle birebir aynı olmayan, ancak genel izlenim açısından ayırt edilemeyecek derecede benzerlik gösteren ürünlerdir. Genellikle özgün tasarımların stil ve formunun yüksek oranda benimsendiği durumları tanımlamaktadır.

⁴³⁰ Moda sektöründe “ilham alınmış” kopyalar anlamına gelmektedir. Tam bir taklit değil, özgün üründen esinlenerek oluşturulmuş ancak genellikle daha düşük kalite ve fiyatta olan ürünlerdir.

⁴³¹ BEYRELİ, s.170.

⁴³² BEYRELİ, s.170.

⁴³³ RAUSTIALA, Kal, SPRIGMAN, Christopher Jon, The Knockoff Economy: How Imitation Sparks Innovation, Oxford University Press, 2012, UCLA School of Law, Law-Econ Research, s.12-18.

2.3.10.1. Tecavüz Halleri

2.3.10.1.1. Tasarımın İzinsiz Kullanımı

SMK'nın 81. maddesi, tasarım hakkına tecavüz oluşturan halleri sınırlı bir şekilde saymıştır. Söz konusu düzenlemenin 1. fıkrasının (a) bendi uyarınca, bir tasarımın aynısını veya genel izlenim itibarıyla ayırt edilemeyecek kadar benzerini, tasarım hakkı sahibinin rızası olmaksızın üretmek, piyasaya sunmak, satmak, sözleşmeye konu etmek, ithal etmek, ticari amaçla kullanmak veya bu amaçla elinde bulundurmak; ayrıca başka herhangi bir yolla ticaret alanına çıkarmak gibi fiiller izinsiz kullanım kapsamında değerlendirilmektedir.

Kanun koyucu burada “kullanım” kavramını dar anlamda değil, ekonomik işlevini öne çıkarır bir şekilde oldukça geniş kapsamlı yorumlamıştır. Bu yaklaşım, yalnızca satış veya üretim gibi klasik fiillerin değil, sözleşme teklifinde bulunma veya ithalat gibi dolaylı faaliyetlerin de tecavüz kapsamında ele alınmasını sağlamaktadır. Tasarım hakkının ihlaline yol açan bu fiillerden herhangi birinin gerçekleşmesi yeterli olup hepsinin bir arada bulunması gerekmemektedir.⁴³⁴

Moda Hukuku bağlamında bakacak olursak bu düzenleme, özellikle “knock-off” ve “esinlenme” sınırlarının tartışmalı olduğu vakalarda öne çıkmaktadır. Moda endüstrisinde sıkça karşılaşılan “inspiration” temelli ürünler, genel izlenim bakımından ayırt edicilik sınırını aştığı anda tasarım hakkına tecavüz teşkil edebilmektedir.⁴³⁵ Ancak her benzerlik tecavüz olarak kabul edilmemektedir. Burada ölçütümüz, ortalama düzeyde bilgilenmiş bir kullanıcının ayırım yapıp yapamayacağıdır.

Bu duruma çarpıcı bir örnek, Yves Saitn Laurent v. Ralph Lauren (1994) davasıdır⁴³⁶. Yves Saint lauren, 1966 yılında tasarladığı ikonik siyah smokin elbisesinin, Ralph Lauren tarafından kopyalandığını iddia ederek Fransız Ticaret Mahkemesinde dava açmıştır. Ralph Lauren, söz konusu elbisenin farklı detaylara sahip olduğunu ileri sürmüştü de mahkeme, bu savunmayı yeterli bulmamış ve Yves Saint Laurent'ın taklit ve haksız rekabet gerekçeleriyle Ralph Lauren'ın tazminat ödemesine karar vermiştir.⁴³⁷ Bu karar, moda dünyasında büyük yankı uyandırmış olup, ilk kez bir tasarımın fikri mülkiyet kapsamında korunması açık bir

⁴³⁴ SULUK, KARASU, NAL, s.336; NURCU s.80.

⁴³⁵ BEYRELİ, s.171.

⁴³⁶ Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent Am. Holding, Inc., No. 11-3303.

⁴³⁷ SPINDLER, Amy M., Company News; A Ruling by French Court Finds Copyright in a Design, <http://www.lapres.net/stlaurent.html> (Erişim Tarihi: 02.04.2025).

mahkeme kararıyla hüküm altına alınmıştır. Ayrıca karar, moda tasarımlarının yalnızca estetik değil, aynı zamanda ekonomik değer taşıyan fikri ürünler olarak değerlendirilmesi gerektiğini de ortaya koymaktadır.

2.3.10.1.2. Lisans Hakkının İzinsiz Olarak Genişletilmesi ya da Devredilmesi

Tasarım hukukunda lisans, tasarım hakkı sahibinin, tasarımı belirli koşullar altında üçüncü kişilere kullanma yetkisi vermesini ifade etmektedir. Lisans sözleşmeleri, tasarımın ticari kullanımını düzenlemekle birlikte lisans alan ve veren tarafların hak ve yükümlülüklerini de açıkça ortaya koymaktadır. Türk hukukunda lisanslar inhisari lisans ve inhisari olmayan lisans olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İnhisari olmayan lisans sözleşmelerinde, lisans veren tasarımı kendisi kullanmaya devam ederken üçüncü kişilere başka lisanslar verebilmektedir. Buna karşın inhisari lisans sözleşmelerinde ise lisans alan kişi tek başına tasarımı kullanma hakkı elde ederken lisans veren, sözleşmede aksi öngörülmedikçe tasarımı ne kendisi kullanabilmektedir ne de başka birine lisans verebilmektedir.⁴³⁸

Tasarım hukukunda lisans sözleşmeleri, tasarım hakkı sahibinin üçüncü kişilere tasarımı belirli sınırlar dahilinde kullanma yetkisi vermesine olanak tanımaktadır. Bu tür sözleşmeler, taraflar arasında kurulan ilişkinin kapsamını ve koşullarını açıkça belirlemektedir. Ancak lisans alan tarafın bu sözleşme sınırlarını aşarak yetkilerini tek taraflı olarak genişletmesi veya izinsiz bir şekilde üçüncü kişilere devretmesi, tecavüze sebebiyet vermektedir.⁴³⁹

Lisans sözleşmesiyle verilen yetkiler, sözleşmede tanımlandığı ölçüde kullanılabilir. Lisans alan kişi, tasarımı yalnızca sözleşmede belirlenen kapsamda ve sınırlar içinde kullanmakla yükümlüdür. Bu nedenle, sözleşmede öngörülmeyen herhangi bir coğrafi bölgede ürünün pazarlanması, lisansın kapsamının aşılması anlamına gelmektedir.⁴⁴⁰ Aynı şekilde lisans hakkının devredilmesi veya alt lisans verilmesi de yalnızca tasarım sahibi tarafından açıkça yetki verilmişse mümkündür.⁴⁴¹

2.3.10.1.3. Tasarımın Gaspı

⁴³⁸ Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025, s.87.

⁴³⁹ ONGAN, Burak, Sınai Haklara İlişkin Lisans Sözleşmelerinde Tarafların Hukuki Durumu, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2007, s. 52-53.

⁴⁴⁰ SULUK, KARASU, NAL, s.336.

⁴⁴¹ BEYRELİ, s.176.

Tasarımın gaspı, bir tasarımın hukuken hak sahibi olmayan bir kişi tarafından, tasarım sahibinin izni olmaksızın tescil edilmesi veya kamuya sunulması suretiyle gerçekleştirilen, mülkiyet hakkına aykırı bir haksız fiildir.⁴⁴² SMK'nın 71. maddesinde bu husus ayrıntılı bir şekilde düzenlenmektedir.

Gasp hali özellikle tasarım başvurusunun, tasarımcı dışındaki bir kişi tarafından yapılması ya da tescil sürecinin hak sahibi olmayan bir kişi lehine sonuçlanması durumunda söz konusu olmaktadır.⁴⁴³ Tescilsiz tasarımlar bakımından ise gasp, tasarımın ilk kez kamuya sunulması eyleminin gerçek hak sahibi dışında bir kişi tarafından gerçekleştirilmesiyle meydana gelmektedir.⁴⁴⁴ Bu tür durumlar, özellikle moda endüstrisinde sıklıkla karşımıza çıkmakta olup, bir çalışanın tasarladığı bir tasarımın, şirket sahibi tarafından kendi adına tescil ettirilmesi gibi örneklerle gündeme gelmektedir. Bu gibi hallerde, tasarımı yaratan kişi iyi niyetli üçüncü kişilere karşı da dava açma hakkına sahiptir. Ancak bu hak süreyle sınırlandırılmaktadır.

Kanun koyucu, gasp edilen tasarımlar bakımından hak sahibine çeşitli hukuki yollar tanımıştır. Buna göre, tasarım hakkı sahibi, gaspın önlenmesi, tescilin iptali ya da tasarımın kendi adına tescilini talep edebilmektedir. Ayrıca mahkemeden gasp fiilinin durdurulması ve uğradığı zararların tazmini yönünde de talepte bulunabilmektedir.⁴⁴⁵ SMK'nın 71. maddesinin 3. fıkrası uyarınca, iyi niyetli olarak tasarımı tescil ettiren kişilere karşı, tasarım sahibinin, tescilli tasarımın yayınlandığı veya tescilsiz tasarımın kamuya sunulduğu tarihten itibaren 3 yıl içinde dava açma hakkı bulunmaktadır. Ancak tasarımı gasp eden kişinin kötü niyetli olduğu ispatlandığı takdirde bu süre sınırı uygulanmamaktadır. Yani kötü niyetin varlığı halinde, tasarım hakkı sahibi süresiz olarak hak talebinde bulunabilmektedir.⁴⁴⁶

Sonuç itibarıyla, tasarımın gaspı halinde açılacak davalar hem tescil sisteminin kötüye kullanımını engellemekte hem de gerçek tasarımcıların haklarını koruma altına almaktadır. Gasp fiilinin varlığı halinde alınacak kararlar, yalnızca hukuki korumayı tesis etmekle kalmaz, aynı zamanda moda dünyasında etik tasarım sınırlarının da çizilmesine katkı sunmaktadırlar.

2.3.10.2. Tecavüz Davaları

⁴⁴² BEYRELİ, s.176.

⁴⁴³ KUNTOĞLU, Ömer Faruk, Sınai Mülkiyet Hakkı Tecavüze Uğrayan Hak Sahibinin Tazminat Talepleri, Ankara, Adalet Yayınevi, 2024, s.74.

⁴⁴⁴ SULUK, KARASU, NAL, s.336.

⁴⁴⁵ KUNTOĞLU, s.74.

⁴⁴⁶ MERHACI, s.201.

SMK'nın 81. maddesi, tasarım hakkına tecavüz sayılan fiilleri düzenlemekle kalmayıp aynı zamanda bu eylemlere karşı başvurulabilecek hukuki yolları da ayrıntılı bir şekilde ortaya koymaktadır. Özellikle moda endüstrisinde, hızla değişen trendler, yüksek hacimli üretim döngüleri ve tasarımlar arasındaki benzerliklerin çok sık yaşanması, tasarım hakkına tecavüz davalarının önemini günden güne arttırmaktadır.

SMK'nın 81. maddesinin 1. fıkrasının (a) bendi kapsamında, tasarım hakkına tecavüz, tasarım sahibinin izni olmaksızın, koruma altındaki tasarımın aynısının veya genel izlenim bakımından ayırt edilemeyecek kadar benzerinin üretilmesi, ticari amaçlarla piyasaya sunulması, satılması, ithal edilmesi veya bu tasarımlar hakkında sözleşme yapılması ve öneride bulunulması gibi fiilleri kapsamaktadır. Ayrıca kopyalanan tasarımın ticari amaçla elde bulundurulması da ihlal sayılmaktadır.⁴⁴⁷

Ancak kötü niyetli kişi, tasarım başvurusunun içeriğinden yayımlanma tarihinden önce haberdar ise ve buna rağmen ihlali gerçekleştirmiş ise, SMK'nın 81. maddesinin 2. fıkrası gereği, davanın açılması için yayım şartı aranmamaktadır. Bununla birlikte dava sırasında, mahkemece kötü niyetin varlığının tespit edilmesi halinde, ihlal eyleminin tescil başvurusundan itibaren var olduğu kabul edilmekte olup geçmişe etkili koruma devreye girmektedir.⁴⁴⁸ Bu düzenleme, tasarımların yalnızca tescil sonrasındaki haklarını değil, başvuru sürecindeki haklarını da güvence altına alarak, tasarımın tüm sürecinde kapsamlı bir koruma sağlamayı hedeflemektedir.

Örnek verecek olursak, Milano Mahkemesi'nde 2015 yılında OTB Group tarafından İnditex'e karşı açılan dava, moda tasarımlarına ilişkin tecavüz davalarında önemli bir dönüm noktasıdır. OTB, bünyesindeki Diesel markasına ait tescilli AB tasarımının⁴⁴⁹ "Skinzee-sp" adlı skinny jean ve Marni markasına ait tescilsiz tasarım hakkı bulunan "Fussbet" sandaletlerin Zara tarafından kopyalanarak izinsiz üretim ve satışının yapıldığını iddia etmiştir. Mahkeme, ürünlerin genel izlenimleri bakımından ayırt edilemezlik unsuru nedeniyle tasarım haklarının ihlal edildiğini tespit etmiş; Diesel'e ait tescilin geçerliliğini koruyarak İnditex'in ilgili ürünlerin üretimini, pazarlamasını ve satışını durdurmasına karar vermiştir. Karar yalnızca tescilli tasarımların değil, tescilsiz tasarım haklarının da korunabileceğini ve hukuki yaptırımların AB genelinde geçerli olabileceğini ortaya koyması bakımından önem

⁴⁴⁷ SMK m. 81/1-(a).

⁴⁴⁸ **NURCU**, s.82.

⁴⁴⁹ Eski adıyla topluluk tasarımı.

taşımaktadır. Kararın temyiz aşamasında olması nedeniyle kesinleşmemekle birlikte, hukuki korumanın etkinleştirilmesi açısından sektörde emsal teşkil ettiği kabul edilmektedir.⁴⁵⁰

Tescilsiz tasarımlarda ise dava açma hakkı, SMK'nın 57. Maddesi uyarınca tasarımın kamuya sunulması ile doğmaktadır. Tescilsiz tasarımlar, yalnızca birebir kopyalama durumunda korunmaktadırlar. Bu nedenle, tescilsiz tasarım özelinde dava açılabilmesi için ayırt edici nitelik taşıyan tasarımın aynısının veya genel izlenim itibariyle benzerinin kullanılması gerekmektedir.

Bu hüküm, tescilsiz tasarımların yalnızca doğrudan birebir kopyalamada bulunan taklitlere karşı koruma sağladığını göstermektedir. Moda hukukunda sıkça karşılaşılan close copying⁴⁵¹ ya da knock off olarak adlandırılan genel izlenim bakımından benzer veya esinlenilmiş ürünler ise tescilsiz tasarım korumasının dışında bırakılmaktadır.⁴⁵² Her ne kadar koruma süresi ve kapsamı tescilli tasarıma kıyasla sınırlı olsa da özellikle hızlı moda sektöründe ortaya çıkan taklit vakalarının önlenmesi bakımından önemli bir rol oynamaktadır.

Bu hususta bir örnek verecek olursak, 2018 yılında bağımsız bir tasarımcı olan Saul Lopez, kendi özgün tasarımlarını staj başvurusu kapsamında Dilara Fındıkoğlu'na göndermiş, ancak başvurusunun ardından benzer bir tasarımın Fındıkoğlu tarafından kullanıldığını iddia etmiştir.⁴⁵³ Lopez'in tasarımı tescilli olmadığı için gidebileceği tek yol tescilsiz tasarım korumasıdır. Ancak tasarımlara baktığımız takdirde ayniyet taşımadıklarını görmekteyiz. Zira biri tulum diğeri pantolon-cekete şeklinde tasarlanmıştır. Nitekim SMK m. 59/2 uyarınca tescilsiz tasarım korumasından yararlanabilmek için tasarımların ayırt edilemeyecek kadar benzer olması gerekmektedir. Ancak tasarımlar incelendiğinde benzerliklerin olduğu ancak birebir taklidin gerçekleşmediği değerlendirilmektedir. Bu durumda Lopez'in hukuki koruma kapsamı oldukça daralmaktadır.⁴⁵⁴

⁴⁵⁰ <http://www.iprdaily.com/article/index/14999.html> (Erişim Tarihi:05.08.2025).

⁴⁵¹ Aslına yakın kopyalama.

⁴⁵² BEYRELİ, s.171.

⁴⁵³ BEYRELİ, s.173.

⁴⁵⁴ <https://wannart.com/icerik/34716-dilara-findikogluna-taklitcilik-suclamasi> (Erişim Tarihi: 21.06.2025).

Görsel 18: Saul Lopez v. Dilara Fındıkoğlu tasarımları



Kaynak: Moda Hukuku Enstitüsü

Dava açma yetkisi ise, tasarım hakkına sahip gerçek veya tüzel kişilere ve onların hukuki haleflerine aittir. Tasarım üzerinde birden fazla kişinin hakkı varsa ve aralarında dava yetkisini belirleyen bir sözleşme yoksa, TMK’de düzenlenen paylı mülkiyet hükümlüleri uygulama alanı bulmaktadır.

Moda tasarımlarına ilişkin davalarda davacılar, sıklıkla tecavüzün tespiti, men’i ve ref’i ile maddi ve manevi tazminat taleplerini bir arada ileri sürmektedir. Bu çerçevede Yargıtay tarafından onanan davaya konu olayda; davacının tescilli tasarımına, ayırt edilemeyecek ölçüde benzer ürünlerin davalı işyerinde satışa sunulduğu tespit edilmiş olup, mahkeme tasarım hakkına tecavüzün varlığını kabul etmiş ve maddi-manevi tazminata hükmetmiştir. Ancak Yargıtay, bu kararın tazminat boyutunu değerlendirirken; davalının tasarımı bilerek kullandığının veya bilebilecek durumda olup olmadığının somut biçimde ortaya konulması gerektiğine işaret etmiştir. Bu yönden kararın eksik incelemeye dayandığını belirterek bozmuştur.⁴⁵⁵ Bu karar, moda sektöründe tasarım hakkına dayalı taleplerin yalnızca tescile değil, aynı zamanda ihlalin ağırlığı, piyasa koşulları ve taraflar arası ilişkinin niteliğine göre değerlendirilmesi gerektiğini de ortaya koymaktadır.

Benzer şekilde, Yargıtay 11. Hukuk Dairesi’nin 15 Şubat 2023 tarihli kararı da moda tasarımlarının korunmasına ilişkin içtihatlar arasında dikkat çekici bir örnektir. Söz konusu uyuşmazlıkta, davacının tescilli moda tasarımlarının davalı tarafından yetkisiz şekilde

⁴⁵⁵ Yargıtay 11. HD, 30.05.2022 T., 2020/1455 E., 2022/4194 K., <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/e-2020-1455-k-2022-4194-t-30-5-2022> (Erişim Tarihi: 02.04.2025).

çoğaltılarak piyasaya sürüldüğü tespit edilmiş olup mahkeme, bilgilenmiş kullanıcı nezdinde genel izlenim bakımından yüksek düzeyde benzerlik bulunduğu ve tasarımın ayırt edici unsurlarının birebir ıktibas edildiğı sonucuna ulaşmıştır. Ancak Yargıtay, salt görsel benzerlik tespitinin tazminata hükmedilmesi için yeterli olmayacağını, ihlalin kapsamı, kusur derecesi ve piyasa etkisinin de somut delillerle ortaya konulması gerektiğini vurgulayarak kararı bu yönüyle bozmuştur. Bu yaklaşım, moda hukuku bağlamında, tasarım hakkına tecavüz davalarının yalnızca estetik benzerlik üzerinden değil, ekonomik ve hukuki boyutlarıyla bütüncül olarak ele alınması gerektiğini göstermesi bakımından önem taşımaktadır.⁴⁵⁶

Tasarım hakkına tecavüz niteliğindeki fiiller gerek Türk yargı mercileri gerekse uluslararası hukukta açıkça tanımlanmış ve sınırları çizilmiş durumdadır. Özellikle moda tasarımları söz konusu olduğunda, bir tasarımın birebir kopyalanması kadar, genel izlenim bakımından ayırt edilemeyecek derecede benzerinin ticari dolaşıma sokulması da koruma kapsamına girmektedir. Tasarımın, tasarım hakkı sahibinin izni dışında üçüncü kişilerce farklı iş yerlerinde bulundurulması, üretilmesi, doğrudan mağazalarda ya da dijital platformlar aracılığıyla satışa sunulması, tasarım hakkının ihlali anlamına gelmektedir. Ancak belirtmek gerekir ki, SMK'nın 153. maddesi uyarınca, kamuya sunulmuş bir tasarımın yalnızca kişisel kullanım amacıyla temin edilmesi ve bu doğrultuda kullanılması durumunda, söz konusu fiiller tasarım hakkına tecavüz sayılmamaktadır.

Tasarım hakkı ihlallerine ilişkin olarak açılacak davalarda görevli ve yetkili mahkeme hususu ise SMK'nın 156. maddesinde açıkça düzenlenmiştir. Buna göre, davalara bakmaya görevli mahkeme, özel ihtisas mahkemesi olan Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemeleridir. Ancak bu mahkemelerin bulunmadığı yargı çevrelerinde, hukuk davaları bakımından Asliye Hukuk Mahkemeleri, ceza davaları bakımından ise Asliye Ceza Mahkemeleri görevlidir. Yetki bakımından ise, dava açılacak mahkeme seçenekleri geniş tutulmaktadır. Tecavüz davalarında yetkili mahkeme; tasarım hakkı sahibinin yerleşim yeri mahkemesi, hukuka aykırı fiilin gerçekleştiğı yer mahkemesi veya bu fiilin sonuçlarının ortaya çıktığı yer mahkemesidir. Eğer davacı gerçek ya da tüzel kişinin Türkiye'de yerleşim yeri bulunmuyorsa, bu durumda davanın açıldığı tarihte Tasarım Sicilinde kayıtlı vekilin yerleşim yeri mahkemesi yetkili kabul edilmektedir. Vekil kaydı silinmişse, davaya TÜRKPATENT'nın merkezi olan yerdeki (Ankara) mahkemelerde bakılmaktadır.⁴⁵⁷

⁴⁵⁶ Yargıtay 11. HD, 15.02.2023 T., 2021/6330 E., 2023/875 K., <https://www.sonkarar.com/kararlar/yargitay-11-hukuk-dairesi-2021-6330-esas-2023-875-karari-01480459-fa90-5ebc-9842-596ee28749d5?utm> (Erişim Tarihi: 08.08.2025).

⁴⁵⁷ SULUK, KARASU, NAL, s.384.

Tasarım hakkına yönelik tecavüz davaları, SMK'nın 157. maddesi uyarınca TBK'nın genel zamanaşımı hükümlerine tabidir. Bu kapsamda tasarım hakkı sahibi, ihlalin ve faili olan kişinin öğrenilmesinden itibaren iki yıl içinde dava açmakla yükümlüdür. Bununla birlikte, tecavüz fiilinin öğrenilmesinden bağımsız olarak, her durumda fiilin meydana geldiği tarihten itibaren on yıllık mutlak zamanaşımı süresi işlemektedir.⁴⁵⁸

⁴⁵⁸ SULUK, KARASU, NAL, s.385.

BÖLÜM 3- ÜLKELERİN MODA TASARIMLARINA ÇEŞİTLİ YAKLAŞIMLARI

3.1. Ülkelerin Moda Tasarımlarını Koruma Yaklaşımları

3.1.1. Fransa’da Moda Tasarımlarının Tasarım Hukuku ile Korunması

Moda endüstrisi, Fransa’da fikri mülkiyet hukukunun önemli bir parçası olan tasarım korumasından geniş ölçüde yararlanmaktadır. Moda tasarımları, Fransız Fikri Mülkiyet Kanunu’nun⁴⁵⁹ beşinci kitabında düzenlenen tasarım tescili yoluyla korunabilmektedir. Fransız Hukukunda “tasarım” kavramı, bir ürünün veya ürün parçasının dış görünümünü ifade etmektedir. Bu görünüm; çizgi, kontur, renk, şekil, doku veya materyal gibi özelliklerden kaynaklanabilmekle birlikte ürünün kendisine ya da süslemesine ilişkin olabilmektedir.⁴⁶⁰

Fransız Fikri Mülkiyet Kanunu (CPI), moda tasarımlarını çizimler ve modeller⁴⁶¹ başlığı altında özel olarak düzenlemektedir. CPI’nin L511-1 maddesi uyarınca bir tasarım, *“bir ürünün tümünün veya bir kısmının, çizgi, kontur, renk, şekil, doku veya kullanılan materyal gibi unsurlarla oluşturulan dış görünümüdür”*.⁴⁶² Moda tasarımları bu tanım kapsamında değerlendirilmekte olup; giysi, çanta veya ayakkabı gibi ürünlerin estetik dış görünümü bu yolla korunmaktadır.

Tasarım koruması, yalnızca yenilik ve ayırt edicilik koşullarının sağlanması halinde mümkündür. CPI’nin L511-3 maddesi, yeniliği, tescil başvurusunun yapıldığı tarihte tasarımın aynısının kamuya sunulmamış olması şeklinde tanımlamaktadır.⁴⁶³ Burada “aynılık”, yalnızca küçük farklar içeren ama genel izlenimi aynı olan tasarımları kapsamaktadır. Yenilik değerlendirmesi yalnızca Fransa ile sınırlı değildir. Tasarımın dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmuş olması yeniliği ortadan kaldırmaya yetmektedir.⁴⁶⁴ Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri Patent ve Marka Ofisi’nde yayımlanan bir tasarım, Fransa’daki başvuruda

⁴⁵⁹ Code de la propriété intellectuelle, CPI.

⁴⁶⁰ CPI, legifrance.gouv.fr, (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁶¹ dessins et modèles.

⁴⁶² CPI, art. L511-1, legifrance.gouv.fr, (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁶³ CPI, art. L511-3, legifrance.gouv.fr, (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁶⁴ INPI France, Comprendre la condition de nouveauté.

yenilik engeli oluşturmamaktadır. Bununla birlikte CPI'nin L511-6 maddesi uyarınca, tasarım sahibi veya onun halefinin yaptığı kamu açıklamaları, açıklamadan sonraki 12 ay içinde başvuru yapılmışsa, yenilik bakımından engel oluşturmamaktadır. Bu düzenleme, “grace period” olarak adlandırılan istisnai süredir.⁴⁶⁵

Ayırt edici nitelik, CPI'nin L511-4 maddesinde düzenlenmiş olup, tasarımın bilgilenmiş gözlemci üzerinde daha önce kamuya sunulmuş tasarımlardan farklı bir genel izlenim yaratması gerektiğini ifade etmektedir. Bilgilenmiş gözlemci, sektördeki eğilimleri bilen, ortalama tüketiciden daha dikkatli ancak teknik bir uzman olmayan kurmaca kişidir.⁴⁶⁶ Bu kavram, Fransız Yargıtayı'nın 13 Mart 2019 tarihli kararında da somut bir biçimde değerlendirilmiştir. Einstein Shoes BV ve Ferro Footwear BV şirketlerinin, Chaussea adlı Fransız ayakkabı zincirine karşı açtığı davada, ayakkabı tabanlarına ilişkin tescilli tasarımların ihlal edildiği iddia edilmiştir. İlk derece mahkemesi, bilgilenmiş gözlemciyi sektörde profesyonel faaliyet gösteren kişilerle sınırlandırarak, tasarımın ayırt edici niteliğini kabul etmiş, ancak Paris Temyiz Mahkemesi bu kavramı daha geniş yorumlamış ve düzenli ayakkabı tüketicisinin dahi bu tasarımlar arasında fark görebileceğini belirtmiştir. Yargıtay ise bu yorumu isabetsiz bularak, bilgilenmiş gözlemci tanımının, sektörel bilinç ve estetik değerlendirme yetisine sahip, teknik uzman olmayan ama konuyla ilgili farkındalığı yüksek kişilerle sınırlı tutulması gerektiğini vurgulamış ve temyiz mahkemesinin kararını bozmuştur.⁴⁶⁷ Bu karar, ayırt edici niteliğin değerlendirilmesinde bilgilenmiş gözlemcinin rolünün sınırlarını çizmesi bakımından Fransız Tasarım Hukuku açısından önemli bir içtihat teşkil etmektedir.

CPI'nin L511-8 maddesi uyarınca, bir ürünün sadece teknik işlevini yerine getirmesi için zorunlu olan görünüm unsurları tasarım korumasından yararlanamamaktadır. Örneğin, bir elbisenin yaka kesimi yalnızca işlevsel bir gereklilikten kaynaklanıyorsa korunmaz ancak bu yaka üzerinde kullanılan özgün dantel veya işleme unsurları koruma kapsamında olabilmektedir.

Fransa'da moda tasarımları için başvuru, Fransız Patent Ofisi⁴⁶⁸ (INPI) nezdinde yapılmakta olup, tescil ilk etapta yalnızca şekli bir incelemeye tabidir. Yenilik ve ayırt edici

⁴⁶⁵ CPI, art. L511-6, legifrance.gouv.fr, (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁶⁶ <https://www.worldtrademarkreview.com/global-guide/designs/2017/article/protecting-and-enforcing-design-rights-france> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁶⁷ Cour de cassation, chambre commerciale, 13 mars 2019, n°17-28.560. Ayrıca bkz: “The boot is on the other foot: French Supreme Court clarifies standard for design protection,” *IPKat Blog*, 2019, <https://ipkitten.blogspot.com/2019/04/the-boot-is-on-other-foot-french.html> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁶⁸ Institut National de la Propriété Industrielle.

nitelik koşulları ise yalnızca dava sürecinde mahkemeler tarafından değerlendirilmektedir.⁴⁶⁹ Tescil edilen bir tasarım için koruma süresi ilk etapta beş yıldır ve beşer yıllık dönemlerle toplam 25 yıla kadar uzatılabilmektedir.⁴⁷⁰ Ancak koruma, tescilin hükümsüz kılınması veya sürenin dolmasıyla sona ermektedir. Hükümsüzlük halleri CPI'nin L512-4 maddesinde düzenlenmiş olup, yenilikten yoksunluk, kamu düzenine aykırılık veya başkasının öncelikli hakkına tecavüz gibi sebepler hüküm altına alınmıştır. Bununla birlikte, CPI'nin L112-2 maddesinin 12. fıkrası ise özellikle “sezonsal moda ürünlerini” koruma altına alarak, bu ürünlerin fikri ürün olarak telif korumasına konu olabileceğini belirtmiştir. Ancak uygulamada çoğu moda tasarımının özgünlük eşiği, telif için yeterli görülmediğinden yalnızca Tasarım Hukuku kapsamında değerlendirilmektedir.⁴⁷¹

CPI'nin L511-9 maddesi uyarınca, tasarım hakkı, tasarımı yaratan kişiye veya onun hukuki haleflerine tanınmaktadır. Ancak tasarım, hakkı olmayan biri tarafından kötü niyetle tescil ettirilmişse, gerçek hak sahibi, CPI m. L511-10 çerçevesinde, tescilin ilanından itibaren üç yıl içinde iptal talebinde bulabilmekte olup; tescilin kötü niyetle yapıldığının ispatı halinde ise bu süre sınırı uygulanmaz ve hak sahibi, koruma süresi boyunca tescilin iptalini talep edebilmektedir.

Tasarım hakkını sona erdiren hallerden biri olan hükümsüzlük hem tasarımın hukuki statüsünü hem de koruma kapsamını derinden etkileyen bir yargısal süreçtir. Hükümsüzlük, tescilin baştan itibaren geçersiz sayılması anlamına gelir ve bu durum, tasarımın hiçbir zaman korunmamış olduğu sonucunu doğurmaktadır. Fransız sisteminde hükümsüzlük kararları yalnızca yargı mercilerince verilebilir; idari otorite olan INPI bu konuda yetkili değildir.⁴⁷² Hükümsüzlük davası, genellikle tasarımın mevzuatta öngörülen koruma koşullarını taşımadığı ya da istisnai hükümlerden birine tabi olduğu gerekçesiyle açılmaktadır.

CPI'nin L512-4 maddesi çerçevesinde, bir tasarımın hükümsüz sayılmasını gerektiren başlıca durumlar şunlardır: tasarımın yeni veya ayırt edici nitelikte olmaması, yalnızca teknik zorunluluklardan kaynaklanması, kamu düzenine aykırı olması, tescilin kötü niyetli yapılması,

⁴⁶⁹ The Fashion Law, France: Legal Protections for Fashion, <https://www.thefashionlaw.com/resource-center/france-legal-protections-for-fashion/#:~:text=France%20enjoys%20the%20most%20extensive,expression%20that%20embodies%20the%20work>. (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁷⁰ CPI m. L513-1, legifrance.gouv.fr, (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁷¹ NURCU, s.121.

⁴⁷² <https://livv.eu/glossaire/action-en-nullite-dessins-ou-modeles> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

üçüncü kişilerin öncelikli haklarına tecavüz etmesi ya da telif hakkı gibi diğer fikri mülkiyet haklarını ihlal etmesidir.

Fransız hukuku, 2019 yılında yürürlüğe giren PACTE Yasası ile tasarım hükümsüzlüğüne ilişkin önemli bir değişiklik getirmiştir. Söz konusu yasal düzenleme ile CPI'ye eklenen L521-3-2 maddesi, hükümsüzlük taleplerinin herhangi bir zamanaşımı veya hak düşürücü süreye tabi olmadığını açıkça hükme bağlamıştır.⁴⁷³ Bu kapsamda, tescilin üzerinden uzun yıllar geçmiş olsa dahi, bir tasarımın baştan itibaren koruma şartlarını taşımadığı ispatlandığında, menfaati bulunan kişiler tarafından hükümsüzlük talebi ileri sürülebilmektedir. CPI'nin L512-6 maddesine göre, hükümsüzlük kararı kesin hüküm teşkil etmekte olup, tescil sistemine kaydedilmek suretiyle hukuki etkilerini doğurmaktadır.

Fransız hukuk sisteminde tasarım korumasına ilişkin düzenlemeler, genel yapısı itibarıyla Türk tasarım hukukuyla önemli benzerlikler taşımaktadır. Her iki sistem de tasarımların tescil yoluyla korunmasını esas almakta olup, estetik nitelik taşıyan, özgün ve ayırt edici tasarımlara hukuki güvence sunmaktadır. Ancak bu benzerliklere rağmen Fransa'daki sistemde öne çıkan temel fark, ulusal düzeyde tescilsiz tasarımlara yönelik doğrudan bir koruma mekanizmasının bulunmamasıdır. Fransız iç hukukunda bu alandaki boşluk, Avrupa Birliği mevzuatının bir parçası olan Topluluk Tasarımı Rejimi kapsamında tanınan tescilsiz tasarım koruması aracılığıyla giderilmektedir. Böylece Fransa, AB normlarına dayanarak 3 yıllık süreyle sınırlı da olsa tescilsiz tasarımlar için dolaylı bir koruma sağlamaktadır.⁴⁷⁴

Fransız tasarım hukuku, uygulamada moda tasarımlarının korunmasını yenilik, ayırt edici nitelik ve bilgilenmiş gözlemci kriterleri çerçevesinde şekillendirmiştir. Bu çerçevede verilen yargı kararları hem tasarım sahiplerinin hem de piyasada faaliyet gösteren diğer aktörlerin haklarını güvence altına alan önemli içtihatlar üretmiştir.

Fransa'da moda tasarımlarına ilişkin en bilinen davalardan biri, Isabel Marant v. Mango davasıdır. Isabel Marant, 2013 yılına ait "Scarlet" adlı ayakkabı tasarımının Mango tarafından taklit edildiğini iddia ederek Paris Mahkemesi nezdinde dava açmıştır. Mahkeme, tasarım arasındaki benzerliğin bilgilenmiş gözlemci nezdinde farklı bir izlenim yaratmadığını belirterek tasarım hakkının ihlal edildiğine karar vermiştir.⁴⁷⁵

⁴⁷³ CPI, art. L521-3-2 (modifié par la loi n°2019-486 du 22 mai 2019 – dite Loi PACTE).

⁴⁷⁴ WITZBURG, s.1145.

⁴⁷⁵ Tribunal de grande instance de Paris, 3ème ch. – 3ème sec., jugement du 25 mars 2016, <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-grande-instance-de-paris-3eme-ch-3eme-sec-jugement-du-25-mars-2016/> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

Christian Louboutin'in ikonik kırmızı tabanlı ayakkabı tasarımı, bir zafer de Fransa'da kazanmıştır. Fransa'da görülen davada Louboutin, Fransız ayakkabı markası Kesslord'un benzer kırmızı tabanlı ayakkabılar üreterek kendi tasarımına tecavüzde bulunduğunu ileri sürmüştür.⁴⁷⁶ Paris Temyiz Mahkemesi, bu iddiayı değerlendirirken, Louboutin'in kırmızı taban tasarımının zaman içerisinde yalnızca estetik bir unsur değil, aynı zamanda “ayrıt edici işaret” haline geldiğini kabul etmiştir. Mahkeme, kırmızı tabanın moda dünyasında tanınırlığa ulaşmış olduğunu, bilgilenmiş bir gözlemcinin bu tasarımı Louboutin markası ile özdeşleştirdiğini ve bu nedenle tasarımın özgünlüğünü yitirmeksizin ayrıt edici nitelik kazandığını belirtmiştir. Kesslord'un ürünlerinin, doğrudan bire bir taklit olmasa da genel izlenim itibarıyla Louboutin'in tasarımıyla güçlü bir çağrışım ilişkisi kurduğu değerlendirilmiş ve bu durum tasarım hakkının ihlali olarak yorumlanmıştır.⁴⁷⁷

Sonuç itibarıyla, Fransa'da moda tasarımlarının korunmasına ilişkin hukuk sistemi hem normatif altyapısı hem de yargı içtihatları bakımından Avrupa'da en gelişmiş modellerden birisidir. 1992 tarihli Fransız Fikri Mülkiyet Kanunu'nun beşinci kitabı kapsamında düzenlenen tescilli tasarımlar rejimi, “yenilik” ve “ayrıt edicilik” kriterleri çerçevesinde şekillenmiş olup; “bilgilenmiş gözlemci” ölçütü ile soyut estetik değerlerin hukuk alanında nesnel bir değerlendirmeye tabi tutulmasını mümkün kılmıştır. Bu sistemin, Avrupa Birliği Topluluk Tasarım Tüzüğü ile entegre biçimde uygulanması ise tasarımlara ulusal sınırların ötesinde koruma sağlamaktadır. Nihayetinde Fransa, moda tasarımlarının fikri mülkiyet rejimi içinde güçlü bir şekilde korunmasına imkân tanıyan gerek iç hukuk gerekse Avrupa hukuku ile bütünleşmiş öncü bir sistem inşa etmiştir.

3.1.2. Birleşik Krallık'ta Moda Tasarımlarının Tasarım Hukuku Kapsamında Korunması

Birleşik Krallık'ta moda tasarımlarının korunması hem tescilli hem de tescilsiz tasarım haklarını kapsayan ikili bir sistem çerçevesinde yürütülmektedir. Bu sistemin yasal temelini 1988 tarihli Telif Hakkı, Tasarımlar ve Patentler Kanunu⁴⁷⁸ ile 2014 tarihli Fikri Mülkiyet

⁴⁷⁶ SAS Kesslord Paris v. Christian Louboutin, Cour d'Appel de Paris, 15 Mayıs 2018.

⁴⁷⁷ **MAZZA**, Valentina, Louboutin Wins Before the CJEU: the Red Sole is a Valid Trademark, 2018, <https://thefashionablelawyers.com/2018/06/29/louboutin-wins-before-the-cjeu-the-red-sole-is-a-valid-trademark/> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

⁴⁷⁸ Copyright, Designs and Patents Act – CDP, <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1988/48/contents> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

Kanunu⁴⁷⁹ oluşturmaktadır. Söz konusu düzenlemeler tasarımların hem kayıt altına alınarak hem de belirli şartlar altında kendiliğinden korunmasına olanak tanımaktadır. Moda tasarımlarının korunmasında, bu esnek yapı sayesinde tasarımcılar, hızlı üretim süreçlerine uyum sağlayabilecek şekilde hak elde edebilmektedir. Bununla birlikte Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılması sonrası AB kaynaklı tasarım korumalarının geçerliliğini yitirmesi, özellikle moda sektörü bakımından yeni düzenlemeleri gündeme getirmiştir.

Birleşik Krallık hukukunda moda tasarımlarının korunması, tescilli ve tescilsiz tasarım hakları olmak üzere iki ana rejim altında incelenmektedir. Tescilli tasarımlar 1949 tarihli Tescilli Tasarımlar Kanunu⁴⁸⁰ kapsamında korunurken, tescilsiz tasarımlar ise 1988 tarihli Telif Hakkı, Tasarımlar ve Patentler Kanunu ile güvence altına alınmıştır. Tescilli tasarımlar için başvuru, Birleşik Krallık Fikri Mülkiyet Ofisi (UKIPO) nezdinde yapılmakta olup, bu başvuru yalnızca şekli incelemeye tabi tutulmaktadır. Tasarımın yeniliği veya özgünlüğü doğrudan denetlenmemektedir.⁴⁸¹

Tescil edilen bir tasarım, başvuru tarihinden itibaren beş yıl süreyle korunmak olup, bu süre beşer yıllık dönemlerle toplamda 25 yıla kadar uzatılabilmektedir.⁴⁸² Başvuru süreci, UKIPO üzerinden çevrimiçi olarak yürütülmekte olup düşük maliyetlidir. Bu sistem, moda sektörünün hızlı tüketim doğasına uyumlu bir koruma mekanizması sunmaktadır.

Tasarım tescili için gereken kriterler, yenilik ve bireysel karakter şartlarıdır. Bir tasarımın yeni sayılabilmesi için, başvuru tarihinde aynısının daha önce kamuya sunulmamış olması gerekmektedir. Bireysel karakter ise, bilgilendirilmiş kullanıcı üzerinde önceki tasarımlardan farklı bir genel izlenim bırakması anlamına gelmektedir.⁴⁸³ Tescilin koruma kapsamı başvuru sırasında sunulan görsellere bağlıdır. Bir giysi veya aksesuarın tasarımın tescil ettirirken, korunacak tasarımın görsellerle doğru tanımlanması gerekmektedir. Örneğin, Magmatic v. PMS davasında başvuru sahibi çocuk valizinin tasarımını çizgi çizimlerle tescil ettirdiği için rakip firma PMS, benzer şekilli fakat üzeri desenli bir valiz ürettiğinde bu ihlal olarak değerlendirilmemiştir. Çünkü başvuru, desen içermeyen soyut bir şekil olarak

⁴⁷⁹ Intellectual Property Act, <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2014/18/contents/enacted> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁸⁰ Registered Design Act, RDA, <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/Geo6/12-13-14/88/contents> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁸¹ <https://www.gov.uk/register-a-design> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁸² <https://www.gov.uk/renew-registered-design> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁸³ BENTLY, SHERMAN, s.721.

yorumlanmıştır.⁴⁸⁴ Bu örnek moda tasarımcılarının tescil sürecinde tasarımlarının tüm ayırt edici yönlerini kapsayacak şekilde başvuru yapmalarının önemini ortaya koymaktadır.

Tescilli tasarım sistemi, moda sektörüne hızlı ve az maliyetli bir koruma sağlamaktadır. Tasarım tescili, nispeten düşük ücretlerle ve yalnızca şekli incelemeye kısa sürede alınabildiğinden dolayı, moda markaları koleksiyonlarındaki önemli parçaları kayıt altına alabilmektedir. Örnek verecek olursak, lüks moda markası Jimmy Choo, ünlü “Ramona” çantasının tasarımını AB nezdinde tescil ettirerek hem Birleşik Krallık’ta hem AB’de koruma sağlamış ve daha sonra bu tasarımını taklit eden bir ürünü satan şirket aleyhine tasarım hakkına dayalı dava açmıştır.⁴⁸⁵ Jimmy Choo v. Towerstone davasında mahkeme, Towerstone şirketinin Oxford Street mağazasında satışa sunduğu çantanın, Jimmy Choo’nun tescilli “Ramona” çantasının taklit edilmesi suretiyle üretildiğine hükmederek tasarım hakkı ihlalini tespit etmiştir.⁴⁸⁶ Bu karar, tescilli tasarım korumasının moda ürünlerine karşı birebir kopyalamalarda güçlü bir caydırıcılık sağlanabildiğini göstermektedir. Bununla birlikte tasarımcıya tanına hoşgörü süresi kapsamında, tasarım kamuya sunulduktan sonra 12 ay içinde tescil başvurusu yapılabilir. Bu uygulama, özellikle moda sektöründeki hızlı trend değişimlerine uyum sağlamak adına önemlidir.⁴⁸⁷

Birleşik Krallık, moda tasarımlarını yalnızca tescilli haklarla değil; aynı zamanda başvuru gerektirmeksizin doğan ulusal tescilsiz tasarım hakkı⁴⁸⁸ aracılığıyla da korumaktadır. Bu koruma türü, 1988 tarihli Copyright, Designs and Patents Act (CDPA) m.213 kapsamında düzenlenmiş olup, özellikle ürünlerin üç boyutlu yapısal biçimlerini korumayı hedeflemektedir.⁴⁸⁹ Buna göre, bir ürünün ya da onun parçasının dış veya iç şekli ya da konfigürasyonu tasarımın kapsamına girerken; yalnızca yüzeysel desenler, renk düzenlemeleri ya da süslemeler gibi iki boyutlu unsurlar bu koruma dışındadır.⁴⁹⁰

UK UDR kapsamında koruma, herhangi bir resmi başvuruya gerek duyulmaksızın tasarımın oluşturulması veya ürüne uygulanması ile kendiliğinden doğmaktadır. Ancak bu

⁴⁸⁴ Magmatic v. PMS UKSC/2014/0147 (Trunki Davası), <https://www.supremecourt.uk/cases/uksc-2014-0147> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁸⁵ Jimmy Choo (Jersey) Limited v. Towerstone Limited ve diğerleri, [2008] EWHC 346 (Ch).

⁴⁸⁶ <https://cms-lawnow.com/en/ealerts/2008/03/high-court-finds-infringement-of-jimmy-choo-design-rights> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁸⁷ Registered Designs Act 1949, Section 1B(8).

⁴⁸⁸ UK Unregistered Design Right - UK UDR.

⁴⁸⁹ Copyright, Designs and Patents Act 1988, Section 213.

⁴⁹⁰ Copyright, Designs and Patents Act 1988, Section 213/3.

hakkın tanınabilmesi için tasarımın orijinal olması ve yaygın olmaması şarttır.⁴⁹¹ Orijinallik, tasarımcının bağımsız yaratım sürecini yansıttığı ölçüde sağlanmaktadır. Aksi hâlde, var olan bir tasarımın kopyalanması suretiyle meydana gelen bir tasarım, CDPA m.213(4) anlamında orijinal sayılamamaktadır.

Yargı içtihatları bu çerçevede oldukça belirleyicidir. Özellikle Lambretta Clothing Company Ltd v. Teddy Smith (UK) Ltd davasında mahkeme, yalnızca kırmızı-mavi-beyaz şerit desenlerinden ibaret olan eşofman tasarımının yapısal bir katkı içermediği gerekçesiyle, tescilsiz tasarım koruması kapsamında değerlendirilemeyeceğine hükmetmiştir. Mahkemeye göre bu tür dekoratif unsurlar yalnızca yüzey süslemesi niteliğinde olup, üç boyutlu yapı korumasına uygun değildir.⁴⁹²

Tescilsiz tasarım hakkının süresi, tasarımın çizim veya model olarak somutlaştırıldığı tarihten itibaren en fazla 15 yıl, ancak ürünün ilk kez piyasaya sürüldüğü yılın sonundan itibaren 10 yıl olarak sınırlıdır.⁴⁹³ Bu ikili sistem, tasarımcının ürününü hemen ticarileştirmesi hâlinde daha kısa bir koruma süresi ile karşılaşmasına neden olmakta; ancak ticari lansman ertelenirse, toplamda 15 yıllık bir koruma mümkün olabilmektedir.⁴⁹⁴

2020 sonrası Brexit süreciyle birlikte, Birleşik Krallık AB'den ayrılmış olsa da bu tarihe kadar AB içindeki tescilsiz tasarımlardan faydalanmak mümkündür. Brexit sonrasında ise, Supplementary Unregistered Design (SUD) olarak adlandırılan yeni bir tescilsiz tasarım rejimi yürürlüğe girmiş ve bu sistemle Birleşik Krallık içinde ilk kez kamuya sunulan tasarımlar için üç yıllık otomatik koruma sağlanmaya başlanmıştır.⁴⁹⁵

Birleşik Krallık mevzuatına göre, tescilsiz tasarım hakkına sahip kişi bu hakkı devredebilir veya lisanslayabilir. Ancak lisans sözleşmesinin hukuken geçerli olabilmesi için UKIPO'ya kaydedilmesi zorunludur.⁴⁹⁶ CDPA m.223 kapsamında, koruma süresinin son beş yılında, tasarım sahibinin talebi üzerine, makul koşullarda üçüncü kişilere zorunlu lisans verme yükümlülüğü de doğabilmektedir. Bu düzenleme, özellikle kalıcı ticari değere sahip tasarımlar açısından rekabet dengesinin sağlanması ve tekel etkisinin azaltılması amacını taşımaktadır.

⁴⁹¹ <https://www.gov.uk/unregistereddesigns#:~:text=There%20are%20rights%20that%20protect,it%20meets%20the%20eligibility%20criteria> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁹² *Lambretta Clothing Co. Ltd v Teddy Smith (UK) Ltd* [2004] EWCA Civ 886, <https://ipkitten.blogspot.com/2004/07/lambretta-appeal-stalls-in-design.html> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁹³ CDPA 1988, m.216(1).

⁴⁹⁴ <https://www.gov.uk/unregistereddesigns#:~:text=There%20are%20rights%20that%20protect,it%20meets%20the%20eligibility%20criteria> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁹⁵ <https://www.gov.uk/unregistered-designs> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁹⁶ NURCU, s.128.

Tüm bu düzenlemeler ışığında, Birleşik Krallık'ta tescilsiz tasarım hakkı, moda endüstrisinin hızlı döngüsüne uygun, esnek ve başvuru gerektirmeyen bir koruma mekanizması sunmaktadır. Bununla birlikte, koruma kapsamının yalnızca üç boyutlu yapılarla sınırlı olması, moda sektöründe birçok tasarımın yüzeysel estetikten ibaret olduğu düşünüldüğünde, korumanın sınırlarını daraltmaktadır. Bu nedenle, tasarımcıların hak kaybı yaşamamak adına, özellikle önemli tasarımlarını tescil ettirme yoluna gitmeleri önerilmektedir.

Birleşik Krallık mahkemelerince verilen kararlar da bu korumanın sınırlarını ve uygulama şeklini açıkça ortaya koymaktadır. Örneğin *G-Star Raw v. Rhodi* kararında, G-Star, kendi üretimi olan bir Jean pantolon tasarımının, Rhodi firması tarafından büyük oranda taklit edildiğini ve bunun tescilsiz tasarım hakkı ihlali oluşturduğunu ileri sürmüştür. Dava konusu tasarımın özgün cepleri, dikiş desenleri ve kesimi, G-Star'ın markasına ait tipik unsurlar olarak değerlendirilmiştir. Mahkeme, bu tasarımın G-Star tarafından yaratıldığını ve orijinal olduğunu tespit ederek, Rhodi'nin ürünlerinin G-Star'ın tasarımına çok benzediğine ve bu nedenle tescilsiz tasarım hakkının ihlal edildiğine hükmetmiştir.⁴⁹⁷

Benzer şekilde daha yakın tarihli bir dava olan *Response Clothing v. Edinburgh Woollen Mill* kararında ise, Response Clothing firması, kendilerine ait özgün kazak tasarımının, Edinburg Woollen Mill (EWM) tarafından birebir kopyalandığını iddia etmiştir. Tasarım, kumaş örgü yapısı ve üzerindeki motifler ile özgünlük taşıdığı gerekçesiyle korunmaya değer bulunmuştur. Mahkeme, tasarımın üç boyutlu biçimi itibarıyla CDPA kapsamında tescilsiz tasarım hakkı korumasına sahip olduğuna ve EWM'nin bu tasarımı izinsiz şekilde üretmesinin hak ihlali teşkil ettiğine karar vermiştir.⁴⁹⁸ Bu dava, özellikle tekstil sektöründe tescilsiz hakların etkinliğini vurgulayan güncel bir örnek niteliğindedir.

Tüm bu kararlar ışığında, tescilsiz tasarım korumasının, Birleşik Krallık moda endüstrisinde hızlı üretim-tüketim döngüsüne önemli bir yanıt oluşturduğu açıktır. Ancak koruma sınırlarının dar ve yoruma açık oluşu, hak sahiplerinin daha güvenli bir koruma sağlamak adına tescil yoluna gitmelerini gerektirmektedir. Bu nedenle, moda tasarımcılarının hem yaratım sürecinde hem de tasarımlarının sunum aşamasında stratejik hareket etmeleri gerek korumanın varlığı gerekse ihlallerin ispatı bakımından kritik önem taşımaktadır.

⁴⁹⁷ *G-Star Raw CV v Rhodi & Co UK Ltd* [2015] EWHC 216 (IPEC), [2015] ECDR 10, <https://www.11southsquare.com/notable-cases/g-star-raw-cv-rhodi-ors-2015-ewhc/> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

⁴⁹⁸ *Response Clothing Ltd v Edinburgh Woollen Mill Ltd* [2020] EWHC 148 (IPEC), [2020] Bus LR 535, <https://www.marks-clerk.com/insights/latest-insights/102jw2j-response-clothing-limited-v-the-edinburgh-woollen-mill-limited/> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

3.1.3. ABD’de Moda Tasarımlarının Tasarım Hukuku Kapsamında Korunması

Moda sektörü, özgün tasarımların hızla kopyalanabildiği ve yüksek modadan esinlenen ucuz taklit ürünlerin piyasayı doldurduğu bir alandır. Amerikan fikri mülkiyet sistemi içinde moda tasarımlarını kapsamlı bir şekilde koruyan özel bir sui generis yasa henüz mevcut değildir. Bu nedenle tasarımcılar mevcut hukuki araçlara başvurmak zorundadırlar. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Hukukunda kıyafet, ayakkabı, çanta ya da aksesuar gibi moda ürünlerinin görünümleri başlıca tasarım patentleri yoluyla korunabilmektedir. Zira marka veya telif koruması genellikle ya ürünün işlevsel olmayan ayırt edici adını/logosunu ya da ayrılamayan sanatsal desenlerini kapsamaktadır. Oysa tasarım patentleri doğrudan ürünün dış görünümünü tek başına korumaya yöneliktir.⁴⁹⁹ Moda endüstrisinde özgün tasarımlar yaratıcı emeğin ürünü olup, bu tasarımların kopyalanması tasarımcıların ekonomik çıkarlarını ve markaların itibarını zedeleyebilmektedir.

ABD tasarım patentlerini düzenleyen temel kanun, Birleşik Devletler Mevzuatı’nın Patentlere ilişkin olan 35. başlığının 2. kısmının 16. Bölümünün 171 ve devamı maddelerinde yer alan Patent Act hükümleridir. Anılan mevzuatın 171. maddesi “*her kim bir imalat eşyası için yeni, özgün ve süsleyici bir tasarım icat ederse, bu tasarım için, bu kanunda belirtilen şartlar dahilinde patent alabilir.*” şeklinde ifade edilmektedir.⁵⁰⁰ Bu hükümden de anlaşılacağı üzere tasarım patentinin koruduğu şey, bir ürünün teknik işleyişi veya yapısı değil, görünümüdür. Kanun, tasarım patentlerine genel patent mevzuatındaki diğer şartların da uygulanacağını belirtmektedir. Tasarım patenti alabilmek için tasarımın yeni ve orijinal olması, yani daha önce aynen mevcut olmaması ve önceki tasarımların aşikâr bir türevi niteliğinde olmaması gerekmektedir.⁵⁰¹ Ayrıca tasarım, tamamen süslemeye yönelik olmalı; eğer tasarımın unsurları tamamen ürünün fonksiyonuna ilişkin ise, örneğin sadece teknik bir zorunluluğun dikte ettiği şekiller, tasarım patentiyle korunamamaktadır.

⁴⁹⁹ <https://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title35/part2/chapter16&edition=prelim> (Erişim Tarihi: 10.04.2025).

⁵⁰⁰ <https://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title35/part2/chapter16&edition=prelim> (Erişim Tarihi: 10.04.2025).

⁵⁰¹ American Bar Association (ABA), Section of Intellectual Property Law, “*Choosing the Right IP to Protect Fashion Goods*”, Landslide Magazine, 2022, https://www.americanbar.org/groups/intellectual_property_law/resources/landslide/archive/choosing-right-ip-protect-fashion-goods/ (Erişim Tarihi: 10.04.2025).

Tasarım patentinde koruma kapsamı, ürünün görsel/ornamental özellikleriyle sınırlıdır. Örneğin bir ayakkabı tasarımında, ayakkabının estetik dış görünümü tasarım patenti ile korunabilirken, ayakkabının ayağı koruma işlevine yönelik teknik özellikleri tasarım patent kapsamına girmemektedir.⁵⁰² Koruma süresi, patentin veriliş tarihinden itibaren 15 yıl olup⁵⁰³ bu sürenin sonunda patent koruması sona ermektedir.⁵⁰⁴

Tasarım patenti ihlali yani tecavüz iddialarında mahkemeler, 19. yüzyıldan bu yana uygulanan “ortalama gözlemci testi”ni kullanmaktadırlar. Bu test ilk kez 1871 tarihli Gorham Co. v. White⁵⁰⁵ kararında ortaya konulmuş olup, günümüzde Federal Temyiz Mahkemesi⁵⁰⁶ tarafından 2008 tarihli Egyptian Goddess, Inc. v. Swisa, Inc davasında teyit edilmiştir.⁵⁰⁷ Egyptian Goddess kararına göre, bir ürünün tasarım patentini ihlal edip etmediği, ortalama bir gözlemcinin iki tasarımı karşılaştırdığında yanılgıya düşüp düşmeyeceğine bakılarak belirlenmektedir.⁵⁰⁸ Eğer ortalama bir gözlemci, ilgili tasarım konusunda bilgili olmak kaydıyla, itham edilen ürünü gördüğünde bunu patentli tasarımla aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzer olduğunu düşünürse ihlal olduğu kabul edilmektedir. Tasarımların birebir aynı olması gerekmemekte olup; küçük farklılıklar, genel izlenim düzeyinde önemli farklılıklar değil ise ihlalden bahsedilmektedir.⁵⁰⁹

Amerikan Tasarım Hukuku çerçevesinde, tescilli Tasarım Hukukuna yönelik ihlaller doğrudan ihlal ya da dolaylı ihlal şeklinde meydana gelebilmektedir. Doğrudan ihlal, patentli bir tasarımın, hak sahibinin izni olmaksızın üretilmesi, satılması, ithal edilmesi veya bu eylemlerden herhangi birinin gerçekleştirilmesi suretiyle meydana gelmektedir. Bu tür ihlaller, tasarım sahibinin haklarını doğrudan ihlal ettiği için mahkemeler tarafından titizlikle incelenmektedir.⁵¹⁰ Bu duruma örnek olarak, Columbia Sportswear North America Inc. v.

⁵⁰² MAHMOOD, Tiffany, Design Law in the United States as Compared to the European Community Design System: What Do We Need to Fix?, Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal, 2014, s.558.

⁵⁰³ 2015’ten önce başvurulmuş eski tasarımlar için 14 yıldır.

⁵⁰⁴ American Bar Association (ABA), Section of Intellectual Property Law, “Choosing the Right IP to Protect Fashion Goods”, Landslide Magazine, 2022, https://www.americanbar.org/groups/intellectual_property_law/resources/landslide/archive/choosing-right-ip-protect-fashion-goods/ (Erişim Tarihi: 10.04.2025).

⁵⁰⁵ Gorham Co. v. White, 18.11.1872, Dava Numarası Bilinmiyor, <https://www.courtlistener.com/opinion/88561/gorham-co-v-white/> (Erişim Tarihi: 11.04.2025).

⁵⁰⁶ Federal Circuit.

⁵⁰⁷ Egyptian Goddess, Inc. v. Swisa, Inc., 543 F.3d 665 (Fed. Cir.2008)

⁵⁰⁸ <https://studicata.com/case-briefs/case/egyptian-goddess-v-swisa/> (Erişim Tarihi: 11.04.2025).

⁵⁰⁹ Crocs, Inc. v. International Trade Comm’n, 598 F.3d 1294, 1304-1305 (Fed. Cir. 2010) kararı küçük farklılıkların tasarımın genel izleniminde önemsiz kalması halinde ihlal oluşacağını açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

⁵¹⁰ <https://www.theiplawblog.com/2014/08/articles/patent-law/no-inducing-patent-infringement-unless-there-is-direct-infringement/> (Erişim Tarihi: 11.04.2025).

Serius Innovative Accesories Inc. davası gösterilebilmektedir. Columbia, Series'un kendi patentlerini ihlal ettiğini iddia etmiş ve mahkeme, Series'un Columbia'nın tasarım patentlerini ihlal ettiğine karar vererek Columbia'ya 3.018.174 Amerikan Doları tazminat ödenmesine hükmetmiştir.⁵¹¹

Dolaylı ihlal ise, yönlendirme yoluyla tecavüz ve iştirak halinde tecavüz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yönlendirme yoluyla ihlal, bir kişinin başkasını kasıtlı olarak hak ihlali yapmaya teşvik etmesiyle gerçekleşmektedir. İştirak halinde ihlal ise, özellikle tasarım patenti kapsamındaki ürünün münhasır unsurlarını oluşturan parçaların ayrı ayrı üretilip dağıtılması veya satışa sunulması durumunda söz konusu olmaktadır.⁵¹²

Bu bağlamda moda sektörüne ilişkin önemli bir örnek, Lululemon Athletica Canada Inc. v. Calvin Klein Inc. davasında görülmektedir. Lululemon, tasarımına patent aldığı yoga pantolonlarının Calvin Klein tarafından kopyalandığını ve bu ürünlerin üretim ve dağıtım sürecinde Calvin Klein'in tedarikçisi olan G-III Apparel Group'un da iştirak halinde tecavüz teşkil edecek biçimde sorumluluğu olduğunu ileri sürmüştür.⁵¹³ Her ne kadar taraflar dava sürecini mahkeme dışı bir uzlaşma ile sonlandırmış olsa da dava dosyasında ileri sürülen iddialar, moda alanındaki tasarım patentlerinin sadece doğrudan değil, dolaylı ihlaller yoluyla da ciddi şekilde zedelenebileceğini ortaya koymuştur.⁵¹⁴ Bu bağlamda, tasarım patentlerinin yalnızca nihai ürün açısından değil, o ürünün üretim zincirinde rol alan üçüncü kişiler nezdinde de dikkatle korunması gerekmektedir.

Tasarım patentlerinden doğan hakların ihlali halinde, davacının talebi üzerine mahkemelerce tecavüzün dava sürecinde durdurulması amacıyla ihtiyati tedbir kararı verilebilmektedir.⁵¹⁵ Dava sonucunda ihlalin varlığı tespit edildiği takdirde, davalı taraf hem zararın karşılanması hem de kazanç kaybının giderilmesi amacıyla tazminat ödemeye mahkum edilmektedir.⁵¹⁶ Bu tazminat genellikle davaya konu olan tasarımın muhtemel lisans bedeli

⁵¹¹ Columbia Sportswear N.A., Inc. v. Seirus Innovative Accessories, Inc., 942 F.3d 1119 (Fed. Cir. 2019).

⁵¹² **NURCU**, s.137; <https://henry.law/blog/patent-infringement/> (Erişim Tarihi: 11.04.2025).

⁵¹³ Lululemon Athletica Canada Inc. v. Calvin Klein, Inc., Case No. 12-00087, U.S. District Court for the District of Delaware (2012).

⁵¹⁴ <https://www.wsj.com/public/resources/documents/0813lululemoncomplaint.pdf> (Erişim Tarihi: 11.04.2025).

⁵¹⁵ United States Code, Title 35, Section 283 – Injunction, <https://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title35/part2/chapter16&edition=prelim> (Erişim Tarihi: 11.04.2025).

⁵¹⁶ United States Code, Title 35, Section 284 – Damages, <https://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title35/part2/chapter16&edition=prelim> (Erişim Tarihi: 11.04.2025).

üzerinden belirlenmektedir.⁵¹⁷ Bununla birlikte Amerikan hukukunda tasarım patentleri 13 Mayıs 2015 tarihinden önce tescil edilmişse tescil tarihinden itibaren 14 yıl; bu tarihten sonra tescil edilmişse 15 yıl süreyle koruma sağlamaktadır. Koruma süresi sona eren tasarımlar kamuya mal olmakta ve serbestçe kullanılabilir hale gelmektedir.⁵¹⁸

Ayrıca belirtmek gerekir ki, moda endüstrisinde tasarım patentlerinin pratikteki uygulanabilirliği, sistemsal ve ekonomik bazı engellerle sınırlanmaktadır. Özellikle hızlı moda döngüsünde, ürünlerin raf ömrü yalnızca birkaç ayla sınırlı olduğundan, tasarım patentinin sağladığı 15 yıllık koruma süresi, çoğu zaman gereksiz ya da işlevsiz bir hale gelebilmektedir.⁵¹⁹ Ayrıca patent başvuru süreci hem yüksek maliyetleri hem de uzun onay süreleri nedeniyle küçük ölçekli moda girişimcileri açısından erişilebilir değildir.

Sonuç itibarıyla, ABD’de tasarım patentleri, moda tasarımlarına yönelik sınırlı fakat güçlü bir koruma imkânı sunmaktadır. Bu korumanın etkin bir şekilde işletilebilmesi için tasarımın; yenili, ayırt edicilik ve işlevsellikten ayrılabilirlik kriterlerini taşıması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, başvuru stratejilerinin dikkatle belirlenmesi, tasarımın tüm özgün yönlerini kapsayacak şekilde belgelenmesi ve pazara çıkmadan önce korunmasının sağlanması, hak sahipleri bakımından büyük önem arz etmektedir. ABD yargı içtihatları, her ne kadar zamanla korumanın kapsamını genişletme yönünde eğilim gösterse de moda gibi hızlı tüketilen ve yaratım döngüsü dinamik olan bir sektörde tasarımcılar, mevcut sistem içinde yaratıcı stratejiler geliştirmek zorunda kalmaktadır.

3.2. Türk Hukuku ile Uluslararası Hukukun Karşılaştırılması

Yukarıdaki incelemeler ışığında; Türkiye, Fransa, Birleşik Krallık ve ABD’nin moda tasarımlarını koruma yaklaşımları arasında belirgin farklılıklar olduğu görülmektedir. Türkiye ve Fransa, moda tasarımlarını sınai tasarım hukuku çerçevesinde güçlü bir şekilde korumaya çalışmaktadır. Her ikisi de AB tasarım mevzuatını esas aldıklarından dolayı tescilli/tescilsiz tasarım ayrımı, yenilik/ayırt edicilik kriterleri ve 25/3 yıl süre sistemleri ortaktır. Fransa, sanatın

⁵¹⁷ Aro Mfg. Co. v. Convertible Top Replacement Co., 377 U.S. 476 (1964), <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/377/476/> (Erişim Tarihi: 12.04.2025).

⁵¹⁸ United States Code, Title 35, Section 173– Term of Design Patent, <https://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title35/part2/chapter16&edition=prelim> (Erişim Tarihi: 12.04.2025).

⁵¹⁹ RAUSTIALA, Kal, SPRİGMAN, Christopher, The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design, *Virginia Law Review*, vol. 92, no. 8, 2006, s.1704.

birliğı anlayışı gereğı, tasarımları telif hukuku ile de geniş bir korumaya alma eğilimindedir.⁵²⁰ Türkiye’de ise telif-tasarım kesişiminde daha yüksek bir eşik uygulanmakta olup her tasarım sanat eseri kabul edilmemektedir. Yine de her iki ülke de tasarımcıların haklarını birden fazla hukuki zeminde ileri sürebilmesine imkân tanımaktadır.

Birleşik Krallık, AB üyeliğı döneminde tasarım mevzuatını uyumlaştırmış olsa da telif ve tasarım hukuku ilişkisi bakımından özgün bir anlayış benimsemiştir. Tarihsel olarak, İngiliz hukuku uygulamalı sanat eserlerini uzun süreli korumaya mesafeli durmuş, hatta 2016’ya dek endüstriyel ürünler için telif süresini kısaltan bir istisna uygulamıştır. Günümüzde bu engel kaldırılmış olsa da İngiliz mahkemelerinin moda tasarımlarını telif hakkı kapsamında sanat eseri olarak değerlendirme konusundaki gönülsüz tavrı devam etmektedir.⁵²¹ Bu bağlamda, İngiltere’de moda tasarımları büyük ölçüde tasarım tescili veya tescilsiz tasarım hakkı ile sınırlı süre korunmakta olup telif haklarına ancak istisnai durumlarda başvurulabilmektedir.⁵²² Öte yandan İngiltere, AB’den ayrılırken dahi tasarımcıları için tescilsiz tasarım haklarını (SUD) ikame etmek gibi önlemler alarak moda endüstrisinin ihtiyacını gözetmiştir. Bu husus, Türk hukukunun AB ile uyumu sayesinde sahip olduğu tescilsiz tasarım korumasına benzer bir araç olup modadaki hızlı döngüyü yakalama amacı taşımaktadır.⁵²³

ABD ise karşılaştırılan diğer sistemlerden belirgin bir şekilde ayrılmaktadır. ABD, moda tasarımlarını korumak için yeknesak bir tasarım hukuku sistemi benimsememiş; bunun yerine mevcut fikri mülkiyet rejimlerinin (telif, patent ya da ticari marka) kısmen uygulanması yolunu seçmiştir. Biz çalışmamızda yalnızca tasarım patenti kısmına yer verdik. Bu durum, ABD’li tasarımcıları uzun yıllar dezavantajlı konuma düşürmüştür. Nitekim AB’deki gibi 3 yıllık otomatik koruma olmadığı için ürünler piyasaya çıkar çıkmaz kopyalanabilmektedir. Nitekim ABD moda endüstrisinde kopyalamanın yaygın oluşu “piracy paradox” kavramıyla meşrulaştırılmaya çalışılmıştır.⁵²⁴

⁵²⁰ <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=12efc623-923b-4aaa-8ed9-89de47ebda56#:~:text=designs%20are%20cumulatively%20protected%20in,and%20following%20of%20the%20code> (Erişim Tarihi: 13.04.2025).

⁵²¹ VISENTIN, Christopher, UK Copyright Amendment Provokes Controversy in the Art and Design World, 2015, <https://itsartlaw.org/2015/07/16/uk-copyright-amendment-provokes-controversy-in-the-art-and-design-world/#:~:text=UK%20Copyright%20Amendment%20Provokes%20Controversy,artistic%20designs%20to%2025%20years> (Erişim Tarihi: 13.04.2025).

⁵²² INTA, Design Protection in the UK, International Trademark Association, 2017, Vol 107, No 6, s.1147.

⁵²³ <https://www.gov.uk/unregistered-designs#:~:text=The%20appearance%20of%20a%20product,dimensional%20and%20includes%20its> Erişim Tarihi: 13.04.2025).

⁵²⁴ FAUX, David H., Elite Knockoffs And Nascent Designers, New York University Intellectual Property and Entertainment Law Ledger, Vol 1, No 1, s.7.

Sonuç itibariyle, moda tasarımlarının korunması konusunda Türkiye, AB uyumlu sistemiyle Fransa ve Birleşik Krallık’a yaklaşırken; ABD daha parçalı ve sınırlı bir rejim uygulamaktadır. Türkiye’de hem tescilli hem tescilsiz koruma mevcut olup, tasarımcıların telif yahut marka gibi diğerk yollara başvurabilmeleri de mümkündür. Bu gelişmeler, Türkiye’nin moda tasarımlarının korunmasında daha etkili ve çok yönlü bir sistem kurduğunu göstermektedir.



SONUÇ

Moda tasarımları, yalnızca günlük yaşamda kullanılan işlevsel nesneler olmaktan ibaret değildir; aynı zamanda estetik değer taşıyan, insan yaratıcılığının somut bir yansıması olan fikir ürünleridir. İlk insanla birlikte ortaya çıkan giyinme ihtiyacının bir uzantısı olan bu tasarımlar, tarih boyunca hem bireysel kimliğin hem de toplumsal aidiyetin bir göstergesi olarak önemli bir rol üstlenmiştir. Nitekim mağaralarda yaşayan avcılarının deniz kabuklarıyla süslenmiş giysilerinden, Sümerlerin rengarenk yeleklerine; Antik Mısır'dan Fransız İhtilali'ne, Orta Çağ'dan Endüstri Devrimi'ne uzanan geniş zaman dilimi boyunca moda hem bir ihtiyaç hem de bir ifade biçimi olarak gündemde kalmıştır.

Bu bağlamda, moda tasarımlarının yalnızca kültürel ve tarihsel yönüyle değil, aynı zamanda hukuki koruma ihtiyacı açısından da değerlendirilmesi kaçınılmazdır. Bu çalışma, moda tasarımlarının fikrî mülkiyet hukuku kapsamında, özellikle tasarım hukuku ekseninde, ulusal ve uluslararası düzeyde ne ölçüde ve hangi araçlarla etkin bir biçimde korunduğunu incelemeyi amaçlamaktadır. Moda endüstrisinin doğası gereği hızla değişen yapısı, tasarımların kolayca kopyalanabilmesini mümkün kılmakta ve bu durum, tasarım hakkı sahiplerinin yenilikçi üretimlerini hukuki olarak koruma altına alma ihtiyacını artırmaktadır. İşte bu nedenle, çalışmamız boyunca cevap aradığımız sorular ve ulaştığımız sonuçlar, bu çerçevede sistematik biçimde değerlendirilmektedir.

Öncelikle, günümüz hukuk sistemlerinde moda tasarımlarının korunması, tasarım hukuku başta olmak üzere telif hukuku, marka hukuku ve haksız rekabet hükümleri gibi çeşitli hukuki araçlar aracılığıyla sağlanmaktadır. Avrupa Birliği düzenlemelerinde olduğu gibi hem tescilli hem de tescilsiz tasarım haklarının birlikte tanınması, özellikle hızlı tüketim döngüsüne sahip moda sektöründe işlevsel ve esnek bir koruma imkânı sunmaktadır. Bu anlamda Türkiye, SMK ile modern ve AB müktesebatına büyük ölçüde uyumlu bir yapı oluşturmuştur.

SMK'nın 58 ve devamı maddeleri; tescilli tasarım hakkını, yenilik ve ayırt edicilik kriterlerini taşıyan ve TÜRKPATENT nezdinde tescil edilen tasarımlar için beşer yıllık sürelerle 25 yıla kadar koruma altına almaktadır. Ayrıca Kanun'un 64. maddesiyle tanımlanan tescilsiz tasarım hakkı, özellikle kısa ömürlü ve sezonluk moda ürünleri için üç yıl süreyle

doğrudan koruma sağlamaktadır. Bu yönüyle tescilsiz koruma, hızlı moda sistemine doğrudan yanıt verebilecek niteliktedir.

Ancak uygulamada tasarım ile telif koruması arasındaki sınırların belirsizliği, özellikle telif koruması için aranan “yüksek estetik değer” kriterinin soyutluğu nedeniyle, yargı mercileri arasında yorum farklılıklarına yol açmakta ve tasarımcıların hangi koruma yolunu tercih etmesi gerektiği noktasında tereddüt yaratmaktadır. Bu durum, sistemin öngörülebilirliğini ve etkinliğini olumsuz etkilemektedir.

Çalışmanın karşılaştırmalı hukuk analizinde incelenen Fransa, Birleşik Krallık ve ABD hukuk sistemleri, bu sorunlara karşı farklı yönelimler geliştirmiştir. Fransa’da moda tasarımlarının hem telif hem de tasarım hukuku kapsamında eşzamanlı korunması, yüksek estetik değere sahip ürünler açısından güvenli ve kapsayıcı bir sistem oluşturmuştur. Fransız içtihatlarında, özgünlük ve yaratıcı izler taşıyan tasarımlar eser olarak kabul edilmekte ve bu durum, tasarımcıya çok yönlü haklar sunmaktadır.

Birleşik Krallık, Brexit sonrası geliştirdiği Supplementary Unregistered Design Right düzenlemesiyle, hızlı moda ürünlerinin korunmasında etkili bir esneklik kazanmış; özellikle tescil prosedürüyle uğraşmak istemeyen tasarımcılara anlık koruma imkânı tanımıştır. Buna karşılık ABD’de moda tasarımlarının korunması, telif hakkı, tasarım patenti ve ticari takdim şekilleri arasında dağılmış parçalı bir sistem üzerine kurulmuştur. Bu sistem, karmaşık ve maliyetli yapısıyla özellikle küçük ve orta ölçekli tasarımcılar için erişilmesi zor ve etkisiz bir koruma zemini yaratmaktadır.

Bu farklılıklar dikkate alındığında, Türkiye’nin hem kendi iç uygulama sorunlarına hem de karşılaştırmalı hukuk deneyimlerine bakarak daha bütüncül ve sürdürülebilir bir koruma sistemi inşa etmesi gerektiği açıktır. Bu doğrultuda önerilen çözüm ve reform adımları aşağıda özetlenmiştir:

- Tasarım ve telif koruması ayrımı netleştirilmelidir.

Yargıtay içtihatlarında telif koruması için aranan “estetik düzey” kriteri, ölçülebilir ve objektif esaslara bağlanmalıdır. Bu ayrımın netleştirilmesi hem koruma rejimlerinin sınırlarını belirginleştirir hem de hak sahiplerinin doğru başvuru yollarını tercih etmelerine imkân tanır.

- Tasarımcı farkındalığı artırılmalıdır.

Moda tasarımcılarına yönelik olarak sektör odaklı eğitimler, meslek odaları iş birliğiyle düzenlenecek seminerler ve kamuoyuna yönelik bilinçlendirme kampanyaları hayata geçirilmelidir. Hukuki bilgiye erişim, hak kayıplarını önlemenin en temel yoludur.

- Tescilsiz tasarım hakkı daha işlevsel hale getirilmelidir.

SMK'da yer alan tescilsiz koruma sistemi, uygulamada ispat yükü ve kapsam belirsizliği gibi sorunlarla sınırlı kalmaktadır. Bu hakkın daha açık hükümlerle tanımlanması ve moda sektörüne özel alt düzenlemelerle desteklenmesi gereklidir.

- Telif koruması genişletilmelidir.

Fransa örneğinde olduğu gibi sanatsal ve yaratıcı yönü ağır basan tasarımların hem eser hem tasarım olarak eşzamanlı korunmasına olanak tanıyacak bir yorum standardı geliştirilmelidir. Bu sayede özgün tasarımlar çok yönlü hukuki korumaya kavuşacaktır.

- Yargı içtihatları istikrara kavuşturulmalıdır.

Tasarım hukukuna ilişkin Yargıtay ve yerel mahkeme kararları sistematik biçimde toplanmalı, analiz edilmeli ve kamu erişimine açık hale getirilmelidir. Bu uygulama hem akademik çalışmalara katkı sağlayacak hem de tasarımcı ve uygulayıcılara yol gösterici olacaktır.

Genel anlamıyla moda tasarımlarının korunması, yalnızca tasarımcıların bireysel haklarını güvence altına almakla sınırlı değildir. Aynı zamanda moda endüstrisinin yaratıcı potansiyelinin teşvik edilmesi, sektördeki rekabetin adil biçimde sürdürülebilmesi ve yenilikçi üretimin ekonomik değere dönüşebilmesi açısından da kritik bir rol oynamaktadır. Moda sektörü, kültürel değerlerin ifadesi olduğu kadar ekonomik büyüme, ihracat ve marka değeri yaratımı açısından da stratejik öneme sahiptir. Bu bağlamda tasarım koruması yalnızca bireysel hakların değil, aynı zamanda ulusal yaratıcılığın ve kültürel mirasın korunmasının da bir aracıdır.

Türk hukuk sistemi, özellikle SMK ile AB mevzuatına büyük ölçüde paralel bir yapıya kavuşmuştur. Tescilli ve tescilsiz tasarım haklarına yer veren bu yapı, normatif olarak çağdaş bir koruma rejimi sunmakla birlikte, uygulamada karşılaşılan yorum farklılıkları, bilgi eksikliği, belirsiz kriterler ve içtihat istikrarsızlığı gibi sorunlar nedeniyle tasarımcıların haklarını tam anlamıyla koruyamamaktadır. Bu durum, sektör aktörlerinin hukuki koruma araçlarına

erişimini zorlaştırmakta, dava süreçlerini belirsizleştirmekte ve nihayetinde hukuka olan güveni sarsmaktadır.

Bu çalışmada önerilen reformların hayata geçirilmesiyle birlikte, Türk hukuk sistemi yalnızca mevzuat düzeyinde değil, aynı zamanda pratik uygulama, yargısal istikrar ve tasarımcı farkındalığı açısından da güçlenecektir. Özellikle telif-tasarım kesişiminde yorum birliğinin sağlanması, tescilsiz tasarımların etkin biçimde korunması ve tasarımcıların haklarına yönelik bilinç düzeyinin artırılması, Türkiye'nin hem iç piyasada hem de uluslararası platformlarda rekabet gücünü artıracaktır.

Sonuç olarak, moda tasarımlarının etkin biçimde korunması, sektörün uzun vadeli sürdürülebilirliğinin teminatıdır. Türkiye'nin bu alanda atacağı yapısal ve uygulamaya dönük adımlar yalnızca hukuk sistemi içinde değil; aynı zamanda ekonomik kalkınma, kültürel ihracat ve yaratıcı endüstrilerin güçlenmesi açısından da pozitif yansımalar doğuracaktır. Bu çerçevede moda tasarımcıları, daha öngörülebilir, güvenli ve destekleyici bir hukuki zeminde üretim yapma imkanına kavuşacak; böylelikle tasarımın bir sanat olduğu kadar bir sermaye unsuru da olduğu gerçeği, hukuki koruma aracılığıyla daha güçlü şekilde somutlaştırılabilecektir.

KAYNAKÇA

- AKAR, Hüsamettin**, Popüler Kültür ve Moda, Erciyes İletişim Dergisi, 2011, Cilt 1, Sayı 1, s.198-206.
- ALOĞLU**, Eda, Helenistik Dönemde Günlük Yaşam, Ege Üniversitesi, 2018.
- ARIKAN**, Özgür, Trademark Rights and Parallel Importation in the European Union, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2016.
- ARSLAN**, Kahraman, Moda Tasarımı, MÜSİAD Araştırma Raporları, İstanbul, 2009.
- ASLAN DÜZGÜN**, Ülgen, Marka Hakkının Tükenmesi ve Paralel İthalat, Ankara, Yetkin Yayıncılık, 2010.
- ASLAN**, Adem, Türk ve AB Hukukunda Fikri Mülkiyet Haklarının Tükenmesi (Mukayeseli), İstanbul, Beta Yayınları, 2004.
- AYHAN**, Rıza, **ÇAĞLAR**, Hayrettin, **YILDIZ**, Burçak, **İMİRLİOĞLU**, Dilek, Sınai Mülkiyet Hukuku, Ankara, Adalet Yayınevi, 2021.
- BARBUR**, Diana Flavia, Fashion Law. Concept and Beginnings in European Union and Romania, Juridicial Tribune, Volume 8, Special Issue, Ekim, 2018, s.14-15.
- BASMA**, Dima, The Nature, Scope, and Limits of Modern Trademark Protection: A Luxury Fashion Industry Perspective, The University of Manchester, Unpublished PHD, Manchester 2016.
- BENTLY**, Lionel, **SHERMAN**, Brad, Intellectual Property Law, Oxford University Press, 4th ed., 2014.
- BERRY**, Jess, The New Look in the City and on the Street as Represented in Fashion Photography, Catwalk: The Journal of Fashion, Volume 4, 2015, Oxford.
- BEYRELİ**, Elif, Sınai Mülkiyet Boyutuyla Moda Hukuku, Ankara, Yetkin Yayınları, 2022.
- BİLGİN**, Servet Batuhan, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nda Tasarım Hukukunda Getirilen Yenilikler, Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, 2018 (1): 35-53.
- BOLAT**, Sefa Bedirhan, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Hükümleri Çerçevesinde Sınai Mülkiyet Haklarında Tükenme İlkesi, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı, 2021, Ankara, s.37 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

BOZBEL, Savaş, Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku, On İki Levha Yayıncılık, Ankara, 2012.

BOZGEYİK, Hayri, **ER**, Sefa, Tasarımlar İçin Kümülatif Koruma, Ticaret ve fikri mülkiyet hukuku Dergisi, Sayı:5, 2019, s.19-38.

BOZGEYİK, Hayri, Fikir ve Sanat Eserlerinde Hususiyet, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü (BATİDER), Ankara, 2009, Cilt 25, Sayı 3, s.170-222.

BREWER, Mark K., Fashion Law: More Than Wigs, Clothes and Intellectual Property, san Diego Law Review, Vol.54, 2017.

CURAOĞLU, Füsün, Moda Tasarım, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Eskişehir, Yayını, 2013.

ÇAKIR ÇELEBİ, Fatma Betül, Tasarım Hukukunda Eşdeğer Parça İstisnası, Ankara, Adalet Yayınevi, 2022.

ÇERÇİ, Orhan, Fikri Mülkiyet Haklarında Hakların Tükenmesi İlkesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, 2013, Isparta (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

DİNWOODIE, Graeme , **DREYFUSS**, Rochelle, A Neofederalist Vision of TRIPS: The Resilience of the International Intellectual Property Regime, Oxford University Press, 2012.

DOĞAN ALKAN, Güldeniz, **EVREN**, Cansu, **ŞEN GÜRAKAN**, Bengü, Moda Hukukunun Doğuşu ve Gelişimi, Fikri ve Sınai Haklar Dergisi, Cilt No: 17, Sayı No: 62, Şubat, 2022 ,s. 345-368.

ELGİN, Kathy, A History of Fashion and Costume Elizabethan England, 2005, Bailey Publishing Associates Ltd, Hove, Newyork.

ELİBOL, Betül, Rönesans Döneminde Kostüm, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Ders Notları.

ERDİL, Engin, Fikri Mülkiyet Hukuku Ders Kitabı, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 202, s. 426.

ERDİL, Engin, fikri mülkiyet hukuku, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2016.

EREN, Canan, Antik Mısır Sanat Yapıtlarının Çağdaş Sanat ve Tekniklerle Günümüz Tekstil ve Modasında Kullanımı, İstanbul, Beykent Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Sanat Dalı, 2022 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

EREN, Erdem, Moda Hukuku, Terazî Hukuku Dergisi, Cilt:12, Sayı: 128, Nisan, 2017, s.94-97.

- ERSOY**, Berna, Moda Pazarlamasının Önemi ve Moda Sanayiinden Bir Örnek: Vakko, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, 2002 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- ERYAYAR**, Erkut, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Çerçevesinde Endüstriyel Tasarımların Tescil Yolu ile Korunması, 2nd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS), 19-22 May 2017.
- EVECEN**, Arzu, **ÖLMEZ**, Filiz Nurhan, Antik Çağ Giysi Ve Donatılarında Ekinsel Göndermeler, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi, 2014.
- FAUX**, David H., Elite Knockoffs And Nascent Designers, New York University Intellectual Property and Entertainment Law Ledger, Vol 1, No 1.
- FİSCHER**, Anette, Moda Tasarımında Giysi Teknikleri, 2018, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- FLETCHER**, Kate, Slow Fashion, 2007, The Ecologist.
- FOGG**, Marnie, Modanın Tüm Öyküsü, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2014.
- GÖKDEMİR**, Gökhan, 20. Yüzyılda Moda Kavramı, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Araştırma Makalesi, Eskişehir, 2012.
- GÜNEŞ**, İlhami, Marka Tescilinin Rolü, Terazı Hukuk Dergisi, Sayı 42, 2010 s.45-55.
- GÜNEŞ**, İlhami, Uygulamada Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2024.
- GÜR ÜSTÜNER**, Semra, Tekstil Tasarım Tarihine Genel Bir Bakış, Sanat Tasarım Dergisi, 2017, Sayı:8.
- GÜRSOY**, A. **Tahir**, Giyim Kültürü ve Moda, İstanbul, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, 2010, Cilt 2.
- GÜRSOY**, A. **Tahir**, Giyim Kültürü ve Moda, İstanbul, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, 2010, Cilt 1.
- HARDY**, Alyssa, Everything You Need to Know About Fast Fashion, 2024.
- INTA, Design Protection in the UK, International Trademark Association, 2017, Vol 107, No 6, s.1131- 1149.
- İNAL YILMAZ**, Sejda, Tekstil ve Moda Endüstrisinde Gelecek Sorunları, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Programı, İstanbul, 2019 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- JİMENEZ**, Guillermo, C., **KOLSUN**, Barbara, Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys, Bloomsbury Publishing Inc, 2014.

- JUNG**, Sojin, **JİN**, Byoungho, Sustainable Development of Slow Fashion Businesses: Customer Value Approach, 2016.
- KALENDER**, Emre, Alman Federal Mahkemesi’nin 13.11.2013 Tarihli I ZR 143/12 Sayılı “Doğum Günü Treni” Kararı’nın Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku Açısından Önemi ve Türk hukukuna Etkisi, Ticaret ve fikri mülkiyet hukuku Dergisi, 2015, s.103-114.
- KARAHAN**, Fatih, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Kapsamında Tasarım Olarak Tescil Edilebilecek Ürünler, Türkiye Adalet Akademisi fikri mülkiyet hukuku Çalıştayı Bildiriler Kitabı, Ankara, 2020.
- KARAHAN**, Fatih, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Kapsamında Tasarım Tesciliyle İlgili Getirilen Temel Yenilikler, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Sempozyumu, Ankara, 9-10 Mart 2017, s.305-326.
- KARASU**, Rauf, **SULUK**, Cahit, **NAL**, Temel, fikri mülkiyet hukuku, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2023.
- KOMŞUOĞLU**, Şükran, **MENGİ ARSAL**, İmer, **SEÇKİNÖZ**, Mine, **AKER**, Alparslan, **ETİKE KÖSE**, Serap, Resim 2: Moda Resmi ve Giyim Tarihi, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1986.
- KROPIWNICKA**, Magdalena, The Protection of Unregistered Designs in EU Law, Eastern European Journal Of Transnational Relations Vol. 3 No. 1, 2019, s.81-92.
- KUNTOĞLU**, Ömer Faruk, Sınai Mülkiyet Hakkı Tecavüze Uğrayan Hak Sahibinin Tazminat Talepleri, Ankara, Adalet Yayınevi, 2024.
- KÜÇÜKALİ**, Canan, **KÜÇÜKALİ**, Berna Tuğçe, Şematik Fikri ve Sınai Mülkiyet Hukuku Ders Kitabı, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2024.
- MAHMOOD**, Tiffany, Design Law in the United States as Compared to the European Community Design System: What Do We Need to Fix?, Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal, 2014, s.555-583.
- MANGIR**, Ahu Fatma, Sürdürülebilir Kalkınma için Yavaş ve Hızlı Moda, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 41. Yıl Özel Sayısı, s.143-154.
- MARK**, Joshua J., Fashion & Dress in Ancient Egypt, 2017, *World History Encyclopedia*, s.2-3,)
- MEMİŞOĞLU**, S. Özgür, Tescilli Tasarımlarda Yenilik ve Ayırt Edicilik Unsurları, fikri mülkiyet hukuku Monografileri, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2020.
- MERAN**, Necati, Marka Hakları ve Korunması, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2008.

- MERHACI**, Selin Özden, Avrupa Birliği Düzenlemeleri ve Sınai Mülkiyet Kanunu'nda Tasarımların Hükümsüzlüğü, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2023.
- NURCU**, İlknur, Moda Tasarımlarının Korunması, Antalya, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, 2020, s.3 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- ODABAŞI**, Sanem, A Design Method on Wearable Art, International Textiles and Costume Congress, İstanbul, 2015, s.2.
- OĞUZMAN**, M.Kemal, **BARLAS**, Nami, Medeni Hukuk, Giriş, Kaynaklar, Temel Kavramlar, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2016.
- ONGAN**, Burak, Sınai Haklara İlişkin Lisans Sözleşmelerinde Tarafların Hukuki Durumu, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2007.
- ONUR**, Nur, Moda Bulaşıcıdır, İstanbul, Epsilon Yayınevi, 2004.
- OSMANLI**, Mahur, Barok Dönem Giyim Kuşam Modası ve Mobilya Tasarımı Arasındaki Etkileşim, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İç Mimarlık Anasanat Dalı İç Mimarlık Sanat Dalı, 2021 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- ÖNDOĞAN**, Ziyet, **ÖNDOĞAN**, Ece Nükhet, Moda ve Marka, Ankara, İksad Yayınevi, 2021.
- PENDERGAST**, Sara, **PENDERGAST**, Tom, Fashion Costume and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations and Footwear Through The Ages, Michigan, The Gale Group, 2004, s.744.
- PHİLİPS**, Tim, Knock- off Deadly Treat in Counterfeit Goods: the True Story of the World's Fastest Growing Crime Wave, Kogan Page London and Sterling VA, 2005, s.10.
- PINAR**, Hamdi, Marka Hukukunda Hakların Tükenmesi, Prof. Dr. M. Kemal Oğuzman'a Armağan, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2000.
- POLATER**, Salih, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'na Göre Teknik Fonksiyonun Zorunlu Kıldığı Tasarımların Koruma Kapsamı Dışında Kalması, Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Araştırmalar ve Değerlendirmeler Cilt 1, Ankara, Gece Kitaplığı, 2021, s.425-443. (teknik)
- POLATER**, Salih, Fikir ve SANAT Eserleri Hukukuna Göre Güzel Sanat Eserleri ve Eser Sahibinin Hakları, Ankara, On İki Levha Yayıncılık, 2021.
- POLATER**, Salih, Yüksek Öğretim Kurumlarında Meydana Getirilen Fikri Ve Sınai Mülkiyet Hakları Ve Hak Sahipliği, Ankara, Adalet Yayınları, 2019.

- RAUSTIALA**, Kal, **SPRİGMAN**, Christopher, The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design, *Virginia Law Review*, vol. 92, no. 8, 2006, s. 1687–1777.
- RAUSTIALA**, Kal, **SPRİGMAN**, Christopher Jon, The Knockoff Economy: How Imitation Sparks Innovation, Oxford University Press, 2012, UCLA School of Law, Law-Econ Research, s.12-18.
- ROONEY**, Anne, A History of Fashion and Costume The Eighteenth Century, 2005, Bailey Publishing Associates Ltd, Hove, Newyork.
- SAĞLAN**, Suhal, Antik Dönemde Sosyal Hayat Ders Notları III, Konya, 2020.
- SARI**, Onur, Sınai Mülkiyet Kanunu Bağlamında Tasarımın Korunması, Terazı Hukuk Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 152, 2019, s.775-788.
- SCAFİDİ**, Susan, Intellectual Property and Fashion Design, Intellectual Property and Information Wealth, Vol1, 2006, s.115-131.
- SELLERBERG**, Ann-Marie, **ASPERS**, Patrik, Fashion, Sociology of, International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Oxford, 2015.
- SERT**, Merve, Sınai Mülkiyet Kanununa Göre Tescilsiz Tasarımların Korunması, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı, , Gaziantep, 2019 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- STEELE**, Philip, A History of Fashion and Costume The Medieval World, 2005, Bailey Publishing Associates Ltd, Hove Newyork.
- STEFKO**, Robert, **STEFFEK**, Vladimira, Key Issues in Slow Fashion: Current Challenges and Future Perspectives, vol.10., Issue.7; 2018.
- SULUK**, Cahit, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Tasarımların Kümülatif Olarak Korunması, Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, Sayı:3, 2001, s.43-72.
- SULUK**, Cahit, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Tasarımların Kümülatif Olarak Korunması (Çoklu Koruma), Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, Cilt1 Sayı 3, 2001, s.43-72.
- SULUK**, Cahit, **ORHAN**, Ali, Uygulamalı fikri mülkiyet hukuku, Cilt 3, Tasarımlar, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2008.
- SULUK**, Cahit, Tasarımların Kısmi Hükümsüzlüğü, Fikri Mülkiyet Yıllığı, 2009.
- SULUK**, Cahit, Tasarımların Uluslararası Düzeyde Korunması, III. Uluslararası Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı, 2006, İstanbul.

ŞAHİN, Yüksel, **TATLIDİL**, Ülker, Giyim Kültürü ve Modanın Konuları Üzerine, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Eylül 2019, s.317-323.

ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, Sınai Mülkiyet Kanunu'nun Tasarım Hukukuna Getirdiği Temel Yenilikler, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Sempozyumu, 9-10 Mart 2017, Ankara.

ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, Tasarımların Haksız Rekabet Hükümlerine Göre Korunması, Ankara, Bankacılık Enstitüsü Yayınları, 2014.

ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, Tescilli Tasarım Sahibine Karşı Tecavüz Davası Açılabilir Mi? -Yeni Bir Karar, Yeni Bir Ufuk, Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 1, 2011, s.39-69.

ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, Tescilsiz Tasarımların Hukuki Himayesi, fikri mülkiyet hukuku Çalıştay Bildiriler Kitabı, Ankara, 16-22 Aralık 2019.

ŞEHİRALİ ÇELİK, Feyzan Hayal, Tescilsiz Tasarımların Hukuki Himayesi, Fikri Mülkiyet Hukuku Çalıştay Bildiriler Kitabı, 2019, Ankara, s.369-400(Tescilsiz Tasarımlar).

ŞENSES, Pınar, Rönesans Döneminde Renk Olgusunun Modaya Etkileri, İstanbul, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, 2015 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

TEKİNALP, Ünal, fikri mülkiyet hukuku, İstanbul Arıkan Basım Yayım Dağıtım, , 2005.

Türk Patent ve Marka Kurumu, Tasarım İnceleme Kılavuzu, Ocak 2025.

VOUT, Caroline, The Myth of the Toga: Understanding the History of Roman Dress, Greece & Rome, Vol. xliii, No. 2, October, 1996, s.204-220.

WIPO, *WIPO Guide to the International Registration of Industrial Designs*, 2019, s. 12.

WITZBURG, Francesca Montalvo, Protecting Fashion: A Comparative Analysis of Fashion Design Protection in The United States and The European Union, The Trademark Reporter, The Law Journal of the International Trademark Association, Vol 107, s. 1132-1149.

YAVUZ, Nihan, Victoria Dönemi Modasında Kadın Giyimi, , İstanbul, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, 2013, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

YILMAZ, A. Lerzan, Üç Boyutlu Markalar, İstanbul Barosu Dergisi, Cilt: 92, Sayı: 1, 2018, s.15-25.

YU, Peter K., TRIPS and Its Discontents, Marquette Intellectual Property Law Review, Vol. 10, No. 2, s. 396–398.

YURDUSEVEN, Şeyma, 6769 Sayılı Sınai Mülkiye Kanunu ile Türk Tasarım Hukukunda Yeni Dönem, 2017, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, Sayı31, s. 669-690.

<https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/11-hukuk-dairesi-e-2015-7689-k-2016-2468-t-7-3-2016> (Erişim Tarihi: 16.02.2025).

<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/1998/71/oj/eng> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

<https://caselaw.findlaw.com/court/us-2nd-circuit/1611250.html>

<https://casetext.com/analysis/second-circuit-reverses-louboutin-on-protection-of-fashion-color-trademarks?sort=relevance&resultsNav=false&q=> (Erişim Tarihi: 27.11.2024).

<https://cms-lawnow.com/en/ealerts/2008/03/high-court-finds-infringement-of-jimmy-choo-design-rights> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

https://en.wikipedia.org/wiki/Clothing_in_ancient_Greece (Erişim Tarihi: 28.10.2024)

https://en.wikipedia.org/wiki/Fast_fashion (Erişim Tarihi: 07.12.2024).

<https://en.wikipedia.org/wiki/Toga> (Erişim Tarihi: 28.10.2024)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32002R0006> (Erişim Tarihi: 04.04.2025).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:61998CJ0173> (Erişim Tarihi: 19.06.2025).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32002R0006> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

<https://goodonyou.eco/what-is-fast-fashion/> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).

<https://inifdahmedabad.com/blog/importance-of-cad-in-fashion-industry/> (Erişim Tarihi: 17.11.2024).

<https://ipkitten.blogspot.com/2019/04/the-boot-is-on-other-foot-french.html> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

<https://iprgezgini.org/2024/04/02/tasarimlarda-hosgoru-suresine-dair-genel-mahkemenin-puma-ayakkabilar-ve-rihannanin-instagram-paylasimlari-karari/> (Erişim Tarihi: 03.03.2025).

<https://iprgezgini.org/category/tasarim-korumasi/> (Erişim Tarihi: 26.03.2025).

<https://kinnu.xyz/kinnuverse/lifestyle/fashion/fashion-through-the-decades/#The-1970s> (Erişim Tarihi: 10.11.2024).

<https://livv.eu/glossaire/action-en-nullite-dessins-ou-modeles> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

<https://locpub.wipo.int/enfr/> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1797006 (Erişim Tarihi: 04.01.2025).

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1797006 (Erişim Tarihi: 04.01.2025).

<https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 12.11.2024).

<https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/fikri%20m%C3%BClkiyet> (Erişim Tarihi: 10.12.2024).

<https://www.alem.com.tr/alem-exclusive/iskandinav-tasarim-anlayisi-nedir-1073968> (Erişim Tarihi: 13.11.2024).

<https://www.caranddriver.com/features/g15378761/volkswagen-beetle-models-by-year/> (Erişim Tarihi: 14.11.2024).

<https://www.dehns.com/registered-designs/> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

<https://www.dictionary.com/browse/cumulative> (Erişim Tarihi: 17.12.2024).

<https://www.epochs-of-fashion.com/the-epochs/victorian-era/> (Erişim Tarihi: 01.11.2024).

<https://www.fashionlawinstitute.com/faqs> (Erişim Tarihi: 27.11.2024).

<https://www.forbes.com/sites/pamdanziger/2025/01/05/does-walmart-wirkin-bag-threaten-herms-so-it-that-must-protect-its-birkin-trademark/> (Erişim Tarihi: 14.02.2025).

<https://www.forbes.com/sites/timnewcomb/2018/11/05/the-technologies-that-define-sneaker-cushioning/> (Erişim Tarihi: 03.01.2024).

<https://www.fordham.edu/school-of-law/faculty/directory/full-time/susan-scafidi/> (Erişim Tarihi: 10.12.2024).

<https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g28969877/spring-2020-fashion-trends/> (Erişim Tarihi: 10.22.2024).

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/145899> (Erişim Tarihi: 09.02.2025).

https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fashion_1 (Erişim Tarihi: 27.10.2024).

<https://www.smithsonianmag.com/history/marie-antoinette-134629573/> (Erişim Tarihi: 31.10.2024).

<https://www.smithsonianmag.com/history/marie-antoinette-134629573/> (Erişim Tarihi: 01.11.2024).

<https://www.thefashionlaw.com/euipo-rejects-thom-browne-four-bar-trademark-citing-lack-of-distinctiveness/> (Erişim Tarihi: 06.04.2025).

<https://www.universityoffashion.com/disciplines/draping/#:~:text=Draping%20is%20the%20art%20of,of%20draping%20from%20the%20experts.> (Erişim Tarihi: 17.11.2024).

<https://www.vogue.com/slideshow/stylish-face-masks-to-shop-now> (Erişim Tarihi: 10.12.2024).

<https://www.vwclassicclub.com/vosvos-tarihi?srsId=AfmBOoo9xWzRc2IPSSFr54rT3vwYfFdC0ku-j2SipRy1JU8exeg6v6dQ> (Erişim Tarihi: 14.11.2024).

<https://www.wipo.int/about-ip/en/> (Erişim Tarihi: 11.12.2024).

https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/wipo_ipr_ge_15/wipo_ipr_ge_15_t2.pdf (Erişim Tarihi: 27.11.2024).

https://www.wipo.int/treaties/en/registration/hague/summary_hague.html (Erişim Tarihi: 03.04.2025).

<https://www.wipo.int/web/wipo-magazine/articles/the-role-of-ip-rights-in-the-fashion-business-a-us-perspective-40479> (Erişim Tarihi: 27.11.2024).

<https://www.wipo.int/wipolex/en/text/283693> (Erişim Tarihi: 11.12.2024):

https://www.wipo.int/wipolex/en/treaties/ShowResults?search_what=C&treaty_id=9 (Erişim Tarihi: 25.03.2025).

<https://www.worldtrademarkreview.com/global-guide/designs/2017/article/protecting-and-enforcing-design-rights-france> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_04b_e.htm (Erişim Tarihi: 04.04.2025).

legifrance.gouv.fr, (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

NİGRO, Jeff, Ancient Greek Dress: The Classic Look, 2022, Chicago Sanat Enstitüsü, <https://www.artic.edu/articles/966/ancient-greek-dress-the-classic-look> (Erişim Tarihi: 28.10.2024).

MAZZA, Valentina, Louboutin Wins Before the CJEU: the Red Sole is a Valid Trademark, 2018, <https://thefashionablelawyers.com/2018/06/29/louboutin-wins-before-the-cjeu-the-red-sole-is-a-valid-trademark/> (Erişim Tarihi: 08.04.2025).

RAUTURIER, Solene, What is Fast Fashion and Why is It So Bad, 2023, <https://goodonyou.eco/what-is-fast-fashion/> (Erişim Tarihi: 07.12.2024).

Registered Designs Act 1949, <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/Geo6/12-13-14/88/contents> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).

SPINDLER, Amy M., Company News; A Ruling by French Court Finds Copyright in a Design, <http://www.lapres.net/stlaurent.html> (Erişim Tarihi: 02.04.2025).

VISENTIN, Christopher, UK Copyright Amendment Provokes Controversy in the Art and Design World, 2015, <https://itsartlaw.org/2015/07/16/uk-copyright-amendment-provokes-controversy-in-the-art-and-design-world/#:~:text=UK%20Copyright%20Amendment%20Provokes%20Controversy,artistic%20designs%20to%2025%20years> (Erişim Tarihi: 13.04.2025).

WIPO ADR Highlights 2024, <https://www.wipo.int/amc/en/center/summary2024.html> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

WIPO, *How the Hague System Works*, https://www.wipo.int/en/web/hague-system/how_hague_works (Erişim Tarihi: 03.04.2025).

WIPO, *Locarno Agreement Establishing an International Classification for Industrial Designs*, Article 1, <https://www.wipo.int/treaties/en/classification/locarno/> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

WIPO, *WIPO ADR for Fashion Disputes*, <https://www.wipo.int/amc/en/center/specific-sectors/fashion/> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

WIPO, *WIPO Arbitration and Mediation Center – Background*, <https://www.wipo.int/amc/en/center/background.html> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).

WIPO, *WIPO Arbitration Rules*, 2021, Madde 1–3, <https://www.wipo.int/amc/en/arbitration/rules/index.html> (Erişim Tarihi: 05.04.2025).