

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

GRAFİK TASARIMCI ADAYLARININ
GRAFİK TASARIMIN ETİK İLKELERİNE YÖNELİK
FARKINDALIKLARININ İNCELENMESİ

ÖMER ERDEM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2017

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

GRAFİK TASARIMCI ADAYLARIN
GRAFİK TASARIMIN ETİK İLKELERİNE YÖNELİK
FARKINDALIKLARININ İNCELENMESİ

ÖMER ERDEM

Danışman: Prof. Birnur ERALDEMİR

Juri Üyesi: Prof. Suat KARAASLAN

Juri Üyesi: Prof. Yusuf GÜVEN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2017

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu çalışma, jürimiz tarafından Sanat ve Tasarım Anasanat Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Birnur ERALDEMİR
(Danışman)

Üye : Prof. Suat KARAASLAN

Üye : Prof. Yusuf GÜVEN

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

..... / / 2017

Prof.Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU
Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. ... / / 2017

Ömer ERDEM

ÖZET

GRAFİK TASARIMCI ADAYLARININ GRAFİK TASARIMIN ETİK İLKELERİNE YÖNELİK FARKINDALIKLARININ İNCELENMESİ

Ömer ERDEM

Yüksek Lisans Tezi, Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı

Danışman: Prof. Birnur ERALDEMİR

Temmuz 2017, 106 sayfa

Ülkemizde meslek etiklerinin tartışılmaya başlaması bazı Avrupa ülkeleri ve Amerika'yla karşılaştırıldığında oldukça yenidir. Doğası gereği kişisel bir yaratım süreci gerektiren grafik tasarım alanında, ortak etik ilkeler bütünlüğünde uzlaşabilmenin zor olacağı ve zaman alacağı öngörülmektedir. Grafik tasarımcılar meslek kuruluşlarının da gündemini meşgul eden bu gecikmenin nedenlerini, öncelikli olarak bireylerin hak ve sorumlulukları konusunda yeterince duyarlı olmamalarında, ülkedeki mesleki örgütlenmelerin gelişim sürecindeki sorunlarda ve grafik tasarımcıların yetiştirilme koşullarında aramak gerekir.

Bu araştırma, grafik tasarımcıların meslek etiği konusunda ortak bir duyarlılık geliştirilmesinde, eğitim süreçlerinin önemli katkısının olabileceği varsayımıyla başlatılmıştır. Bu bağlamda eğitim kurumlarının müfredatları incelenmiş; birkaç özel üniversitenin ders programı dışında, devlet üniversitelerinin lisans programlarının hiçbirinde, etik ilkeleri içeren bir dersin yer almadığı görülmüştür. Bu bulgu nedeniyle meslek etiğine ilişkin ders almayan grafik tasarımcı adaylarının, etik konusundaki farkındalıklarının hangi düzeyde ve niteliklerde olduğunun incelenmesi bu araştırmanın amacı olarak belirlenmiştir.

Öncelikle, yerli ve yabancı literatür taranarak; etik, meslek etiği ve grafik tasarım meslek etiği hakkında bilgiler derlenmiş; yasal düzenlemeler ve kanunlar, uluslararası saygınlığı ve geçerliği olan kurum ve kuruluşların yayınlamış olduğu grafik tasarımın hak ve sorumlulukları içeren etik ilkeler ve bu alanda yayınlanmış manifestolar incelenmiştir. Bu araştırmalar doğrultusunda hazırlanan soruların pilot uygulaması yapılmış ve uzman görüşü desteği de alınarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır.

Beş üniversitenin grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerinden yirmi beş katılımcıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın sonuçları, kodlamalar ve frekans değerlerine bağlı olarak oluşturulan şekiller aracılığı ile sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Elde edilen bulgular ışığında, grafik tasarımda “*Etik*” eğitiminin gerekli olduğuna yönelik bir *kanıya* ulaşılmıştır. Ayrıca, bu kanıya varmamızı sağlayan verilerin kanıt teşkil edebileceği; ilgili dersin grafik tasarım eğitimi müfredatında yer almasını sağlamak amacıyla gerekli kurumlarla paylaşılabilceği düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Grafik tasarımı, etik ilkeler ve sorumluluklar, etik eğitimi



ABSTRACT**AN INVESTIGATION ON GRAPHIC DESIGNER CANDIDATES'
AWARENESS ABOUT GRAPHIC-DESIGN ETHICAL PRINCIPLES****Ömer ERDEM****MA Thesis, Department of Art and Design****Supervisor: Prof. Birnur ERALDEMİR****July 2017, 106 pages**

The beginning of the debate over professional ethics in our country is quite new compared to some European countries and the USA. It is predicted that it will be much more difficult and more time-consuming to compromise on an ethical basis in the field of graphic design, which requires a personal creation process because of its nature. The reasons of this delay, which also occupy the agenda of professional organizations of graphic designers, must primarily be looked for in individuals who are not aware enough towards their rights and responsibilities, also in the problems which are come up against during the development process of the professional organizations in the country and in the educational conditions of graphic designers.

This research has been initiated with the thought that training processes will be able to have a significant contribution to develop a common sense of professional ethics of graphic designers. For this reason, the curricula of educational institutions have been examined, but it has been understood that none of the undergraduate programs have a course of ethical principles, except elective courses in postgraduate programs opened in a few private institutions. As a result of this finding, it has been determined to study the level and qualities of the ethical awareness of prospect designers who do not take courses related to professional ethics.

In accordance with this purpose, the domestic and foreign literature has been scanned; information has been collected on ethics, occupational ethics and the professional ethics of graphic design, legislative regulations, manifests and declarations, containing ethical principles of graphic design and published by internationally well-regarded and valid institutions and organizations, have been studied. The questions which

are based on these studies have been piloted and semi-structured interview forms have been prepared by taking expert opinions as well.

The results of this study, conducted with twenty-five participants selected from graphic design students of five universities, have been presented and interpreted through coding's and the tabulations generated based on frequency values.

In the light of the findings, a belief has occurred that "Ethics" in education is necessary. It is thought that the data that enables us to come to this conclusion can be evidence therefore it can be shared with the necessary institutions to ensure that the relevant course is included in the curriculum of graphic design education.

Keywords: Graphic design, ethical principles and responsibilities, ethics education

ÖNSÖZ

Yazmak kolay olabilir, fakat doluca yazmak; araştırma gerektiren, zaman alıcı, zor, kıymetli ve öğretici bir aktarım biçimidir. Tezimi yazarken içi dolu cümlelerin emek anlamına geldiğini gördüm. Araştırma yapmanın ise hiç bitmeyecek bir düğümü çözmeye çalışmak olduğunu anladım. Alt yapı, araştırma ve yazım süreci olarak yaklaşık iki yıl emek harcadığım tezimi okurken cümlelerimin, grafik tasarımın etik sorunlarına ışık tuttuğunu fark ederseniz eğer ne mutlu bana.

Araştırmanın literatür bölümünde, bilinen ve kolaylıkla ulaşılabilen bilgilere gerekmediği sürece yer verilmemiştir. Yeteri kadar az ve öz bir tez yazılması hedeflenmiştir.

Tezimin hazırlanması süresince bana destek olan değerli hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkür etmek istiyorum. Öncelikle; yalnızca tezimde değil, hayatımın her aşamasında benden desteğini esirgemeyen, ışık tutan, emek veren, değerli danışmanım Prof. Birnur ERALDEMİR hocama sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Tez savunma jürisinde yer alan değerli hocalarım Prof. Suat KARAASLAN'a ve Prof. Yusuf GÜVEN'e çalışmama görüş ve önerileri ile katkıda bulundukları için çok teşekkür ediyorum.

Tez çalışmamın araştırma yöntemleri bölümünde bana destek veren ve sabırla her sorumu cevaplayan değerli arkadaşım Arş. Gör. Buket TURHAN TÜRKKAN'a; tez çalışmalarımın yoğunlaştığı dönemlerde üzerimdeki tüm idari sorumlulukları tereddütsüz üstlenen, her zaman yardımına koşan ve destek olan değerli çalışma arkadaşlarım; Arş. Gör. Kerem ATAR, Arş. Gör. Belgin BORAN, Arş. Gör. Semiha YILDIRIM ve Arş. Gör. Tayfun AKDEMİR'e çok teşekkür ediyorum.

Ayrıca çalışmamı SYL-2016-6373 nolu proje kapsamında destekleyen Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi'ne teşekkür ederim.

Son olarak, bana her zaman inanan ve manevi desteklerini benden bir an olsun bile eksik etmeyen değerli aileme sonsuz teşekkürler ediyorum.

Ömer ERDEM

Temmuz, 2017

İÇİNDEKİLER

ÖZET	Sayfa iv
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ	viii
KISALTMALAR	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
EKLER LİSTESİ	xv

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Problem	5
1.2. Araştırmanın Amacı	8
1.3. Araştırmanın Önemi	8
1.4. Sayıtlar	10
1.5. Sınırlılıklar	10

BÖLÜM II

KURAMSAL ARAŞTIRMALAR VE İLGİLİ AÇIKLAMALAR

2.1. Grafik Tasarım	11
2.2. Etik'in Anlamı ve Kökeni	12
2.3. Etik	13
2.4. Meslek Etiği	15
2.5. Grafik Tasarımda Etik	16
2.6. Grafik Tasarımda Etik Eğitimi	18
2.7. Grafik Tasarımda Uluslararası Etik Çalışmaları	20
2.7.1. First Things First	20
2.7.2. Uluslararası Etik Çalışmalar Sürdüren Kuruluşlar	22
2.8. Yasallık	32
2.8.1. Telif Hakları	33
2.8.2. Lisanslı Font Kullanımı	34
2.8.3. Lisanslı Yazılım Kullanımı	35

2.8.4. Görsel Kullanım Hakları	36
2.9. Doğruluk ve Ahlak.....	37
2.9.1. Spekülatif Çalışmalar	38
2.9.2. Kitle Kaynaklı Çalışma	39
2.9.3. Profesyonellik Sertifikaları.....	40
2.9.4. Kültürel Etki / Propaganda Tasarımlar / Kitle Tüketimi	41
2.9.5. Marka Hırsızlığı	41
2.9.6. Sürdürülebilirlik	42
2.9.7. Sosyal Sorumluluk	43
2.10. Grafik Tasarımda Etik Konusuna İlişkin Araştırmalar	46
2.10.1. Yurt İçi Yayınlar ve Araştırmalar.....	46
2.10.2. Yurt Dışı Yayınlar ve Araştırmalar	47

BÖLÜM III YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli	49
3.2. Katılımcılar	49
3.3. Verilerin Toplanması	50
3.4. Verilerin Analizi	51
3.4.1. Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları	52
3.4.2. Araştırmada Alınan Etik Önlemler	53

BÖLÜM IV BULGULAR

4.1. Bulgular.....	54
4.1.1. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Etik Kavramına Yönelik Görüşleri	56
4.1.2. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Grafik Tasarımda Etik Kavramına Yönelik Görüşleri	56
4.1.3. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Grafik Tasarımın Sorumluluk Alanlarına Yönelik Görüşleri	58

4.1.4. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Topluma Karşı Sorumluluklarına Yönelik Görüşleri	61
4.1.5. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Çevreye Karşı Sorumluluklarına Yönelik Görüşleri	64
4.1.6. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Meslektaşlara Karşı Sorumluluklarına Yönelik Görüşleri	66
4.1.7. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Tüketiciye Karşı Sorumluluklarına Yönelik Görüşleri	69
4.1.8. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Müşteriye Karşı Sorumluluklarına Yönelik Görüşleri	71
4.1.9. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Mesleki Hak ve Sorumluluklarına Yönelik Görüşleri	74
4.1.10. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Etik Eğitiminin Gerekliliğine Yönelik Görüşleri	78

BÖLÜM V

TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Etik Kavramının İçeriğine, Grafik Tasarımda Etik Kavramının İçeriğine ve Grafik Tasarımın Sorumluluklarına Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgularla İlgili Tartışma ve Yorum	82
5.2. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Grafik Tasarımcının Sorumluluk Alanlarına (Müşterilerine, Topluma, Çevreye, Çalışma Arkadaşlarına) Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgularla İlgili Tartışma ve Yorum	85
5.2.1. Topluma Yönelik Sorumluluklar	85
5.2.2. Çevreye Yönelik Sorumluluklar	86
5.2.3. Meslektaşlara Yönelik Sorumluluklar	88
5.2.4. Tüketiciye Yönelik Sorumluluklar	89
5.2.5. Müşteriye Yönelik Sorumluluklar	90
5.3. Grafik Tasarım Öğrencilerinin Mesleki Hak ve Sorumluluklarına Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgularla İlgili Tartışma ve Yorum	91
5.4. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Etik Eğitimine Yönelik Görüşleri	95

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuçlar	97
6.2. Öneriler	100
6.2.1. Araştırmaya Yönelik Öneriler	100
6.2.2. Uygulamaya yönelik öneriler	100
KAYNAKÇA	102
EKLER	105



KISALTMALAR

AGDA	: Australian Graphic Design Association
AIGA	: The Professional Association for Design
CSD	: Chartered Society of Designers
ETKHKHK	: Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
FSEK	: Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
FTF	: First Things First
GAG	: Graphic Artist Guild
GDC	: Graphic Designers of Canada
GMK	: Grafikerler Meslek Kuruluşu
GT	: Grafik Tasarımı
ICOGRADA	: International Council of Design
TEDMER	: Türkiye Etik Değerler Merkezi
WIPO	: World Intellectual Property Organization

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Florida Palm Beach County’de kullanılan oy pusulası	32
Şekil 2. First Things First Manifestosu	32
Şekil 3. Grafik Tasarımın Sorumluluk Alanları	32
Şekil 4. Uluslararası Kuruluşların Öne Çıkardığı Başlıklar	33
Şekil 5. Etik kavramına yönelik görüşler	58
Şekil 6. Grafik tasarımda etik kavramına yönelik görüşler	59
Şekil 7. Grafik tasarımın sorumluluk alanlarına yönelik görüşler.....	62
Şekil 8. Topluma karşı sorumluluklara yönelik görüşler	65
Şekil 9. Çevreye karşı sorumluluklara yönelik görüşler.....	67
Şekil 10. Meslektaşlara karşı sorumluluklara yönelik görüşler.....	69
Şekil 11. Tüketiciye karşı sorumluluklara yönelik görüşler.....	71
Şekil 12. Müşteriye karşı sorumluluklarına yönelik görüşler.....	74
Şekil 13. Mesleki hak ve sorumluluklarına yönelik görüşler	76
Şekil 14. Etik eğitiminin gerekliliğine yönelik görüşler.....	80

EKLER LİSTESİ**Sayfa**

Ek 1. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Toplantı Tutanağı	105
Ek 2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu Soruları	106



BÖLÜM I

GİRİŞ

Etik ve meslek etikleri, son yılların en çok tartışılan konuları arasında yer almaktadır. Tüm mesleklerde etik, profesyonellerin neleri yapması ve neleri yapmaması gerektiğiyle ilişkilendirilmektedir. Küreselleşmenin yaşadığımız yeni evresinde, teknolojinin ve özellikle iletişim teknolojisinin gelişim hızına bağlı olarak, yaratıcı üretim alanlarının etik ilkelerini belirleme girişimleri, neredeyse uluslararası bir politika haline gelmiştir.

İletişim, iletişim tasarımı, reklam ve grafik tasarımı alanlarında faaliyet gösteren uluslararası meslek örgütleri, kendi etik değer ve kurallarını belirlemek için hiç olmadığı kadar çaba göstermektedir. Bu durumun nedenlerini, tasarım olgusunun gelişim koşullarında aramak gerekir. Armstrong (2012), grafik tasarım mesleğinin erken dönemlerinde nesnellik ve tarafsızlık ideallerini savunmanın kimi tasarımcıların en değerli ilkesi iken, postmodern sonrası dönemde tarafsızlık ve nesnelliğin neredeyse olanaksız olduğunu belirtmektedir.

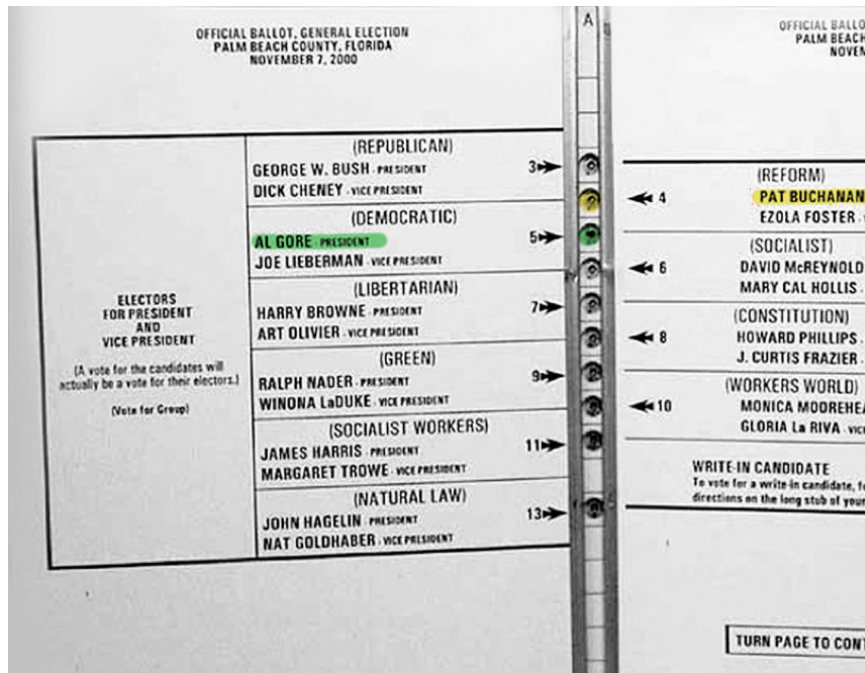
Armstrong ve onun gibi düşünenlere göre tasarım alanları, daha yoğun biçimde neo liberal piyasanın koşullarıyla baş başa kalmıştır. Bu koşullar, bir yanıyla tasarımcının özgür ve özgün niteliğini talep ederken, diğer yandan insani eylem ve kararlarının sorumluluğunu üstlenecek özgürlük alanlarını ortadan kaldırmaktadır. İlk bakışta tasarımcı, bir üretim alanının öznesi durumundayken, aslında, piyasanın neredeyse tamamen bağımsız işleyişinin bir nesnesi olma tehlikesiyle karşı karşıyadır.

Loo'ya (2012) göre öncelikle bir disiplin içinden düşünmek ve eylemde bulunmak etik değerlere gereksinim duyar. Çünkü değerlerin kendileri disiplinlerin ilkeleri üzerinden oluşturulur ve ifade edilir. Tüm disiplinlerin özneleri gibi, tasarımcının sorumlulukları da bu etik değerler bağlamında tanımlanmaktadır (s. 11). Yani tasarımcı, bir disiplin adına, bir uygulayıcı olarak eylemde bulunan veya bir disiplini oluşturan özellikleri temsil eden insandır, tasarım disiplinlerinin ahlaki gerekliliklerini temsil eden bir elçidir.

Tasarımcının ekosistemleri de içeren doğal ve sosyal çevre üzerindeki etkilerine yönelik kaygılar, 'çevresel etik'le ilgili birçok tartışmayı da gündeme taşımıştır. Tasarımın çevre üzerindeki etkileri, tasarımcıların eylemlerini ve bu eylemlerin kısa ya da uzun vadede diğer insanların aidiyet, kimlik, kültürel, ekonomik, politik olay ve olguları kavramalarına ve ayrıca küresel çevredeki doğal ekosistemlerin sağlığı ve

sürdürülebilirliği üzerindeki etkilerini sorgulamaya zorlamaktadır. Ayrıca Loo (2012), çevresel bozulma ve iklim değişikliğiyle ilgili artmakta olan farkındalığın, servet dağılımındaki eşitsizliklerin ve dünya genelinde sürmekte olan çatışmaların, farklı disiplinlerde çalışan bireylerin sadece kendilerini ilgilendiren etik sorumluluklarını değil, tamamen tanımlayamadıkları küresel ötekilerle ilgili sorumluluklarını da sorgulamak durumunda bıraktığını söylemektedir (s. 10).

David Berman, benzer bir yaklaşımla hazırladığı *“Do Good Desing: How Design Can Change Our World”* kitabının ilk kısmında tasarımcıların, yalnızca toplumsal sorumluluk potansiyeline sahip olmadığını, aynı zamanda dünyanın geleceğini ellerinde tutabileceğini iddia etmiştir. Bu duruma örnek olarak Berman (2016) Kasım 2000’de yapılan ABD başkanlık seçimlerinde Palm Beach County’de kullanılan oylarda, oy pusulasının yanıltıcı ve zayıf tasarımı sebebi ile Al Gore yerine, yanlışlıkla Pat Buchanan’a atılan oyların George Bush’un Florida’yı almasına ve buna bağlı olarak ulusal başkanlığı kazanmasına neden olduğunu (s. 9) açıklamıştır. Berman’ın *“Hayatımın En Etkili Bilgi Tasarım Parçası”* olarak nitelendirdiği oy pusulasının zayıf tasarımının, muhtemelen, Bush’un sekiz yıl boyunca ABD başkanı olarak kalmasına ve bunun neticesinde; ABD’nin iklim değişikliği konusunda imzaladığı Kyoto Antlaşmasına, 2003’te Irak’ın kimyasal silah arayışı bahanesiyle işgal edilmesine ve sekiz yıl boyunca Beyaz Saray’da alınan birçok tartışmalı karara neden olduğunu belirtmektedir.



Şekil 1. Florida Palm Beach County’de kullanılan oy pusulası

Kaynak: Indianapolis Star, Akt. Berman, 2007

1997 yılında Almanya'nın Düsseldorf Havaalanı'nda yaşanan patlama sonrası etrafı kaplayan duman, acil kaçış levhalarının bulunması gereken yerlere yerleştirilmemiş, çok küçük ve aydınlatılmamış olması sebebiyle 16 kişinin kaçış yolunu bulamamalarına ve hayatlarını kaybetmelerine neden olmuştur (Berman, 2016, s.103).

James Montgomery Flagg tarafından tasarlanan *"I Want You"* posterleri, yüzlerce Amerikalı'nın milliyetçilik duygularını tetikleyerek savaşa katılmalarını sağlamıştır. Camel firması reklam kampanyalarında, *Joe Camel* isimli deve illüstrasyonunu kullanmaya başladıktan sonra yasa dışı çocuk pazarındaki payını %0.5'ten %32.8'e çıkarmıştır (Jowett, 2012. s.331), Ayrıca bazıları bilinçaltı içerikli olan sigara ve kola reklamları için yapılan grafik tasarımların katkısıyla da, 2014 yılında yaklaşık 5.8 trilyon sigaranın dünya genelinde tüketildiği¹, 2012 yılında Türkiye'de kişi başına servis edilen Coca Cola sayısının 176 olduğu belirlenmiştir².

Yukarıda örneklenen ve daha birçok benzeri olgunun yarattığı kaygı nedeniyle tasarımcının ait olduğu disiplinin değerlerinin; mesleki hak ve sorumluluklarının belirlenmesi yanında, evrensel olarak kabul edilmiş doğal ve sosyal çevreye karşı sorumluluklarını da içeren etik ilkelerin, oluşturulmasına ya da yaşanan gelişmelere göre var olan ilkelerin güncellenmesine ilişkin yoğun çaba harcanmaktadır.

Düşünceye, yaratıcılık ve yeteneğe bağlı özgün üretimleri korumak ve etik ilkeler belirlemek amacıyla yürütülen ilk çalışmalar, 19. yüzyılın sonlarına doğru kapsayıcı ve bağlayıcı bir nitelik haline gelmiştir. Bunlardan 1883 Paris Konvansiyonu, patent, endüstriyel tasarım ve ticarî marka gibi fikri mülkiyet türlerine uluslararası koruma getirmiştir. Edebi ve sanat eserlerinin telif haklarına yönelik bir diğer uluslararası antlaşma olan Bern Konvansiyonu ise 1886'da İsviçre'de imzalanmıştır. Ayrıca 1967 yılında kurulan WIPO, Uluslararası anlamda fikri mülkiyet haklarını korumaya ve düzenlemeye yönelik çalışmalarda bulunmaktadır.

Bu kanunlara ek olarak uluslararası bazı kişi ve kurumlar tarafından etik ilkeler ve kodlar konusunda çalışmalar yürütülmüştür. Ken Garland, 1964 yılında İngiltere'de tasarımcılara yönelik *"The First Things First"* isimli bir manifesto hazırlamıştır. Yaklaşık 400 tasarımcı tarafından desteklenen manifestoyu, o dönemde The Guardian gazetesi tam metin olarak yayımlamış, Dixon (1999) Manifesto'yu, "tasarım

¹ www.tobaccoatlas.org/topic/cigarette-use-globally/

² www.statista.com/statistics/271156/per-capita-consumption-of-soft-drinks-of-the-coca-cola-company-by-country/

endüstrisinde çalışan, ideallerini unutan ve neyin gerçekten önemli olduğunu görmezden gelen tasarımcılara karşı bir sitem niteliğindeydi” olarak tanımlamıştır.

Amerikan Uluslararası Grafik Tasarım Birliği (AIGA) , Avusturalya Grafik Tasarım Birliği (AGDA), Grafik Sanatçılar Birliği (GAG), Grafik Tasarımcılar Birlikleri Uluslararası Konsülü (ICOGRADA), Tescilli Tasarımcılar Birliği (CSD) tasarımcılara yönelik bir takım etik kodlar yayınlamışlardır.

Ülkemizde yürürlükte olan “*Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu*” ve “*Endüstriyel Tasarımların Korunmasına Hakkında Kanun Hükmünde Kararname*” telif ve kullanım hakları, lisans hakları, intihal, sanat ve tasarım ürünlerine ilişkin hak ve sorumlulukları düzenleyici kapsamdadır. Aynı zamanda Türkiye Reklam Ajansları Derneği, Türkiye Grafikerler Meslek Kuruluşu, Reklamcılık Vakfı gibi kurumların konu ile ilgili yürütmüş olduğu birtakım faaliyetler bulunmaktadır.

Türkiye’de grafik tasarımcıların sorumluluklarının belirlenmesi ve uygulanmasına yönelik çabalar, farklı kurumlar aracılığıyla günümüzde sürdürülmektedir. Bu çabaları gerekli hale getiren nedenleri araştırmak, süreci ve argümanları değerlendirmek, meslek alanı örgütleri için bir sorumluluktur. Aynı zamanda bu mesleğe eleman yetiştiren kurum ve kuruluşların da bu çabaya ortak olması bir zorunluluk olarak görülmelidir.

Yurt içi ve yurt dışında grafik tasarım eğitimi veren lisans ve lisansüstü programlar incelendiğinde etik duyarlılığa ilişkin farklılıklar dikkat çekicidir. Yurt dışında tasarım eğitimi veren birçok kurumun lisans ve lisansüstü programlarında tasarım etiği konusunda dersler verildiği görülmüştür. Ülkemizde ise, lisans düzeyinde grafik tasarım eğitimi veren devlet üniversitelerinin hiç birinde etik dersi yoktur. Ancak bir kaç özel üniversitenin eğitim programlarında tasarım etiği konulu dersler açıldığı ve bazılarında zorunlu bazılarında seçmeli ders olarak okutulduğu görülmektedir.

Tasarım eğitimi veren kurumlar, tasarımcı adaylarına, mesleklerinin yürütülmesindeki temel sorun alanlarını, hak ve sorumluluklarını ve işlerlik koşullarını tartışan dersler ve bilimsel araştırmalarla acilen bu çabaya katkı sunmalıdır. Aksi durumda, yaratıcı süreçleri zenginleştiren teknolojilerin göz kamaştıran üretim olanakları yeni etik sorunlara da neden olacaktır.

1.1. Problem

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Görsel tasarımlar aracılığıyla geniş kitlelerle amaca uygun iletişim dili geliştirir. Yarattığı, bulduğu ya da kurguladığı farklı iletişim yöntemleriyle grafik tasarım, tüketici ve izleyici algısını biçimleyerek geniş bir piyasaya hizmet vermektedir. Bu nedenle piyasanın, her geçen gün biraz daha çoğalarak çeşitlenen yeni ve farklı tasarım ürün talebi, grafik tasarımını önemli finansal girdi sağlayan bir sektöre dönüştürmüştür. Sektördeki gelişmeler, tasarım ürünlerinin artmasına zemin hazırlamakla birlikte pek çok sorunu da beraberinde getirmiştir. Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak kapsamı da değişip genişleyen grafik tasarım alanının bir iş kolu olarak ya da üretim sektörü olarak nasıl tanımlanacağından, bu sektörün yasal sorumluluk ve haklarının neler olduğuna, bu alanda çalışanların mesleki yetkinliğinin nasıl belirleneceğine kadar bir dizi sorun çözüm beklemektedir. Ancak araştırmalar göstermektedir ki dünyada ve ülkemizde en çok karşılaşılan tasarım ve tasarımcı sorunlarının başında etik ihlaller gelmektedir.

Yaygınlaşan rekabet ortamı ve yalnızca başarıya odaklı tasarım yapma arzusu özgünlük ve etik sorunlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kurumsal firmaların bile özgünlüğü tartışılabilir etik olmayan tasarımları kabul ediyor olması grafik tasarımında etik ilkelerin sorgulanması gerekliliğini göstermektedir. Yaygın olarak kullanılan sanal sergi platformlarının kopyalama amacıyla kullanılmasının da önemli bir etik ihlali olduğu söylenebilir. Günümüzün grafik tasarımcıları, çalışmalarını yüzlerce internet adresinden sergileyebilmektedir. Milyonlarca tasarımın izlenebildiği bu internet adresleri, ilham almak, esinlenmek, sektörün yeniliklerini fark etmek ve farklı yerlerdeki tasarımcıların ürettikleri işleri görmek vb. gibi olanaklar yaratmıştır, fakat diğer bir yandan, bu platformların esinlenme boyutlarını aşan ölçülerde kullanıldığı da görülmektedir.

Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ve “*Endüstriyel Tasarımların Korunmasına Hakkında Kanun Hükmünde Kararname*” birtakım hükümleriyle, ilgili konularda caydırıcı önlemler içermektedir. Aynı zamanda Türkiye Reklam Ajansları Derneği ve Reklamcılık Vakfı gibi kurumların yürütmüş olduğu faaliyetler, Türkiye Grafikerler Meslek Kuruluşunun konu ile ilgili yayınlamış olduğu bazı makaleler ve çeviriler bulunmaktadır. Fakat tüm bu çabalara rağmen, son zamanlarda gündemde sıklıkla görülen, neoliberal politikaların tüketim talebine dayalı bilinçsizce üretilmiş tasarımlar, kopya ve çalıntı üretimler, müşteri ve tasarımcı arasında yaşanan problemler, tasarımcının lisanssız yazılım, görsel, ses ve yazı tipi kullanması, vb. gibi problemler göz

önünde bulundurulursa kanun ve kurumların etik ihlaller konusunda yeterince önleyici olamadıkları görülmektedir.

Sonuç olarak; bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ve en büyük bilgi paylaşım sistemi olan internete bağlı ortaya çıkan yeni sorunlar, tasarımcıların ekosistemleri de içeren doğal ve sosyal çevre üzerindeki etkilerine yönelik kaygılar, tasarımların aidiyet, kimlik, kültürel, ekonomik, politik olay ve olguların kavranmasına yönelik yönlendirici gücü nedeniyle, tasarım alanlarındaki etik tartışmalarının giderek artacağı öngörüsü, bu araştırmanın yapılması için önemli bir neden olmuştur.

Konuya meslek etikleri açısından bakıldığında, felsefi etik, etiğe ilişkin diğer yönelimlerin ortak paydası olarak kendini göstermektedir. Ionna Kucuradı'ya göre “Etik değer koruyarak yaşayabilmek ve mesleğimizi etik değer koruyarak yapabilmek için, normlardan ziyade etik değer ve etik değerlerin felsefi bilgisine dayanan felsefi bir eğitime ihtiyaç vardır. Çünkü böyle bir eğitim, yüz yüze geldiğimiz durumlarda, insan onurunun nerede tehlikede olduğunu gören bir göz kazanmamıza yardımcı olabiliyor.”³

Bu bağlamda, etik eğitimi üzerine yapılan araştırmalar değerlendirildiğinde, yurtdışındaki birçok üniversitenin ilgili programında lisans düzeyinde “*tasarım ve etik*” konulu dersler verildiği görülmüştür. Uluslararası düzeyde öne çıkan programlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- Australian National University – Program ismi: “*Research Design and Ethics*” – Düzey: **Lisans** Erişim adresi: <http://programsandcourses.anu.edu.au/course/ARTS8103>
- RMIT University – Program ismi: *Professional Ethics and Design Strategy* – Düzey: **Lisans** Erişim adresi: <http://www1.rmit.edu.au/courses/004626>
- Drexel University, Ders ismi: *Ethics and Design Professions* – Düzey: **Lisans** Erişim adresi: <http://www.pages.drexel.edu/~pa34/317%20Ethics%20in%20the%20Design%20Professions%20syllabus.pdf>
- University Texas Dersin ismi: *Ethics and Leadership* – Düzey: **Güzel Sanatlar / Lisans** Erişim: http://finearts.utexas.edu/sites/files/cofa/degrees/bfa_design_16-18_dg.pdf
- Utah Universtiy Ders adı: *Sustainable Design Practice* – Düzey: **Güzel Sanatlar / Lisans** Erişim: http://www.art.utah.edu/wp-content/uploads/BFA_Art_Graphic_Design_2017-18_6.2017.pdf
- Minnesota University: Dersin adı: *Research Ethic* Düzey: **Güzel Sanatlar / Master** Erişim: http://dha.design.umn.edu/programs/grad/documents/GDMFA_000.pdf

³ (http://www.tedmer.org.tr/akademik_makaleler/ionna_kucuradi.pdf)

- Tampa University, Dersin adı: *Sustainable Design* – Düzey : **Grafik Tasarımı / Lisans**
Erişim adresi: <http://ut.smartcatalogiq.com/current/catalog/College-of-Arts-and-Letters/Department-of-Art/Digital-Arts-and-Graphic-Design/Four-Year-Degree-Plan-for-Major-in-Graphic-Design>
- PennState College of Arts and Architecture Ders şekli: *Seminer* – Düzey: **Grafik Tasarımı / Lisans** Erişim: <http://stuckeman.psu.edu/gd/programs/bd>
- Syracuse University, Dersin adı: *Ethics and the Media Professions* – Düzey : **Grafik Tasarımı / Lisans**
Erişim: http://coursecatalog.syr.edu/preview_program.php?catoid=11&poid=5703&returnto=1465
- Chester University, Dersin Adı: *Professional Practice (Included Ethical Issues)* Düzey: **Grafik Tasarımı / Lisans** Erişim: <https://www1.chester.ac.uk/undergraduate/graphic-design>
- Quizland University, Dersin Adı: *Ethical And Social Understanding* Düzey: **Grafik Tasarımı / Lisans**
Erişim: http://www.courses.uq.edu.au/student_section_loader.php?section=2&profileId=84211
- Cyprus International University, Ders Adı: *Design Ethics and Legal Issues* Düzey: **Grafik Tasarımı / Lisans** Erişim: http://www.ciu.edu.tr/sites/default/files/graphic_design_academic_program.pdf

Ülkemizdeki devlet üniversitelerinde ise, tasarım yüksek lisans programlarından yalnızca birinde etik içerikli derslerin olduğu, tasarım lisans programlarının hiç birinde böyle bir dersin yer almadığı belirlenmiştir. Özel Üniversitelerde ise, iki lisans, iki ön lisans, iki yüksek lisans ve bir sanatta yeterlilik programında tasarım etiği konulu dersler verildiği görülmektedir.

- TOBB Üniversitesi – Yüksek Lisans – *Tasarım Etik ve Sosyal Sorumluluk*
- Marmara Üniversitesi – Yüksek Lisans – *Tasarım Etiği*
- Arel Üniv. Sanatta Yeterlilik - *Tasarım Etiği* – Lisans – *Mesleki Sorumluluklar ve Etik*
- İzmir Ekonomi Üniversitesi – Yüksek Lisans - *Tasarımda Etik ve Sosyal Sorumluluk*
- İstanbul Kültür Üniversitesi – Ön Lisans - *Tasarım Etiği ve Fikri Haklar*
- Doğuş Üniversitesi – Ön Lisans – *Meslek Etiği*
- İstanbul Aydın Üniversitesi – Lisans – *Sosyal Sorumluluk ve Etik*

“Meslek etikleri nedir?” sorusuna yönelik olarak yukarıda alıntılanan ulusal ve uluslararası literatürün incelenmesi sonucunda, grafik tasarımcılarının mesleklerini sürdürürken özen göstermeleri gereken ortak ilkelerin genel olarak belirlendiği anlaşılmıştır. Bu bulgudan yola çıkarak “*Türkiye’de grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin ulusal ve uluslararası düzeyde öne çıkan bu etik ilkelere ilişkin farkındalık düzeyleri nedir?*” sorusu araştırmanın problem cümlesini oluşturmuştur.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin ulusal ve uluslararası düzeyde öne çıkan etik ilkelere ilişkin farkındalıklarını incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, grafik tasarımcının hak ve sorumluluklarına ve alanın etik ilkelerine yönelik literatür araştırılırken konuyu içeren çok az sayıda Türkçe kaynak olduğu anlaşılmıştır. Araştırmanın sınırlı da olsa bu gereksinimi karşılaması amaçlanmaktadır.

Bu genel amaca uygun olarak alt amaçlar belirlenmiştir.

1. Grafik tasarım bölümü 4. sınıf lisans öğrencilerinin etik ve grafik tasarımda etik kavramına yönelik farkındalıkları hangi düzeydedir?
2. Grafik tasarım bölümü 4. sınıf lisans öğrencilerinin mesleki etik kurallara ve mesleki etik sorumluluklarına ilişkin görüşleri nelerdir?
3. Güzel Sanatlar Fakültelerinin tasarım bölümlerinin lisans programlarında etik dersinin yer almasına yönelik grafik tasarım öğrencilerinin görüşleri nelerdir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Grafik tasarımı günümüzde yüzlerce farklı mecrada, milyonlarca üretimiyle büyük kitlelere hitap eden bir iletişim alanına dönüşmüştür. Amstrong bu büyümeye koşut oluşan bazı sorunlara karşı tasarımcıları uyarmaktadır. Armstrong (2012), teknolojinin kültürümüzü kökünden değiştirdiğini, geçmişin kilit tartışmalarının, günümüzün de önemli argümanları olarak (*sahiplik, evrensellik ve toplumsal sorumluluk*) yeniden su yüzüne çıktığını ve grafik tasarımın geleceğinin bu sorunlarda yatmakta olduğunu belirtmiştir (s. 9).

Hızla değişen teknoloji ve bu teknolojiye bağlı olarak değişen üretim biçimi ve değerler dünyası her bireye, her kuruma, her topluluğa olduğu gibi, tasarımcılara da daha doğru ve ahlaklı bir mesleki yaşantı oluşturmak için bazı etik sorumluluklar yüklemiştir. Bir tasarımcının, seçtiği kâğıttan yazı tipine, ambalajdan görsele ve içeriğe kadar her materyalde bu sorumluluğu taşıması gerekir. Tasarımcının, kullandığı bütün yazılımların telif hakkına, tasarımlarında geriye dönüştürülebilir ve çevre dostu malzemeler kullanmaya, toplumu ve tüketiciyi doğru yönlendirmeye ve tüketim endüstrisinin dayatması altına girmemeye özen göstermesi gerekmektedir. Bunun yanında, reklam hizmeti veren ve alan kurum ve kişiler, grafik tasarım eğitimi veren eğitmenler, tasarım

eleştirmenleri, tasarım dergileri kısaca tasarımcı topluluğunun tüm üyeleri de bu çabaya destek vermelidir.

Çotuksöken'e (2003) göre mesleki eylemleri gelecek boyutunda ayrıntılı olarak düşünenler, benzer çözümlmeleri yapmaktadırlar, hatta yapmak zorundadırlar; böylece, meslek alanı yeni bir ölçüt/ölçütler geliştirmenin ortamı olmaktadır. Bu bağlamda çözümlmeler herhangi bir meslek ya da iş alanı üzerinden yapılmaktadır (s. 14).

Grafik tasarım öğrencilerinin etik ilkelere ilişkin farkındalıklarını incelemeyi amaçlayan bu araştırma, aynı zamanda, grafik tasarımı meslek etiğinin içeriğinde yer alan 'grafik tasarımcının hak ve sorumlulukları'nın neler olduğunu, uluslararası literatürde ortaklık sağlanan görüşler bağlamında belirlemeyi amaçlamıştır.

Grafik tasarımcının nasıl bir özne olduğu, öğrencilerin mesleki bilgilerinin etik anlayışlar ve tasarım yönelimleriyle nasıl uzlaştığı türünden sorularla şekillenen bu araştırma, ülkemizde ilk kez yapılmış olması nedeniyle önemlidir.

Şu anda, ülkemizdeki devlet üniversitelerinin grafik tasarım lisans programlarının hiçbirinde etik konulu bir ders verilmemektedir. Bu programlarda görev yapan akademisyenlerin, tasarımcının hak ve sorumluluklarını içeren etik değerleri, farklı derslerde öğrencilerine aktardıkları biliniyor olsa da, bu çabanın ne kadar yeterli olduğu tartışma konusudur. Bu nedenle bu araştırmanın, grafik tasarımı lisans programlarında etik dersine gerek olup olmadığına ilişkin bulgular sunuyor olması önemlidir.

Grafik tasarımında etik konusu ile ilgili birçok basılı yayın olmasına rağmen, basılmış Türkçe bir yayın bulunamamıştır. İlgili araştırmalar kısmında görüleceği üzere bu konuda yalnızca birkaç tez, makale ve çevirinin olması, grafik tasarımında etiğin anlaşılmasını ve içselleştirilmesini zorlaştırmaktadır.

Grafik tasarımında etik eğitimi veren üniversitelerin kaynakçalarına bakıldığında çoğunlukla yabancı kaynakların kullanıldığı görülmektedir. Tez ve makalelerin de grafik tasarımında etik ilkeleri içeren literatüre sahip olmadığı, ağırlıklı olarak sürdürülebilirlik ve intihal konularının incelendiği anlaşılmıştır. Bu nedenle bu araştırma, grafik tasarımında etik sorunlara ilişkin yabancı literatürün önemli açılımlarının dilimize kazandırılması; "Brand Stretching", "Crowdsourcing", "Spec Work" vb. gibi kavramların içerikle bağlantılı Türkçe açıklamalarının yapılması nedeniyle de önemli sayılmalıdır.

1.4. Sayıtlılar

Araştırmaya katılan katılımcılar görüşmelerde yer alan sorulara, içtenlikle ve doğru şekilde yanıt vermişlerdir.

1.5. Sınırlılıklar

1. Araştırma Türkiye'nin farklı bölgelerinde yer alan beş devlet üniversitesinin güzel sanatlar fakültesinde öğrenim gören 4. sınıf grafik tasarımı bölümü öğrencileri ile sınırlıdır.
2. Araştırma süresince katılımcılardan grafik tasarımının etik ilkelerine yönelik elde edilecek olan bulgular nitel verilerle sınırlıdır.
3. Araştırma süresince yaşanabilecek problemlere ilişkin bulgular elde edilecek nitel verilerle sınırlıdır.
4. Araştırmadan elde edilecek sonuçlar, araştırmaya katılan çalışma grubu ile sınırlıdır.

BÖLÜM II

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Araştırmanın kuramsal çerçevesini Etik, Sanat, Grafik Tasarımı, Grafik Tasarım Eğitimi, Grafik Tasarımında Etik İlkeler ve Sorumluluklar oluşturmaktadır.

2.1. Grafik Tasarım

Grafik tasarım bir iletiyi, bir bilgiyi ulaştırmak, bir hizmet ya da ürünü tanıtmak için yazılı ve görsel elemanların sanatsal ölçütler dikkate alınarak olarak özgün bir biçimde tasarlanması ve sunumudur.

Grafik tasarım özel bir amaçla, insanlarla iletişim kurmak içindir; seyirciler, izleyiciler, kullanıcılar, alıcılar, ziyaretçiler, katılımcılar, birbirini etkileyenler, oyuncular, yoldan geçenler, deneyimciler, halk mensupları, cemiyetler, mahalle sakinleri, tüketiciler, müşteriler, aboneler ve müvekkiller gibi (Twemlow, 2006, s. 8).

Fine (2012), grafik tasarımın, sanayi devrimi öncesinde sadece sözcük ve resimleri taşıma amacı güttüğünü, sanayi devrimi sonrası ise bu durumun sanat, teknoloji ve ticareti de içine alan ve akademik eğitime dayalı bir sistemi kucaklayan bir evrim geçirdiğini vurgulamıştır (s. 129).

Sanayi devrimiyle birlikte dönüşen artı ürün, geniş bir talep yaratabilmek için, üretkenle tüketen arasında özel bir iletişim kurulmasını gerekli kılmıştır. Üretimin kurumsallaşmasıyla birlikte gelişen görsel iletişim teknolojileri grafik tasarımını da değiştirmiş, geliştirmiş ve zenginleştirmiştir. 1900’lerin başlarında kullanılan ve örneğin “poster sanatçısı” gibi özneye vurgu yapan tanımlar, grafik tasarımcı ya da görsel iletişim tasarımcısı adıyla, bir uzmanlık alanına işaret eden kavramlara dönüşmüştür. Twemlow (2006)’a göre artık grafik tasarımcıları küresel bir ekonominin içinde çalışmaktadır. Küreselleşme; yeni pazarlar ortaya çıkardıkça, tasarımcıların çoğunun zamana öncü olmaları ve bir markayı veya ürünü yeni kültürlerle uyarlamaları gerekmektedir (s. 14). Bu yeni durum, bir mesleği tanımlayan tek bir kategori olmaktan daha ziyade kültürel üretim ve popüler hayal gücünün sözler ve imgeler yoluyla ifade edilmesi ile ilgili bir dizi etkinlik toplamına dönüştürmüştür (Fine, 2012, s. 129).

İşlevi, içeriği, teknolojisi değişse bile grafik tasarım bugün de, kısmen bitmez tükenmez şekilde “yeni” görsel biçimler aramak olarak tanımlanır. Bu arayışlar bir sonraki modayı tanımlamaya, tüketicilerin yeni ürün ve hizmetlere olan taleplerini

yönlendirmeye yardımcı olur ve döngüsel olarak yeni olandan en yeni olanı ayırt etmek için yeni biçimlere ihtiyaç duyar (Boylston, 2007, s. 11).

Görülmektedir ki grafik tasarımcılar, kültürel üretimde materyal/nesneler dünyasını anlamlı kılan bir bağlam hazırlamakla uğraşırlar. Grafik tasarımcıya göre bir obje veya tasarlanmış bir nesne, yalnızca içerik değil, anlam taşıyan ve eserde gizlenmiş birçok politik, sosyal ve kültürel ilişki anlamına gelmektedir ve bu nedenle grafik tasarım bir uzmanlık alanıdır. Her uzmanlık alanı gibi (çok özel örnekler hariç) akademik eğitime gereksinim duyar.

2.2. Etik'in Anlamı ve Kökeni?

Etik terimi Yunanca ethos yâni “töre” sözcüğünden türemiştir. “Ethos kelimesinin kökeni ethikos, kelimesinden gelir, anlamı; ahlak, ahlaki bir karakter göstermektir. Latinceye ethicus olarak transfer edilmiştir. Yunancada, iyi bir “varoluş tarzı”, bilgece bir eylem yolu arayışına karşılık gelir (Badiou, 2003, s.17). Etik kelimesinin Türkçe’ye girişi Fransızca *éthique* kelimesi yoluyla olmuştur (Özturan, 2011, s. 170).

Türkçe sözlükte etik sözcüğü ‘töre bilimi’, ‘bir meslek grubunun uymak zorunda olduğu davranışlar bütünü’, ‘etik bilimi’ ve ‘ahlaki, ahlakla ilgili’ karşılıkları kapsamaktadır. Türkçe’ye Arapça’dan geçen ahlak sözcüğü hulk sözcüğünün çoğuludur. Hulk sözcüğü, bir insanın yaradılışı gereği gerçekleştirdiği davranışları anlatır ve huy, adet, alışkanlık anlamındadır (Uzun, 2007, s. 11). Türkçe kullanımda ahlak ve ahlaki anlamları da içermektedir.

“Ahlâk, ‘insanın iyi veya kötü olarak nitelendirilmesine yol açan manevi özellikleri, huyları ve bunların etkisiyle ortaya koyduğu iradeli davranışlar’ bütünüdür. Etik ise bu davranışları ahlakilik koşulları içinde araştırır. Başka bir deyişle etik ya da ‘ahlâk felsefesi’ insan davranışlarını, yargılarını, davranış kurallarını ve ilkelerini ahlakilik temelinde araştıran, savunan ya da eleştiren bir felsefe dalıdır” (İrvan, 2003, s. 81).

Etik’in dayandığı, hatta dayanmak durumunda olduğu temel koşul, ‘iyi niyet’tir. İyi niyet, burada kişinin argümanları kabullenmeye ilkesel olarak hazır olmasının ötesinde, iyi olarak kabul edileni fiilen kendi eylemlerinin ilkesi haline getirmesi anlamına gelmektedir. Kendi bakış açısını sorgulamayı daha en baştan istemeyen kişide, farklı nedenlerden dolayı iyiyi isteme iradesi, yani iyi niyet eksik olabilir (Pieper, 2012, s. 19).

2.3. Etik

Felsefenin üç ana dalı vardır. Varlık, bilgi ve değer. Etik, değerler felsefesinin aksiyoloji dalıdır. Orijinal kullanımına göre tanımlandığı zaman etik, ideal insan davranışını ve ideal olmanın yollarını inceleyen bir felsefe dalıdır. İdealimizde, ahlakımızla birlikte, üretken ve uyumlu bir şekilde yaşamamıza izin verir (Allen, 1990, s. 2). Ahlak da değerler bütünü içinde yer alır ve bu nedenle etiğin alanıdır ve yine bu nedenle doğru davranışı, yanlış davranıştan ayırabilmek amacıyla etik, ahlâk kavramının doğasını anlamaya çalışır.

Rich'e göre felsefenin bir disiplin çalışması olarak etik, bilinçli varlıklara ait bir eylemdir ve onların refahı ve ilişkileri ile bağlantılıdır. Bu nedenle etik, doğru ve yanlış, iyi ve kötü, övgüye değer ve acımasız konular üzerinde duran, onları analiz eden ve birbirinden ayıran sistematik bir yaklaşımdır. Etiği statik durumdan ziyade aktif bir süreç olarak tanımlayan Rich, bu nedenle bazı etikçiler gibi etik yapma ifadesini kullanmaktadır (Rich, 2013, s. 4).

Etik üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde hak ve sorumluluklar olmak üzere iki temel kavram üzerine yoğunlaşıldığı görülmektedir.

Etiği hak üzerinden açıklayan Badio'a göre "Evrensel olarak tanınabilir bir insan öznesinin var olduğunu ve bu öznenin bir anlamda doğasından kaynaklanan haklara sahip olduğunu varsaymamız beklenir. Yaşama, kötü muamele görmeme, 'temel' özgürlüklerden (düşünce, ifade, hükümet seçimlerinde demokratik tercih, vb. özgürlüklerinden) yararlanma hakkı. Bunların geniş bir mutabakat sonucu ortaya çıkmış ve kanıta gerek duymayan, apaçık haklar olduğu savunulur. Böylelikle 'etik', bu hakları sorun edinme, bunlara saygı gösterilmesini sağlama meselesi olarak gösterilir (Badiou, 2003, s. 21).

Ahlak ve etik sıklıkla aynı anlamda kullanılıyor olmasına rağmen aslında etiğin ahlakla olan ilişkisi, ahlaki olanın ne olduğu sorunsalı üzerinde şekillenir ve bu nedenle çoğu zaman 'ahlak felsefesi' anlamına gelen etik "ahlaki açıdan kabul edilebilir bireysel, kurumsal ve toplumsal değerlerin tanımlanması ve bu değerlerin insan davranışını değerlendirmenin temel ölçütü olarak kullanılması" şeklinde tanımlanabilir (Fitzpatric,1997, Akt. İrvan, 2003, s. 61).

Ahlak "insanın iyi veya kötü olarak nitelendirilmesine yol açan manevi özellikleri, huyları ve bunların etkisiyle ortaya koyduğu iradeli davranışlar" bütünüdür. Etik ise bu davranışları ahlakilik koşulları içinde araştırır. Etik insan davranışlarını, yargılarını,

davranış kurallarını ve ilkelerini ahlakilik temelinde araştıran savunan ya da eleştiren bir felsefe dalıdır (İrvan, 2003, s. 62).

Etğin asıl amacının ahlaki olanın sınırlarını belirlediğini söyleyen Pieper (2012), “insanın iyi temellendirilmiş ahlaki kararları kendi başına vermek durumunda olduğunu ve başka hiç kimseye – ne her hangi bir otoriteye ne de sözde daha yetkin kişilere (anne-baba, öğretmen, din adamı vb.) – teslim olmaması gerektiğini gösterebilmektir” (s. 21) diyerek bilinçle ahlakilik arasındaki ilişkiye dikkat çeker. Ahlaki eylemin, insanın isterse gerçekleştirebileceği, istemezse vazgeçebileceği keyfi bir eylem olmadığını, aksine, insan olarak varlığına ilişkin vazgeçilmez bir niteliğin ifadesi olduğunu gösterebilme, yani insanı sevmeyi öğretebilme (s. 19), olduğunu belirtir. Etik, temellendirilmiş sonuçlara varmayı amaçladığından ne ahlakileştirme ne ideolojiye dönüştürme ne de dünya görüşü ortaya koyma gibi bir amaca sahiptir. Ahlaki eylemlere belirli bir yöntem kullanarak yaklaştığı için nesnel geçerliliği de olan, özneler arası bağlayıcılığı kanıtlanabilen önermelerle ilgilenir (Pieper, 2012, s. 18).

Yukarıdaki alıntılardan da anlaşıldığı gibi etik, beklediğimiz ya da kabul edebileceğimiz davranışları tanımlayarak temel bir takım sosyal ihtiyaca cevap verir. Etik belirlemeler, meslekler ve dinler için geliştirilen kodlar gibi resmi kuramlar, yaklaşımlar ve davranış kuralları kullanılarak uygulanır.

Etik, normatif etik, meta-etik ve betimsel etik olmak üzere üç araştırma veya çalışma türüne göre kategorize edilebilir. İlk yaklaşım olan normatif etik, doğruyu ya da yanlış, iyiyi ya da kötüyü, övgüye değer ya da üzücü olan değerleri, davranışları ve yollarını kararlaştırmaya ya da belirtmeye yönelik bir girişimdir. Meta-etik, iyi, mutluluk ve erdemli karakterin anlamı gibi etik ile ilgili kavramların ve teorilerin anlamının analizi yoluyla ahlak dilini anlamayla ilgilidir. Tanımlayıcı etik ise genellikle felsefi bir etik soruşturma yerine bilimsel olarak açıklanır. Araştırmacılar ya da etik bilimciler tarafından, insanların ahlak hakkında ne düşündüklerini ya da insanların ahlaklı olmak için nasıl davrandıklarını açıklamak anlatmak istediklerinde kullanılan bir yaklaşımdır. Yukarıda belirtilen özellikleri bakımından kategorilere ayrılan etik, alt dallara ayrılmaktadır. Söz konusu alt dalları meslek etikleri oluşturmaktadır. Meslek etiği, meslek grubunu oluşturan bireylerin kendi aralarında ve toplum ile olan ilişkilerini düzenlerken; örgütsel etik, örgütün içinden ve dışından kaynaklanan sorunların çözümünde belirli kurallar getirerek örgüt içi davranış kültürünü tanımlar.

2.4. Meslek Etiği

Badiou'ya (2004) göre, etik diye bir şey yoktur. Sadece bir şeyin etiği (siyasetin, aşkın, bilimin, sanatın etiği) vardır (s. 41). Pieper (2012) da etiğin yalnızca özerk (kuramsal) bir bilim olarak değil, uygulamalı bir bilim olarak da yapılabildiğini; genel etiğin, ilkelerinin belirli yaşam ve eylem alanlarına uygulanmasıyla; yorumlayan, özel, somut bir etik haline geldiğini belirtir (s. 85). Toplumsal etik, iktisat etiği, ekoloji etiği, barış etiği gibi uygulamalı etikler arasında da meslek etiği önemli bir yer tutar (s. 16).

Kuçuradi (2000), kültürler ötesi ortak normlar getirme arayışı ile felsefede meta etiğin egemenliğinin bir araya gelmesiyle, meslek etiklerinin son yirmi yılda tartışılmaya başladığını ve günümüzde “moda” olduğunu belirtmektedir (Akt. Uzun, 2007, s. 16). Meslek etiği, etik disiplinin bir alt dalıdır. İnsan yaşamının büyük bir parçasını oluşturan meslek yaşamının da kendine göre kuralları ve bir etik anlayışı vardır. Bu anlayış çerçevesinde, meslek etiği; meslek yaşamındaki davranışları yönlendiren, neyin yapılacağı neyin yapılamayacağı konularında rehberlik eden etik prensipler ve standartların toplamıdır şeklinde ifade edilebilir (İşgüden & Çabuk, 2006, s. 60).

Sorumluluk, yükümlülük, ödev gibi kavramlar etik açısından çok önemlidir. Örneğin; hekimlik mesleğinde kullanılan deontoloji sözcüğü meslek ahlakı, ödev bilgisi anlamına gelmektedir. Gazetecilik söz konusu olduğunda gazetecilik ahlakı, meslek ilkeleri, davranış kodları, gazetecilik deontolojisi ve gazetecilik etik kuralları gibi adlarla anılan kodlar, mesleği düzenleyen davranış kurallarına işaret etmektedir. Gazetecilik etiği ise hem uyulması gereken kuralları hem de gazetecilik ahlak kurallarının incelenmesini kapsamaktadır (Uzun, 2007, s. 12).

İletişim etiği, iletişimle ilgili mesleklerde çalışanların meslek etiğini anlatmaktadır. Bu çerçevede, haber ajanslarında, gazetelerde, radyo ve televizyon kuruluşlarında ya da internet ortamında habercilik işiyle uğraşanların yanında, söz konusu medyaların haber dışındaki içeriklerini oluşturanların ve kendileri medya olmasalar da ürünleri medyada yer alan reklamcılarının ve halkla ilişkilerin meslek etiğini de kapsamaktadır (Uzun, 2007, s. 16).

Meslek mensubu, kendi kişisel çıkarlarının yanı sıra, müşterilerinin, meslektaşlarının, toplumun ve devletin de çıkarlarını gözetlemeli ve sorumluluklarını yerine getirmelidir. Mesleğini belirlenmiş olan kurallar ve standartlar çerçevesinde yapan kişiler toplumun güvenini kazanır, zaman ve kaynak israfını önler. Toplumun meslek mensuplarından beklentisi adil ve herkes tarafından saygı gösterilen bir davranış içinde bulunmalarıdır. Doğru davranışlar sergileyen bir toplumda, toplumsal çıkarlar

bireysel çıkarlardan önce gelir, toplumun refah düzeyi yükselir, siyasi ve ekonomik istikrar sağlanır (İşgüden & Çabuk, 2006, s. 61).

Toplumsal dengesizliklerin ortaya çıkmasında iş ve meslek etiğinin standartlarının düşmesi temel faktörlerden biridir. Bu nedenle toplumdaki insan kaynağının hem teknik bilgi hem de etik davranış açısından kaliteli hale getirilmesi gerekir. Meslek etiğine sahip olmayan meslek mensupları, topluma yarardan çok zarar verirler. Çünkü meslek etiğine gereken önemi vermeyen meslek mensupları sadece kendi menfaatlerini ön planda tutarlar. Toplumdaki diğer insanları hiç düşünmezler (İşgüden & Çabuk, 2006, s. 64).

2.5. Grafik Tasarımda Etik

Bütün meslek gruplarının ahlakları, genel ahlaki ilkeye, mesleğinde olabildiğince iyi olma ilkesine dayanır. Burada, çalışma ve emeğin kendisine bir değer yüklenir. İş sadece teknik kurallar aracılığıyla değil, diğer insanları doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki kurallar temelinde icra edilecek bir etkinlik olarak tanımlanır (Uzun, 2007, s. 17).

Türkiye Etik Değerler Merkezi'nin (TEDMER), 2007 yılında yaptığı araştırmaya göre; “Bankacılık ve finans, bilgi teknolojileri, otomotiv, dayanıklı tüketim, ilaç, telekomünikasyon, eğitim, pazar araştırması, sağlık, iletişim ve danışmanlık, enerji, perakendecilik, inşaat / taahhüt, kamu, sektörü, tekstil, turizm, belediyeler / yerel yönetimler, medya, hiçbirisi” kategorilerinden hangisinin “etik konusunda en fazla yol kat etmiş sektör” olduğu sorusuna verilen cevaplar içerisinde “medya” sektörünün en sona yer aldığı görülmektedir. Yine aynı yıl yapılan diğer bir ankette “etik konusunda en fazla yol alması gereken sektörler” sorulmuş, aynı kategoriler içerisinde birinci belediyeler ikinci ise medya olarak belirlenmiştir.

1970’lerde kitle iletişim araçlarının büyümesi ve çeşitlenmesiyle tüm dünyada iletişim etiği konusundaki araştırmalar da ivme kazanmıştır. Bu çerçevede medya sorumluluğu, medya performansı ve kamusal yarar sorunları, iletişim etiğinin merkezi haline gelmiştir. Enformasyon toplayıcılar ve haber üreticisi rolleri verilen kitle iletişimciler, içerik izleyiciyi etkileyebileceğinden dikkat gösterilmesi gereken konumlara yerleştirilmişlerdir (Kiran, 2000, Akt. Uzun, 2007, s. 17). Ancak yukarıda verilen araştırmanın yapıldığı yıl dikkate alındığında bu çabaların ülkemizde önemli bir etkisi olmadığı anlaşılmaktadır.

Kınık’a (2010) göre Türkiye’de grafik tasarım alanında etik kurallar ile ilgili yayınlanmış kanun, kararname, genelge ya da yönetmelik bulunmamaktadır. Bu nedenle

“grafik tasarımında etik normlar” konusu kişiden kişiye değişen, içerisinde farklı yorumları ve çıkarımları barındıran göreceli bir kavram haline gelmiştir. Grafik tasarımların toplum tarafından ortak yargıyla “kötü” olarak nitelendirdiği “çalma, kopyalama, fikir hırsızlığı” gibi davranışlarla üretilenleri referansı belirsiz, bireysel yorumlar çerçevesinde değerlendirildiği ve ciddi yaptırımlar olmadığından dolayı kullanılmaya devam ettiği görülmektedir.

Grafik tasarımlar aracılığıyla bir bilgiyi sunmak, bir hizmet ya da ürünü tanıtmak için yazılı ve görsel elemanların insanlara ulaştırılması da bir tür iletişim çabasıdır. Bu çaba iletişim ve medya sektörünün sorunları ve sorumlulukları içerisinde değerlendirilmelidir. Grafik tasarımı sadece teknik kurallar aracılığıyla değil, diğer insanları doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki kurallar temelinde icra edilecek bir etkinlik olarak tanımlanır. Bu nedenle yukarıdaki veriler dikkate alındığında grafik tasarımcılarının da bu verilere bir katkısı olduğu söylenebilir.

Connor (2012) tasarımcıyı, ticari pazarda yenilik ve sosyal kimlik üreten kişi olarak tanımlamıştır (s. 34). Ona göre tasarım 200 yıllık tarihinde olmadığı kadar popülerliğe ve öneme sahiptir. Tasarımcılar gitgide cezbedicilik bağlamında estetiğe daha az dayanmakta ve daha çok ürettiklerinin daha geniş sosyal ve kültürel işlevine odaklanmaktadır (s. 40).

Tasarımcının ürettiği kimlik önemlidir; çünkü, ürünü satan tasarımın kimliğidir. Bunun farkında olan üreticiler ise, artık tasarıma göre ürün içeriğini belirler hale gelmişlerdir. Piyasanın hızlı ve kitlesel tüketime yönelik beklentilerinin artması tasarımın da bu beklentiye uygun davranmasını talep etmektedir. Günümüz ticari pazarında ürün kimliği oluşturan grafik tasarımcıları, yaptıkları tasarımların başarı ölçütü olarak ürünü tanıtmak ve sattırmak amacını merkeze almışlardır.

Bu bağlamdan bakıldığında, grafik tasarımını, etik gibi insani ve ahlaki bir değer ile aynı başlık altında buluşturmak, anlam edimi açısından karmaşık ve zor bir hale gelmektedir. Özellikle bir yandan piyasanın beklentilerine cevap vermek, diğer bir yandan etik sorumluluklara uygun davranmak zorunda kalan tasarımcı, zor bir üretim süreci ile karşı karşıya gelmektedir.

Bu nedenle tasarım ve etik değerleri üzerine düşünce üreten düşünürlerin konuya yaklaşımları oldukça önemli ve umut vericidir. Boylston’a (2007) göre, grafik tasarım alanı, uzun süredir ‘kime ve neye hizmet etmek için çalışmalı’ konusunda bir kimlik bunalımı yaşamaktadır. Kitap sanatçısı ve tasarım eleştirmeni Johanna Drucker’in ileri sürdüğü sava göre ise, grafik tasarımın değerini fiziksel güzelliğine göre değil, onunla

ilgili Şu soruyu sorarak değerlendirmeliyiz; ‘Kimin çıkarına ve ne amaçla yapılıyor?’ İŞte bu noktada grafik tasarımı etik meselesi ile yan yana gelmiŐ olur (s. 50).

Son on yılın büyük bir kısmında tasarım ve etik alanında, önemli temalardan biri de tasarımın dünyayı daha iyi bir yer haline getirme gücü olmuştur. Fiss’e (2012) göre tasarım ve tasarım düŐüncesinin insanlığı ve gezegeni bekleyen önemli problemlerin çözümündeki benzersiz rolü pek çok girişim, blok ve konferanslar aracılığı ile vurgulanmıştır (s. 45). Berman (2013), bugünün tasarım projelerinin dünyamızın geleceği olduğuna inandığını belirtmektedir (s. XII). Berman’a (2013) göre tasarımcılar, fark ettiklerinden daha fazla güce sahiptirler: yaratıcılıkları insan tarihindeki en etkili yanıltma gereçlerini harekete geçirmektedir. Tasarımcıların önemli sosyal sorumlulukları vardır çünkü tasarım dünyanın en büyük zorlukları ve çözümlerinin merkezindedir (s. 3). Çünkü tasarımcılar, içinde yaşadığımız dünyanın çoğunu, tükettiğimiz Şeyleri ve gerçekleŐtirmeye çalıŐtıęımız beklentileri yaratırlar. Gördüğümüz, kullandığımız ve tükettiğimiz Şeyleri Őekillendirirler. Tasarımın, dünyamızla nasıl bağlantı kurduğumuza ve geleceğimizi nasıl hayal ettiğimize yönelik güçlü bir etkisi vardır (s. 1).

Böylesine bir güce sahip olan tasarımcıların etik farkındalıklar içerisinde, üzerlerine düşen sorumlulukları dikkate alarak üretimler yapmaları, daha yaŐanılabılır bir gelecek için çok önemlidir.

2.6. Grafik Tasarımda Etik Eğitimi

Phil McCollam, 2014 yılında *Design and Culture* dergisinde yayınlanan “*Design and The Law*” isimli makalesinde grafik tasarım mesleğinin karŐılaŐtıęı etik sorunların çözümüne yönelik olarak eğitim ve yönetmelik olmak üzere iki ön cephe üzerinde çaba sarf edilmesi gerektiğini belirtmiştir. McCollam’a (2014) göre tasarım eğitimcileri, öğrencilerinden, yazı tipi ve renk seçimi gibi yüzey süslemesinin ötesinde sorularla yzleŐmelerini talep etmelidir.

Tasarım uygulaması, doğası gereği kısa vadeli problem çözme düŐüncesine tutsak olur. Bu paradigma içinde, grafik tasarım öğretmenleri tasarım uygulamaları yapacak yeni bir nesil yetiŐtirmeye teşebbüs ettiklerinde sadece biçim ve Şekil oluŐturmayı ön planda tutma düŐüncesine karşı çıkmayı amaç edinmelidir. Tasarımcının Şu an odaklanmış olduğu sosyal sorumluluk, tasarım endüstrisinin trend oluşturma eğiliminin kurbanı olmamalıdır (Boylston, 2007, s. 51).

Boylston, eğitim verdiği Savannah Sanat ve Tasarım Okulu'nda grafik tasarım müfredatında etik düşünceleri aşılama konusundaki farkındalığı artırmaya dair kişisel çaba örneklerinin oldukça fazla olduğunu ifade etmektedir. Boylston, ambalaj tasarım dersinde başlangıç olarak ele aldıkları ilk konunun “gereklilik” olduğunu, derse ambalajla ilgili en temel soruları olan “bu (ambalaj) gerçekten gerekli mi?” sorusu ile başladıklarını belirtmiştir. Boylston (2007) sınıftaki tartışmalarımızda çöp, zehirli atıklar ve sınırlı kaynaklar yaygın konular iken, tasarım işini şekillendiren çerçeve, yaratıcı inovasyondur. Bir ürünün ambalajının kendisi de bir üründür ve sadece ürünü kaplayan bir kılıf olarak değil, ürünün ticari çekiciliğinin hayati bir parçası olarak hayal edilebilmelidir. Basitçe söylemek gerekirse, fonksiyonelliği arttırarak çöpleri azaltabiliriz (s. 52).

AIGA, yayınlamış olduğu öğretim standartları yazısında bir tasarım eğitimcisinin, öğrencilerine, meslektaşlarına, çalıştığı kurumlara, mesleğine, topluma ve çevreye karşı sorumluluklarını belirtmiştir. AIGA'nın resmi web sitesinden ulaşılacak olan bu standartları⁴ GMK, yazılar serisinde Türkçe'ye çevirerek yayınlamıştır. Söz konusu standartların tasarım eğitimcisinin mesleğine karşı sorumlulukları bölümünde yer alan maddeler aşağıdaki gibidir⁵.

Mesleğin standartlarına uymak: Tasarım eğitimcileri AIGA Meslek Standartları'nın beklentilerine uymalıdır. AIGA Eğitim Standartları'nın yanı sıra, öğrencilere bu standartların da öğretilmesi gereklidir. Öğrencilerin geleceğin profesyonel tasarımcıları olacağını unutmayın.

Yeterlilik talep etmek: Tasarım eğitimcileri öğrencilerinin piyasanın ve mesleğin beklentilerine ve verilen diplomaya ve akademik kurumun amaçlarına uygun, makul bir yeterlilik düzeyine ulaşmalarını talep etmelidir.

Spekülatif çalışmalardan kaçınmak: Tasarım eğitimcileri, ücret, telif hakkı, maaş veya başka tazminat taahhüdü olmadan bir müşteriye (müşteri bir hayır derneği veya kâr gütmeyen bir kuruluş olmadığı takdirde) tasarım hizmetleri sunmanın risklerini anlamaları için öğrencilerine rehberlik etmelidir.

Profesyonel tasarımcılar, spekülatif sayılan bu tür etkinliklerden kaçınır. Yarışmalar da, sadece; bir tasarım, kabul edildiği veya kullanıldığı zaman ücreti verildiği takdirde spekülatif çalışma sayılmaz. Gelecekte beraber çalışma taahhüdü veya portföy oluşturma fırsatı karşılığında yapılan çalışmalar bu kategoriye dahil sayılır. Öğrenci /müşteri

⁴ <http://educators.aiga.org/wp-content/uploads/2011/02/AIGA.PSOT-1.0.pdf>

⁵ <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-1458159326190028706.pdf>

projeleri stratejik tasarım yöntemlerini desteklemeli ve istenilen sonucun elde edilmesi için öğrencilerle müşteriler arasında etkileşim içermelidir.

Yardım amaçlı çalışmaları özendirmek: Tasarım eğitimcileri öğrencilerinin yardım derneği olan veya kâr gütmeyen kurumların projelerine katılımını desteklemelidir. Hayır amaçlı sayılan bu tür çalışmalardan herhangi bir ücret veya başka karşılık beklenmez.

Fikri mülkiyet haklarına saygı göstermek: Tasarım eğitimcileri başka bireylerin veya toplulukların fikri mülkiyet haklarını bilerek ihlal etmemelidir. Bu amaçla kimseye talimat vermemeli ve kimseden talimat almamalıdır. Öğrencilerine *creative commons* (yaratıcı ortak kullanım) lisanslarına saygı göstermeyi ve sınıf ödevi veya başka tür yaratıcı çalışmalarda başkalarına ait dijital veya fikri mülkiyetten yararlanırken izin istemeyi öğretmelidir.

Söz konusu bu standartlar, gündeme gelmesi olası ‘grafik tasarımda etik’ dersinin içeriğine katkı sağlayabilir.

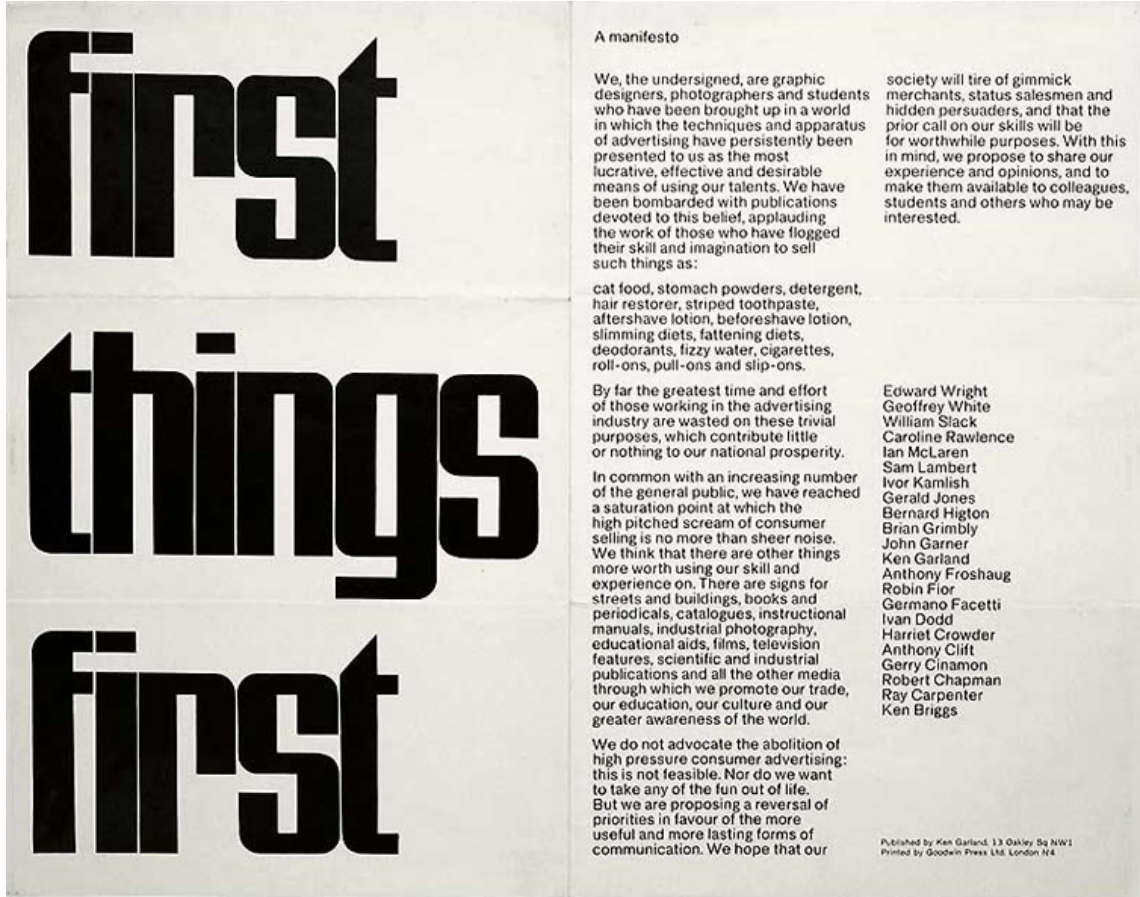
2.7. Grafik Tasarımda Uluslararası Etik Çalışmaları

2.7.1. First Things First

Ken Garland tarafından 1964 yılında İngiltere’de ilan edilen, özetle tasarımcıların yetenek ve tecrübelerinin daha anlamlı amaçlar doğrultusunda kullanılmasının belirtildiği, “*The First Things First*” isimli manifestodur. GMK’nın 2002 yılında manifesto hakkında yayımladığı makaleye göre; FTF manifestosu, ilk defa Ocak 1964 yılında aralarında öğrencilerin, genç tasarımcıların ve öğretmenlerin bulunduğu 21 kişi tarafından imzalanmış ve 400 adet basılarak dünyaya duyurulmuştur. Basımı sonrası haftalık Guardian gazetesinde manifesto yayımlanmış, Garland, manifestoyu tanıtmak üzere, British Broadcasting Corporation (BBC) haberlerine davet edilmiştir. Manifesto daha sonra 1999 yılında güncellenerek tekrar yayımlanmıştır. Metin, Fransızca ve Almancaya çevrilmiş, beklenilenden çok daha fazla ilgi ve destek görmüştür. Ken Garland manifestosunda, tasarımcılara şöyle seslenmiştir:

“Biz, aşağıda imzası bulunan grafik tasarımcılar, fotoğrafçılar ve öğrenciler, reklamcılığın teknik ve araçlarının, yeteneklerimizi kullanmak için en kazançlı, etkili alan olarak sunulduğu bir dünyada yetiştirildik. Bu inancı destekleyen, yetenek ve hayal güçlerini kedi maması, mide ilacı, deterjan, saç bakım ürünleri, çizgili diş macunu, tıraş sonrası losyonu, tıraş öncesi losyonu, zayıflama rejimleri, şişmanlama rejimleri, deodorant, maden suyu, sigara vs. satmak için kullananların işlerinin takdir gördüğü yayınların bombardımanına uğradık. Reklam sektöründe çalışanlar, ulusal refahımıza az ya da hiçbir katkısı olmayan birtakım amaçlar uğruna, fazlasıyla zaman ve enerji harcıyorlar. Tüketim dalgasının kuru gürültüden ibaret sesi, toplumda sayısı giderek artan insanların olduğu kadar bizleri de bir doyma noktasına getirdi. Uğruna yetenek ve tecrübelerimizi kullanabileceğimiz daha değerli amaçlar olduğuna inanıyoruz; sokak ve binalar için işaretler, kitap ve süreli yayınlar, kataloglar, kullanım kılavuzları, endüstriyel fotoğraflar, eğitim araçları, filmler, televizyon programları, bilimsel ve endüstriyel yayınlar gibi, ticaretimizi, eğitim düzeyimizi, kültürümüzü ve dünya görüşümüzü geliştirmeye yönelik diğer alanlar. Tüketici reklamlarının ortadan kalkmasını savunmuyoruz. Böyle bir şey tatbik edilemez. Hayatı zevkli kılan yönlerinden arındırmak istemiyoruz. Önerimiz, iletişimin daha yararlı ve kalıcı biçimleri lehine önceliklerimizi yeniden sıralamak. Umudumuz, toplumumuzun tüccarlardan, statü satıcılardan ve kandırılmaktan sıkılıp, bizim yeteneklerimizi daha anlamlı amaçlar uğruna kullanması. Bütün bunlar ışığında, tecrübe ve fikirlerimizi paylaşmayı teklif ediyor, meslektaşlarımızın, öğrencilerin ve ilgili herkesin kullanımına sunuyoruz” (GMK, 2002)⁶.

⁶ (<http://gmK.org.tr/uploads/news/file-14466674451023275305.pdf>)



Şekil 2. First Things First Manifestosu

Kaynak: <http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/>

Garland'ın "First Things First" isimli manifestosu grafik tasarım etiğinde yüklendiği misyon ile uluslararası düzeyde önemli bir yer teşkil etmektedir. Günümüzde tasarım etiğinden bahsedildiğinde Garland'ın manifestosu ilk olarak akla gelmektedir. Ayrıca, uluslararası düzeyde etkili bir güce sahip olan ve grafik tasarımı etiği konusunda önemli faaliyetlerde bulunan başka kuruluşlar da bulunmaktadır.

2.7.2. Uluslararası Etik Çalışmalar Sürdüren Kuruluşlar

Grafik tasarımın etik kurallarını belirlemek amacıyla çalışmaları dikkat çeken kuruluşlar arasında; International Council of Design (ICOGRADA), The Professional Association for Design (AIGA), Australian Graphic Design Association (AGDA), Chartered Society of Designers (CSD), Graphic Designers of Canada (GDC), Graphic Artist Guild (GAG) saygınlığı en yüksek olan kuruluşlardır. Ülkemizde ise Grafik Tasarımcıları Meslek Kuruluşu (GMK) bu konuda çaba gösteren önemli bir kurumdur.

AIGA;

Söz konusu kuruluşlar içerisinde AIGA, en bilineni ve en etkili olanıdır. Tasarım eğitimleri, konferansları, haberleri, tasarım alanında önde gelen düşünürlerin ve araştırmacılarının yazılarının yayımlanması, tasarım analizleri ve tasarım etiği vb. gibi, tasarım konusunda hemen hemen akla gelecek tüm alanlarda faaliyet göstermektedir. 1914 yılında Amerikan Güzel Sanatlar Enstitüsü ismi ile kurulan AIGA, yirmi beş binden fazla üye sayısı ile tasarımın kolektif geleceğinin iyileştirilmesi için çalışmalarını sürdürmektedir.

AIGA, grafik tasarım etiği ile ilgili birçok makale yayımlamıştır. GMK'nın da Türkçe'ye çevirerek yayımladığı bu makaleler birçok kesim tarafından takip edilmektedir. Ayrıca yayıncısı olduğu "Desing Business + Ethics" isimli kitap ile, "yazıların, illüstrasyonların, fotoğrafların kullanımı ve telif hakları konusunda tasarımcıların ve müşterilerin gereksinim duyduğu etik meselelere açıklık getirmiştir.

AIGA'nın belki de en önemli çalışması aşağıda ayrıntılarıyla sunulan grafik tasarımcılarının sorumluluk alanlarının ve bu alanlarda uyulması önerilen etik ilkelerin belirlenmesidir. AIGA'nın web sitesinde yayımlanan genelgeye göre profesyonel bir tasarımcı mesleğe, meslektaşlarına, topluma, hedef kitleye ve tüketicilere saygı göstermeli ve toplumsal bütünlüğün ilkelerine bağlı kalmalıdır. Bu ilkeler aşağıda sıralanmıştır.

Tasarımcıların müşterilerine karşı sorumlulukları:

- Profesyonel bir tasarımcı, bir müşterinin iş ve tasarım ölçütlerini bilmeli ve mesleki sorumluluk çerçevesinde müşterinin menfaati doğrultusunda hareket etmelidir.
- Bir tasarımcı, rakip firmalar ile aynı anda çalışabileceğini belirten bir anlaşma olmadığı takdirde, müşterilerin veya işverenlerin onaylamadığı, çıkar çatışması yaratan projelerde aynı anda çalışmamalıdır.
- Profesyonel bir tasarımcı, yürütmekte olduğu projenin tamamlanmasından önce, müşterisinin amacına, üretim alanı ve hedeflerine, ticari organizasyonuna ilişkin tüm bilgisini, devam etmekte olan tüm çalışmaları gizli olarak değerlendirmeli ve müşterinin izni olmaksızın bu bilgiyi herhangi bir şekilde ifşa etmemelidir. Tüm

tasarım ekibinin bu duruma göre hareket etmesini sağlamak tasarımcının sorumluluğundadır.

- Bir tasarımcıya, müşteriden veya işverenden ahlaki ilkelere aykırı bir talimat verilmemelidir. Böyle bir durumda talimat, tasarımcı tarafından düzeltilmeli veya tasarımcı, görevlendirmeyi reddetmelidir.

Tasarımcıların meslektaşlarına karşı sorumlulukları:

- İş fırsatı arayışında olan tasarımcılar, adil ve açık rekabet ortamını desteklemelidirler.
- Profesyonel bir tasarımcı, başka bir tasarımcının anlaşmış ve çalışmakta olduğu bir projeyi, diğer tasarımcıya bildirmeden kabul etmemelidir. Böyle bir durumda, tasarımcı, söz konusu projenin sonlandırıldığından ve projenin devamı ile ilgili tüm materyallerin müşterinin mülkiyetine ait olduğundan emin oluncaya kadar başkasının başladığı bir projeyi kabul etmemelidir.
- Profesyonel bir tasarımcı, doğrudan veya dolaylı olarak etik olmayan girişimlerle başka bir tasarımcı ile yer değiştirmeye veya rekabet etmeye çalışmamalıdır.
- Profesyonel bir tasarımcı, başka bir tasarımcının eserlerini eleştirirken objektif ve dengeli olmalı ve bir diğer tasarımcının eserini veya şöhretini küçümsememelidir.
- Profesyonel bir tasarımcı, müşteriden gelen, başka bir kişinin mülkiyet haklarını ihlal eden talimatları veya herhangi bir şekilde böyle bir ihlali içeren bilinçli bir davranışı kabul etmemelidir.
- Kendi ülkesinin dışında çalışan profesyonel bir tasarımcı, ilgili topluluğun ulusal davranış kurallarını gözlemelidir.

Ücretler:

- Profesyonel bir tasarımcı, yalnızca ücret, telif hakkı, maaş veya üzerinde anlaşmaya varılan diğer bir ödeme biçimi ile çalışmalıdır. Sözleşme yaptığı kişi ve kurumlardan veya aracılardan gelen herhangi bir komisyonu, gizli indirimi veya ödeneği kendine mal etmemelidir. Ayrıca müşterilerin olası fiyat artışlarından haberdar edilmesi gerekmektedir.

- Herhangi bir proje sürecinde tasarımcı maddi çıkarlarına yönelik olarak herhangi bir tedarikçi tavsiyesinde bulunuyorsa, müşteriye veya işverene tavsiye öncesi söz konusu maddi çıkarlarını bildirmek durumundadır.
- Profesyonel bir tasarımcı, kendisinden bir tasarımcı veya uzman tavsiyesi istendiğinde, tavsiyede bulunduğu kişilere yapılacak ödemeler konusunda görüş belirtmemelidir.

Tanıtım:

- Bir tasarımcı kendi reklamını yaparken veya niteliklerini açıklarken kasıtlı olarak yetkileri, deneyimleri ve mesleki yetenekleri hakkında yanıltıcı açıklamalar yapmamalıdır. Tasarımcı müşterilerine ve meslektaşlarına karşı dürüst olmalıdır.
- Profesyonel bir tasarımcı, bir müşterinin, tasarımını veya mesleğin durumuna uygun bir şekilde sağlanan hizmetleri tanıtmak için kendi adının kullanılmasına izin verebilir.

Eser Sahipliği:

- Profesyonel bir tasarımcı, başka tasarımcılar ile birlikte yaptığı bir proje hakkında şahsi itibar talep etmemelidir.
- Tasarımcı, eserin tek sahibi değilse, söz konusu tasarımdaki sorumluluklarını ve tasarımla olan ilişkisini açıkça belirtmelidir. Bu şekilde üretilmiş tasarımlar portfolyolarda ve tanıtım amaçlı sunumlarda diğer tasarımcılar açıkça belirtilmeden kullanılmamalıdır.

Tasarımcının Topluma Karşı Sorumlulukları:

- Profesyonel bir tasarımcı, halka zarar verebilecek projelerden kaçınmalıdır.
- Profesyonel bir tasarımcı, gerçeği her durumda ve her zaman açıklamalıdır; çalışması, sahte iddialarda bulunmayacak ve kasıtlı olarak yanlış bilgilendirme yapmamalıdır. Profesyonel bir tasarımcı mesajını, her türlü iletişim tasarımında net bir şekilde sunmalı ve yanlış, yanıltıcı ve aldatıcı tanıtımı önlemelidir.
- Profesyonel bir tasarımcı, tüm kesimlerin hassasiyetlerine saygı duymalıdır. İnsanları veya toplulukları bireysel farklılıkları göz önünde bulundurarak olumsuz

ve insanlık dışı bir şekilde tasvir etmekten kaçınmalıdır. Kültürel değerlere ve inançlara duyarlı olmaya çalışmalıdır. Karşılıklı anlayışı teşvik eden adil ve dengeli bir iletişim tasarımı sağlamalıdır.

Tasarımcının Çevreye Karşı Sorumlulukları:

- Profesyonel bir tasarımcı, bir tasarım uygulaması veya yönergesi ile uğraşırken, kasten veya hatalı bir şekilde, toplulukların, bölgede yaşayan kişilerin veya işletmelerin mahremiyetine, sağlığına ve güvenliğine yönelik bir eylemde bulunmamalıdır. Tasarımcı, insanların görsel betimlenmelerinde, doğal kaynakların tüketimi konusunda ve çevrenin korunmasında sorumluluk sahibidir.
- Profesyonel bir tasarımcı, toplumsal katkı sunan ve insan deneyimini geliştiren kamusal projelere zamanının yüzde 5'ini ayırarak katkıda bulunmaya özendirilmelidir.
- Profesyonel bir tasarımcı, eserinin çevresel, ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini göz önünde bulundurmalı ve olumsuz etkileri en aza indirmelidir.
- Profesyonel bir tasarımcı, bir müşteriden veya işverenden, başka bir kişinin veya grubun insan haklarına veya mülkiyet haklarına ihlali içeren talimatları bilinçli olarak kabul etmemeli veya böyle bir ihlali içeren herhangi bir davranışta bulunmamalıdır.
- Profesyonel bir tasarımcı, müşterisinin, toplumunun veya çevrenin çıkarlarına büyük zararlar veren veya buna eşlik eden üreticiler, tedarikçiler veya müteahhitler tarafından sunulan mal ve hizmetleri bilinçli olarak kullanmamalıdır.
- Profesyonel bir tasarımcı, ırk, cinsiyet, yaş, din, ulusal köken, cinsel yönelim veya engellilik durumuna yönelik ayrımcılık içeren projelerde görev almayı kabul etmemelidir.
- Profesyonel bir tasarımcı, ifade özgürlüğü, toplanma ve gösteri yapma özgürlüğü gibi ilkeleri anlamak ve desteklemek için çaba göstermeli ve buna uygun davranmalıdır.

İcograda;

Eğitim kurumları, ajanslar ve profesyonel meslek elamanları arasındaki diyalogu kolaylaştırmak amacı ile yaratıcı faaliyetler yürüten üye tabanlı uluslararası bir ağ olan

İcograda kâr beklentisi olmadan, siyasi ayrımcılık yapmadan, üyelerinin çalışma ve kazanç olanaklarını zenginleştirmektedir. İcograda kurumsal, kültürel ve sosyal farklılıkları göz önünde bulundurarak aşağıda belirtilen katkıları sunmaktadır.

İcograda'nın kuruluş ilkeleri:

- Hiçbir ideolojik ve kültürel farklılık gözetmeden uluslararası sivil toplum temsilcisi olmak,
- Profesyonel tasarımcıların çıkarlarını sorumluluk anlayışı ile temsil etmek,
- Mesleki standartların bilinirliğini ve tasarım anlayışını iyileştiren en iyi, uygulamaları tanımlamak ve çoğaltmak,
- İnsanlığın ve çevrenin çıkarlarını geliştirmenin etkili bir yolu olan tasarımın savunuculuğunu yapmak,
- Tasarımın değerli ve hayati öneme sahip bir meslek olduğunun toplumun her kesimine tanıtılmasına ve saygı duyulmasına çaba göstermek,
- Bilgi yönetimi ve değişimini kolaylaştırmak,
- Tasarımcılar ve paydaş kurumlar arasındaki işbirliğini kolaylaştırmak ve tasarım eğitiminin geliştirilmesini desteklemek.

Tasarımcının topluma karşı sorumlulukları:

- Bir tasarımcı, toplumun sosyal ve estetik yaşantısını iyileştirmek için profesyonel bir sorumluluk üstlenmelidir.
- Bir tasarımcı, ekolojik ve doğal çevrenin yararına davranacak profesyonel sorumluluk üstlenmelidir.
- Bir tasarımcı, mesleğinin saygınlığına uygun davranmalıdır.
- Bir tasarımcı, değerleri ile çatışan bir görevi bilerek üstlenmemeli ve kabul etmemelidir.

Tasarımcının müşterilere karşı sorumlulukları:

- Bir tasarımcı, profesyonel görevlerinin sınırları içinde müşterinin yararına göre davranmalıdır.

- Çeşitli rakiplerle aynı zamanda çalışmak bir tasarımcı için alışlagelmiş bir durumdur. Ancak, özel durumlar haricinde, ilgili müşteri ya da işverenleri bilgilendirmeden, rekabet içerisinde olan firmalarla eş zamanlı çalışılmamalıdır.
- Bir tasarımcı, müşterisinin amacını, üretim yöntemlerini ve/veya ticari işletmesi hakkındaki bilgilerinin gizliliğine saygı göstermeli ve hiçbir zaman müşterisinin onayı olmadan bu bilgileri açıklamamalıdır. Tüm çalışanlarca bu gizlilik ilkesinin korunması tasarımcının sorumluluğundadır.
- Bir tasarımcı, müşteriden bilerek intihal içeren bilgiyi kabul etmemelidir, kasten intihal içeren bir tutum sergilememelidir.

Tasarımcının diğer tasarımcılara karşı sorumlulukları

- Bir tasarımcı, ne diğer bir tasarımcının doğrudan ya da dolaylı olarak yerine geçmeli ne de kasıtlı bir ücret azaltması veya başka haksız sebepler yoluyla bir tasarımcıyla yarışmalıdır.
- Bir tasarımcı, eleştiride adil olmalıdır ve tasarımcı bir arkadaşının ne çalışmasını ne de itibarını kötülemelidir.

Graphic Artist Guild;

Sanatçıların ve grafik tasarım çevreleriyle çalışan sanat yönetmenlerinin, meslekte artmakta olan suistimaller, yanlış anlaşılmalara ve endüstri standartlarının gözetilmemesi konusundaki endişeleri gidermek için New York'un önde gelen üç sanat organizasyonunun desteği ile 1945 yılında kurulmuştur. 1948'de kurulan komite sektör için adil uygulama kodlarını yazmış ve yayımlamıştır. GAG'a göre 1989'da revize edilen bu kodların amacı; mevcut yasaları ve gelenekleri desteklemek, grafik tasarım endüstrisinde ticari uygulamalar ve mesleki davranışlar için etik bir standart tanımlamaya yardımcı olmaktır. Tasarım üretimleri, satış, satın alma ve kiralama ile uğraşanlar için tarafsızlığı ve adaleti teşvik etmek için tasarlanan bu kodlar, binlerce profesyonel tarafından adil ticari ilişkiler kurma konusunda başarı ile uygulanmıştır. Ayrıca bu kodlar mesleğe yeni girenleri de eğitmek için kullanılmıştır.

Graphic Artist Guild tarafından yayımlanan ilkelerin bir kısmı aşağıda sıralanmıştır:

- Bir sanatçı veya vekili ile müşteri arasındaki siparişler veya anlaşmalar yazılı olmalı ve karşılıklı haklar, taraflarca kararlaştırılan ücret düzenlemesi, teslim tarihi ve eserin özet bir açıklamasını içermelidir.
- Sanatçının veya vekilinin hatasından kaynaklanmayan her türlü değişiklik veya ilaveler, ek ve ayrı bir ücret olarak müşteriye faturalandırılmalıdır.
- Bir alıcı tarafından talep edilen iş ertelendiğinde veya iptal edildiğinde, harcanan zaman, süre, emek ve masraflar temel alınarak "öldürme ücreti" tasarımcı lehine müzakere edilmelidir. Bu duruma ek olarak, diğer kayıp çalışmalar da dikkate alınmalıdır.
- Tamamlanan çalışmaların bedelinin en kısa zamanda ödenmesi gerekmektedir. Aksi durumda sanat eseri derhal sanatçıya iade edilir. Sanatçının ödemesi, üçüncü kişilerin onayı veya ödemesine bağlı olmamalıdır.
- Sanatçının eserinde kendisine danışılmadan değişiklikler yapılmamalıdır. Herhangi bir değişiklik durumunda veya çalışmanın yeniden yapılması gerektiğinde öncelikli olarak sanatçıya bu değişiklikleri yapma olanağı verilmelidir.
- Sanatçı işin teslimi ile ilgili olabilecek herhangi bir gecikme durumunu müşteriye bildirmelidir. Sanatçıdan kaynaklı gerçekleşen, sözleşmeye uygun olmayan bir gecikme veya anlaşılan şartnamelere uyumsuzluk durumunda söz konusu bu durum sanatçı tarafından sözleşmenin ihlal edilmesi olarak değerlendirilebilir.
- Sanatçının veya vekilinin müşteriler tarafından talep edilen herhangi bir gizli indirimi, hediye, ayrıcalığı kabul etmemesi gerekmektedir.
- Sanat eserleri ve telif hakkı mülkiyeti, aksini belirten yazılı bir anlaşma olmadıkça sanatçının elinde bulunmaktadır. Hiçbir çalışma, sanatçının önceden izni olmadan çoğaltılamaz, arşivlenemez veya taranamaz.
- Orijinal sanat eserleri ve orijinal çalışmayı içeren bir bilgisayar dosyasının depolandığı herhangi bir materyal, özel olarak satın alınmadığı müddetçe sanatçının mülkiyetindedir. *Bu durum herhangi bir çoğaltma hakkının satın alınmasından farklıdır (* 1)*

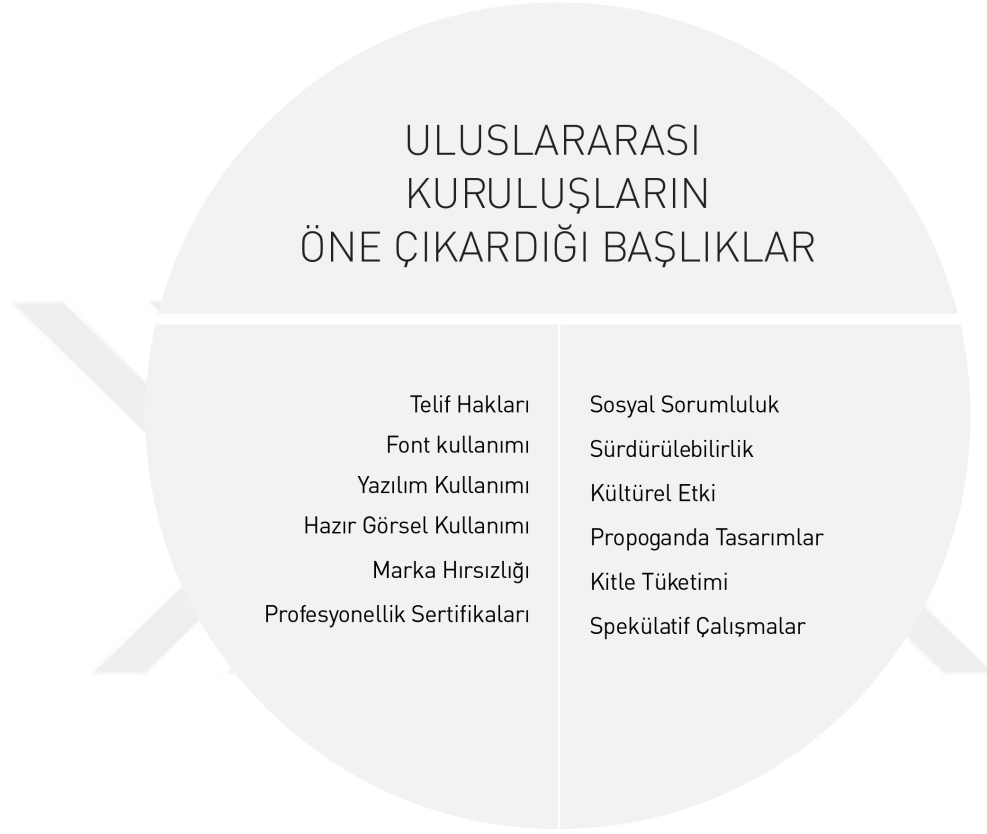
- Telif hakkı devri söz konusu olduğunda yalnızca anlaşmada belirtilen haklar aktarılır. Belirtilmeyen tüm haklar sanatçıya aittir. Tüm alım satım işlemleri yazılı olmalıdır.
- Eğer sanatçı, üretilen iş için sınırlı bir kullanım için ödeme almış ise, çalışmanın farklı kapsamlarda kullanılması durumunda sanatçı ek ücret almalıdır.
- Aksi belirtilmediği sürece, yayımlanan tüm illüstrasyonlar ve fotoğraflar, sanatçının isminden bir işaret taşımalıdır.
- Herhangi bir sanat eserinde intihal olmamalıdır.
- Bir sanatçıdan, makul olmayan çalışma saatleri içerisinde herhangi bir tasarım yapılması isteniyorsa, ek ücret ödenmelidir.
- Bir müşteriye örnek olması amacıyla sunulan resim veya fotoğraf, sanatçısının veya eserin sorumlusunun adını taşımalıdır. Bir sanatçı, başka birinin eseri hakkında hak iddia edemez.
- Tüm şirketler almış oldukları portfolyoları, tasarım örneklerini vb. aldığı koşullarda geri iade edilmesinden sorumludurlar.
- Spekülatif antlaşmaları kabul eden sanatçılar ve tasarımcılar (bir müşteriden veya bir yarışmaya katılarak) alacağını umduğu ücreti, masraflarını veya potansiyel ödülleri ve diğer beklentilerini elde etme fırsatını kaybedebilir. Tüm sanatçılar, sanat yarışmalarına girme, yarışmalarda tasarım yapma, ücretsiz tasarım hizmetleri sunma, karşılığında ödeme almayı umduğu işleri yapma konusunda bireysel olarak karar vermelidirler.

Yukarıda ayrıntılı şekilde incelenen kurumların yayımlamış olduğu ilkeler ve sorumluluklar, çalışma gurubu için hazırlanan ve Ek-2’de sunulan, yarı yapılandırılmış görüşme formunun oluşturulmasında kullanılmıştır. Aynı zamanda bu ilkeler, Şekil 3’ te görülebileceği üzere grafik tasarımda etik ilkelerin ve sorumluluk alanlarının hangi temalar altında oluşturulması ve hangi ek sorularla açılım sağlanabileceği hakkında yönlendirici bir kılavuz olmuştur.



Şekil 3. Grafik tasarımın sorumluluk alanları

Ayrıca, araştırmanın alt amaçları bölümünde de belirtildiği üzere; ülkemizde henüz çok fazla yayında yer almayan grafik tasarımın etik problemlerinin kavramsal çözümlemeleri ve en çok ihlal edilen etik değerler hakkında yabancı yayınlardan derlenen bilgiler Şekil 4’te şema haline dönüştürülmüş ve açıklanmıştır.



Şekil 4. Uluslararası kuruluşların öne çıkardığı başlıklar

2.8. Yasallık

Yasal olma, grafik tasarımda etik konusunun önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Grafik tasarım, bazı yaratıcı etkinlikler gibi yalnızca özgün ve özgür bir yaratıcı etkinlik olarak düşünülemez. Tasarımcı yaratıcılığını nesnelleştirme aşamasında grafik tasarım teknolojisinin sağladığı bilgilenme, esinlenme ve materyal olanaklarını kullanır. Bunları kullanırken kişi veya kurumların haklarının korunması zorunludur. Ayrıca tasarımcının üretimleri, doğrudan veya dolaylı olarak iletişime girdiği insanların algılarını yönlendirir, onları incitebilir, kışkırtır, kızdırır, yanıltabilir. Doğaya, çevreye ya da insan sağlığına olumsuz etkileri olabilecek ürün ve eylemlerin özendiricisi olabilir. Bu nedenlerle bir takım yasal yükümlülükler uygulamaya konulmuştur. Bir tasarımcının yasal

yükümlülüklerinin farkında olarak üretimler yapması yaşanılabilir bir gelecek için önemlidir.

2.8.1. Telif Hakları

Telif hakkı, (bir yazın, bilim ya da sanat yapıtını üreten kişinin, bu yapıtla ilgili haklarının tümü) üreticisine ve esere yönelik; edebî ve sanat eserlerini koruma konusunda 160 ülkenin kabul ettiği *Bern Sözleşmesi* gereğince ve ilgili ülkelerin kendi yasalarına göre bir eserin kanunlarla korunması anlamına gelmektedir.

Telif hakları, tasarımcılar tarafından üretilen işlerin sahiplik durumunu tanımlar. Telif hakkı tasarımcıya bir çalışmanın kopyalanıp kopyalanmayacağını kontrol etme olanağı sunar. Bir çalışmanın telif hakkının alınabilmesi için, özgün ve yaratıcı bir eser olması gerekmektedir. Özgünlüğü, tasarımcının başka bir kişiden kopyalamadan üretmiş olduğu tasarımlar olarak ifade edebiliriz. Çok zor bir ihtimalle bile olsa iki tasarımcı birbirinden bağımsız olarak aynı, özdeş bir tasarım üretirse, her iki çalışmada orijinal sayılır ve telif hakkı alınabilir (AIGA, 2009, s. 80).

Telif hakları, eser sahibinin eseri üzerindeki haklarıdır. FSEK'e göre: *Eser*; sahibinin kişiselliğini taşıyan ve ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri olarak sayılan her nevi fikir ve sanat ürünlerini, *eser sahibi*; eseri meydana getiren kişiyi tanımlar. Telif haklarının; devri, geçerlilik süresi ve geçerli olduğu disiplinler, ortaklık durumu, miras durumu, gasp hali vb. gibi birçok hususta ulusal ve uluslararası kanunlara göre koruyan mevzuatlar bulunmaktadır. FSEK Madde 8'de "Bir eserin sahibi onu meydana getirendir", Madde 16'da; "Eser sahibinin izni olmadıkça eserde veyahut eser sahibinin adında kısaltmalar, ekleme ve başka değiştirmeler yapılamaz", Madde 22'de ise "Bir eserin aslını veya kopyalarını, herhangi bir şekil veya yöntemle, tamamen veya kısmen, doğrudan veya dolaylı, geçici veya sürekli olarak çoğaltma hakkı münhasıran eser sahibine aittir" der.

ETKHKHK Madde 17'de "Tasarımın kullanılması hak ve yetkileri münhasıran tasarım hakkı sahibinindir. Üçüncü kişiler, tasarım hakkı sahibinin izni olmadan koruma kapsamındaki tasarlanan veya tasarımın uygulandığı bir ürünü üretmez, piyasaya sunamaz, satamaz, sözleşme yapmak için icapta bulunamaz, ithal edemez, ticari amaçlı kullanamaz veya bu amaçlarla elde bulunduramaz" der.

2.8.2. Lisanslı Font Kullanımı

Fontlar bir kişi veya kurum tarafından üretilen, telif hakkı olan ve yasalarla korunan harf formlarının oluşturduğu yaratıcı kompozisyonlardır. Fontlar, yazı formunu yazınsal iletişim ağına kazandıran bir tasarımcı gurubunu veya yaratıcısının kendi karakterini ve stilini yansıtır. Yazı tipleri önemli derecede yoğun çalışmaların sonucunda ortaya çıkmaktadır. Hatta bir takım deneyimli tasarımcılar için font tasarımı, başlı başına bir meslek alanıdır.

Adobe'nin resmi web sitesindeki açıklamaya göre: genelde, font yazılımlarının telif hakları vardır. Font yazılımı lisans sözleşmesi, aynı zamanda son kullanıcı lisans sözleşmesi olarak da bilinen ve yasal olarak bağlayıcılığı bulunan bir sözleşmedir. Font yazılımını izinsiz kopyalarsanız, kendinizi ve kuruluşunuzu ağır cezalar ve cezai işlemlerle karşı karşıya bırakabilirsiniz. Bir belgeyi fontuyla birlikte başkalarına dağıtabilseniz de, karşı tarafın fontu kullanmak için lisansları varsa ve bunu doğruladıysanız, onlara, kullandığınız fontun yalnızca kopyasını gönderebilirsiniz.

Bir font satın aldığınızda fontun mülkiyet haklarını satın almış olmazsınız. Aslında, fontu belirli sayıda kullanıcısı olan belirli sayıdaki bilgisayarda kullanma lisansı için ödeme yapıyorsunuzdur. Birçok kullanıcının farkına varmadığı şey, bir font yazılımı kullanmak için lisans satın aldıklarında, font yazılımını özgürce kopyalayıp, dağıtamayacaklarıdır. Bir şirket, tüm elemanların kullanması için bir font satın almış olsa bile, perakende lisanslar için tek bir font lisansı yalnızca beş bilgisayara kadar kullanıma olanak sağlarken, Adobe uygulamalarıyla paketlenmiş fontlar ise, yalnızca tek bir bilgisayarda kullanıma izin verir. Fontu lisanslı bilgisayar sayısından daha fazlasında kullanmayı planlıyorsanız ilave lisans satın almanız gerekmektedir.

AIGA'ya göre fontlar, tıpkı tasarımcıların ürettikleri işler ya da firmaların ürünleri gibi bir tasarım ürünüdür. Fontlar her yerde yaygın olarak bulunabilir ve bilgisayar kullanıcıları tarafından kolaylıkla paylaşılabilir olduğu için font kullanımı sırasında dikkat edilmesi gereken hukuki ve ahlaki konular sıklıkla göz ardı edilmektedir (AIGA, 2009, s. 42).

AIGA'ya göre font lisanslaması ile ilgili yol gösteren 4 kural bulunmaktadır:

- 1- Şahsi veya bir başkasının bilgisayarında herhangi bir proje için bir font kullanıyorsanız, o fontun lisansına sahip olup olmadığınızı kesinlikle dikkate almalısınız.

- 2- Eğer bilgisayarınıza bir font yükleyecekseniz, sizin ya da bilgisayar firmasının o fonta ait lisansının olup olmadığını kontrol etmelisiniz.
- 3- Eğer font lisansları ile ilgili herhangi bir problem yaşıyorsanız font üreticisi ile iletişime geçmelisiniz. (Eğer fontun üreticisi konusunda iletişim problemleri yaşıyorsanız herhangi bir font üreticisi size bu konuda yardımcı olabilir.)
- 4- Herhangi birine temelli veya ödünç olarak font vermeyiniz. Arkadaşınız, çalışma arkadaşlarınız veya müşterileriniz herhangi bir font kullanmak istiyorsa onun kullanım haklarını satın almak zorundadır. Font lisansı alınması gerektiğinde yasal ve maddi açıdan etik davranmak gereklidir. Font lisans koşul ve şartlarını ihlal etmek ileriki zamanlarda tasarımcıyı ve müşteri ilişkilerini zor durumda bırakabilir. Lisanslı font kullanmak bir etik yaklaşımdır ve her iki taraf içinde güvenilir ve sağlıklı bir iş ortamı oluşturmaktadır.

2.8.3. Lisanslı Yazılım Kullanımı

Tasarımın, bir tasarımcının yaratıcı mülkü olduğu gibi, bilgisayar yazılımı da onu yaratan insanlara ait fikri mülkiyettir. Üreticinin veya yayıncının açık izni olmaksızın, ne olursa olsun yazılımı kullanmak yasa dışıdır (AİGA, 2009, s. 28). Söz konusu bu izin, yazılımın kopyasıyla birlikte gelen yayıncı lisans sözleşmesinin onaylanması ve yazılımın ücretinin ödenmesi ile gerçekleşir.

Bir program, bir defada yalnızca bir bilgisayara yüklenebilir ve kullanılabilir, ancak genellikle arşivleme veya yedekleme amacıyla "yedek" bir kopya oluşturmanıza izin veren hükümler bulunmaktadır. Lisans şartlarına uymazsanız, örneğin, tek bir kullanıcı programının aynı kopyasını birkaç bilgisayara yüklerse, bu durum yazılım korsanlığına girmektedir. Programın yayıncısı size veya işyerinize karşı yasal işlem başlatabilir.

Söz konusu yazılım lisansları bilgisayar programlarını korumanın tek yolu değildir. FSEK ve ETKHKHK; Paris Sözleşmesi ve Bern Konvansiyonu gibi telif hakları ve patent yasaları, yazılımları yetkisiz kopyalama, dağıtma ve satma durumlarına karşı korumaktadır. Tüm bu yasalar internet trafiğini de kapsar; kullanıcılar, çevrimiçi olarak yazılımın yetkisiz kopyalarının bilgisayarına indirip yükleyemez veya bir başka kullanıcıya gönderemez. Bu yasaları ihlal eden kişi veya kurum cezai yaptırımlardan sorumludur. Böyle bir durumun olası sonuçları; kamuoyunda olumsuz izlenim ile müşteri kaybı, para cezaları hatta hapis cezası bile olabilir.

Lisanslı program kullanmak doğru ve yerinde bir karardır çünkü; lisanslı bir yazılım size, teknik servis, arıza bildirimi, ücretsiz eğitim olanakları, onarım ve güncelleme yapma imkanları sunmaktadır. Eğer yasa dışı yollar ile bir program kullanıyorsanız tüm bu olanaklardan yararlanamazsınız. Daha önemlisi günümüzde lisanssız olarak bilgisayarlara yüklenen birçok program bazı kötü niyetli kullanıcılar tarafından Truva Atı olarak kullanılmaktadır. İçerisine yerleştirilen korsan bir yazılım ile internete servis edilen programlar bilgisayarınıza yüklendiği takdirde, belgelerinizi ve fotoğraflarınızı hatta banka hesap bilgilerinizi bile riske atmış olursunuz.

Söz konusu riskler ile karşılaşmamak için, öncelikli olarak bilgisayarınızda yüklü olan yazılımların envanterini çıkartarak, hangi yazılımların lisanssız, hangilerinin lisanslı olduğunu belirlemeniz gerekir. Ayrıca güncellediğiniz yazılımların, bazen lisans yenilenmesi gerektiğini dikkate almanız gerekmektedir.

Satın alınan ve bilgisayara yüklenen yazılımların faturalarını arşivlemek, olası denetlemelere karşı iyi bir önlem olabilir. Eğer söz konusu bir şirket ise; çalışanlar, lisanslı yazılım konusunda bilgilendirilmelidir. Çünkü şirket sahibinin bilgisi olmadan şirketteki bilgisayara yüklenmiş korsan bir yazılım, şirket sahibini tüm bu olası riskler ve yasal durumlara karşı zor durumda bırakabilir.

2.8.4. Görsel Kullanım Hakları

Tasarım içeriğinde bir görsel kullanmak, tasarımcıya önemli telif hakkı sorumlulukları yüklemektedir. Günümüzde tasarımcı, bir görsele ihtiyaç duyduğunda internet aracılığı ile ücretli veya ücretsiz olarak ulaşabileceği milyonlarca seçeneğe sahiptir. Ama her ne koşulda olursa olsun, sorumluluk sahibi bir tasarımcı, hangi yolla edinirse edinsin tasarımında kullanacağı görselin telif hakkı konusunda kendinden emin olmalıdır. 2008 yılında Obama'nın reklam kampanyası için Shepard Fairey'in tasarlamış olduğu, "Hope", "Yes We Can", "Change" posterlerinin, Mannie Garcia'nin çekmiş olduğu fotoğraflar kullanılarak tasarlandığı ortaya çıkmış, New York Federal mahkemesinin kararı ile Fairey, 300 saat topluluk hizmetine ve 25.000 dolar para cezasına çarptırılmıştır.

Kültür ve turizm bakanlığına tescil başvurusu yapılmamış olsa dahi, unutulmamalıdır ki oluşturulduğu andan itibaren bir resim veya fotoğraf uluslararası telif haklarının koruması altına girer. Tasarımcı ücretsiz görsel kaynaklarında bulduğu bir görselin bile telif hakkının olabileceğini bilmelidir. Ücretsiz kaynaklarda yer alan bir görselin, üreticisi

tarafından *ücretsiz olarak kullanılabileceğine* dair yayınlanmış ilanına ulaşılmadığı takdirde edinilen ve kullanılan her görsel tasarımcıya telif hakkı sorumluluğu yükler.

Bir resmin tamamının veya bir bölümünün izinsiz kullanılması, görselin bir lisans veya izin kapsamının dışında kullanımı, bir görselin bir kısmından alıntı yapma veya bir görselin aynısını yapma veya yaptırma, eser sahibinin haklarını ihlal etmek anlamına gelir. Söz konusu hak ihlalinin gerçekleştirilmesi sürecinde teşvik edenden, ortaklık edene kadar her kim dahil olursa, yasal olarak sorumluk altına girmiş olur.

Günümüzde tasarımcılar eserlerinde kullandıkları görselleri çoğunlukla profesyonel hizmet veren stok tedarikçilerinden edinirler. Yasal sınırlar içinde görünse de satın almış olduğunuz fotoğraftaki modellerin bile bazı mahremiyet hakları söz konusudur. Mahremiyet hakkı, özel bilgilerinin ifşa edilmesine ve birinin rahatsız edici ya da yanlış bir şekilde canlandırılmasına karşı koruma sağlar. Bir görsel de yer alan model, fotoğrafını çeken sanatçı ile; sanatçı, fotoğraflarını sattığı tedarikçi web sitesi ile; web sitesi, üye olup fotoğraf satın alan müşterisi ile sözleşme yapar. Görüldüğü gibi süreç çok hassastır. Bu bağlamda bir grafik tasarımcı kullanacağı görsel hakkında, hangi koşullarda, hangi projelerde ve hangi miktarda kullanılabileceğine dair birçok yönden kendisinden emin olmalıdır. Üyelik altında hizmet alımı yapılan internet adreslerinden kullanılan görsellerde bile bir takım anlaşmazlıklar yaşanabilir.

Bir fotoğraf karesinde görünen markalar, resim, heykel vb. gibi sanat eserleri de telif hakları tarafından korunmaktadır. Hatta “Sydney Opera House” gibi bazı mimari eserlerin fotoğraflarda yer alması bile tescillenmiş durumdadır⁷. Söz konusu bu girişim Opera House’un yalnızca görselinin baskı veya fon olarak kullanılmasına yönelik değil, hediyeelik eşya, mücevher, oyuncak, çanta, kıyafet vb. yollar ile biçim ve imgesinin izinsiz kullanılmasının önüne geçmek için de hayata geçirilmiştir.

2.9. Doğruluk ve Ahlak

Tasarımda doğruluk ve ahlakilik fazlasıyla muğlak bir konudur. Zararlı bir ürünün reklam kampanyasını üstlenen bir reklam ajansında çalışan tasarımcı, söz konusu projede yer almayı reddettiğinde çalıştığı kuruma yönelik, kabul ettiğinde ise halkın sağlığına yönelik etik anlamda sorumludur. Görüldüğü gibi tasarımda doğruluk ve ahlakilik bakış açısına göre siyah veya beyaz olarak renk değiştirebilmektedir. Böyle bir durumda etik

⁷ <http://www.theaustralian.com.au/arts/iconic-image-of-opera-house-no-longer-public/news/story/0382379a80962710a1febe1c504a43d>

olma ölçütü, profesyonel bir duruş ile kısa vadeli kişisel çıkarlardan öte, topluma ve geleceğe yönelik sorumluluklar yönünde olabilir. *The Power of Design: A Force for Transforming Everything*” in yazarı Richard Farson, profesyonel görüşler aradıklarını, çünkü; bu profesyonellerin mesleğin ihtiyaçlarının üzerine çıkan özel bir tür bilgiğe dayalı olan yargılarına güvendiklerini ifade etmektedir. Farson gibi düşünen tasarımcılar da doğruluk ilkesine tutunarak, günlük kısa erimli projelere dönük profesyonellik beklentisinin üzerine çıkılması gerektiğini; müşteri memnuniyeti odaklı düşünmek yerine uzun erimde sorumluluk taşıyan bir bakış açısını önemsemektedirler.

Yasalar, grafik tasarımcının günümüzde sıklıkla yüzleştiği; sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk, kültürel etki, kitle tüketimi, spekülative çalışmalar, kitle kaynaklı çalışma vb. gibi grafik tasarımda etik tartışmalara yol açan konularda telif haklarında olduğu gibi bir yaptırıma sahip değildir. Bu doğrultuda, söz konusu etik tartışma alanları aşağıda açıklanmıştır.

2.9.1. Spekülative Çalışmalar

Genellikle bir ücret, bir ödül veya bir takdir beklentisi yaratılarak birden fazla tasarımcının aynı proje üzerinde çalışmasının sağlandığı, proje sonunda yalnızca beğenilen tasarım için ücret ödendiği, beğenilen bir tasarım olmadığında ise herhangi bir ücretin ödenmediği çalışmalardır. Ancak, bir ücret talebi olmadan ‘gönüllü yapılan çalışmalar’, ‘kamu yararına yapılan çalışmalar’, ‘yarışmalar’ ve ‘eğitim amaçlı stajlar’ gibi tasarımcının kişisel tercihiyle yapılan çalışmalar spekülative çalışmalar olarak nitelendirilemez.

İyi bir tasarım, tasarımcı ve müşterisi arasında kurulan içten, doğru bir iletişim ve eşitlikçi fikir alışverişine bağlıdır. Bir firmanın tasarım ihtiyacını karşılamak üzere, aynı konuda birbirinden habersiz birçok tasarımcı ile çalışması, müşteri-tasarımcı arasındaki güveni zedeler. Ayrıca, sonunda bir ücret ya da beğeni alınıp alınmayacağı bilinmediği için bu tür spekülative çalışmalarda kopya ve aşırı esinlenme içeren işlerin üretilme olasılığı yüksektir. Müşteriler tercih ettikleri çalışmanın güvenilirliği hakkında sorun yaşayabilirler.

Sektöre yeni başlamış tasarımcıların veya eğitimleri devam eden tasarımcı adaylarının, portfolyolarını zenginleştirmek amacıyla bu tarz çalışmalara yönelmesi spekülative işler için ortam hazırlamaktadır. Bir takım şirketlerin ve kişilerin ücretsiz hizmet almak hevesiyle söz konusu bu tasarımcıları kullanması, çalışma haklarına aykırı

olduğu gibi sektörde çalışan profesyonellerin kazançlarının düşmesine de neden olmaktadır.

Her ne kadar spekülâtif çalışma olarak değerlendirilmese de yarışmalar bir başka tartışma konusudur. Bazı tasarım yarışmaları, katılım koşulları ve değerlendirme süreçlerinin spekülasyona yol açtığı öne sürülerek, çeşitli tasarımcı kişi ve kuruluşlarca eleştirilir. Onlara göre “herkesin katılımına açık yarışmalar”, grafik tasarımın bir uzmanlık alanı olduğu gerçeğini yok saymakta, grafik tasarımcısının saygınlığına zarar vermektedir. DK Holland, ABD’de sanatsal projelere destek veren bir kurum olan *Endowment Fort The Arts*’ın düzenlemiş olduğu logo yarışmasına herkesin katılacağını duyurmasından sonra tasarımcıların bu durumu bir saygısızlık olarak algılayıp birlik içinde rahatsızlıklarını dile getirdiklerini ifade etmektedir.

Ülkemizin en saygın sanayii kuruluşlarının birliği olan Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği de (TÜSİAD) 2011 yılında herkesin katılımına açık bir logo yarışması düzenledi. Üyelerinin hak ve sorumlulukları için çaba gösteren bir örgüt olarak TÜSİAD’ın grafik tasarımcılarını değersizleştiren bir uygulamaya ortam hazırlaması ne yazık ki başta grafik tasarımcılar olmak üzere kimseyi rahatsız etmedi. Profesyonel tasarımcıların, amatör ve hobi tasarımcılar arasından değerlendirilmek için sırasını beklemesinin mesleğin etik ilkeleri açısından uygun olmadığı fark edilemedi.

2.9.2. Kitle Kaynaklı Çalışma *Crowdsourcing*

Günümüz iş dünyasında çeşitli alanlarda sıklıkla kullanılan bir sistem olan kitle kaynaklı çalışma, ihtiyaçlarınızı hızlı ve düşük bütçeler ile karşılayabileceğiniz, çoğunlukla çevrim içi ortamda aynı anda birden fazla kişi veya kurumun bir iş veya proje için birlikte çalışmasına dayalı bir sistemdir. Kitle kaynaklı çalışma sistemi, sektöre yeni atılan tecrübesiz grafik tasarımcıları için bir gelir kaynağı olarak görülür ve kısıtlı bütçeye sahip firmalara, makul bir ücret karşılığında yüzlerce tasarım yaptırmaya olanağı sunar.

Grafik tasarımda bu yöntem, özellikle kısıtlı bütçeli işletmelerin çevrim içi tasarım portalları aracılığı ile sıklıkla başvurduğu bir yöntemdir. Söz konusu web sitelerinde tasarıma ihtiyaç duyan kişiler, istediği tasarım için bir ücret önerir, web sitesine üye olan tasarımcılar ise tasarımlar yaparak web sitesine yükler. Firma, belki de yüzleri bulan tasarım arasından istediğini seçer ve diğer tasarımcıların emekleri boşa gitmiş olur ve tasarımları suistimale açık hale gelir. DK Holland’ın yazısında şöyle bir araştırmaya yer verdiği görülmektedir. Crowdspring’e bir proje için ortalama 77 tasarım çalışması yükleniyor, müşteriler ise bu tasarımlarından birini seçiyor. Rutter diyor ki, “Bu; işinizin

seçilme olasılığının %1.3, seçilmeme olasılığının ise %98.7 olduğudur. Böyle bir durumda işinize ne kadar ilgili olabilirsiniz ki? Böylesine bir işin neresinde kalite? Bu 77 tasarımcının, her biri, ortama sundukları çalışmalarında kullanılan görsellerin telif haklarına sahipler mi? (Holland, 2010).

Ülkemizdeki benzer web siteleri de benzer etik sorunlar içerir. Tasarlatasarlat.com, ideamama.com isimli sitelerin kurucuları, crowdspring.com’da gördükleri sistemi Türkiye’ye taşıdılar. Tasarlatasarlat internet sitesinin Nisan 2016 – Ekim 2016 tarihleri arasında açmış olduğu 100 yarışmaya toplamda 19.222 iş yapılmış. Ortalama olarak 1 yarışma için 192,22 iş yapıldığını varsayarsak yarışmaya yalnızca 1 iş gönderdiyseniz işinizin seçilme olasılığı %0,52 olmaktadır. Böylesine düşük bir olasılık için üretilecek tasarımların özgünlüğünün ve kalitesinin hangi düzeyde olacağı tartışma konusudur.

Çevrimiçi tasarım ortamları için hizmet üreten birçok tasarımcı, çalışmasının seçilme olasılığının düşüklüğünü ve kazanacağı ücretin azlığını göz önünde bulundurarak, tasarım sürecinde zaman harcamak istemezler. Tasarım portalı ile yapmış olduğu sözleşmeye rağmen kopya veya telif hakkı gerektiren materyallerin kullandığı tasarımlara yarışmaya katılabilirler. Bu durumda hem özgünlüğü hem de kalitesi tartışmalı tasarımlar üretilmiş olur. Karlı bir alış-veriş gibi görünen bu uygulama, uzun dönemde her iki taraf için de yasal problemler doğurabilir.

2.9.3. Profesyonellik Sertifikaları

Bir grafik tasarımcının sertifika sahibi olmasının gerekliliği konusu, son zamanlarda sıklıkla tartışılan konular arasında yer almaktadır. İngiltere’de 1930 yılında kurulan Tescilli Tasarımcılar Birliği (*Chartered Society Of Designers*) belirlemiş oldukları süreci ve koşulları tamamlayan tasarımcılara “Tescilli Tasarımcı” ünvanı vermektedir. Verilen bu statüyü koruması koşuluyla resmi web sitelerinden bu tasarımcıların iletişim bilgilerini paylaşmaktadır. Tasarım ihtiyacı duyan kişi ve kurumlar, birliğin resmi internet adreslerinden bir bakıma güvenilirliği ve profesyonelliği tescillenmiş tasarımcılara ulaşabilmektedir.

Kanada, İsviçre ve Norveç’te de grafik tasarımcılara sertifika sahibi olmaları önerilmektedir. Tasarımın herkes tarafından ulaşılabilir ve elde edilebilir olması gerektiği savunulurken aynı zamanda tasarımcıların sertifika sahibi olmasını istemek çelişkili gibi görülebilir. Ancak, bu durum hak ve sorumluluklarının farkında olan profesyonel tasarımcılara saygınlık kazandırılması nedeniyle önem taşımaktadır. Ayrıca bu

uygulama; müşterinin nasıl bir tasarımcıyla muhatap olduğunun farkına varmasını ve üretilcek olan tasarımın niteliği ve güvenilirliğine yönelik bir öngörü oluşturmalarını sağlayacaktır.

Bilinmelidir ki sertifika, bir tasarımcının olağanüstü yaratıcı veya dahi olduğuna yönelik bir garanti vermez, fakat mesleki donanıma sahip; hak ve sorumluluklarını bilen ve alanının etik, estetik ve teknik gerekliliklerini yerine getirme becerisine sahip bir tasarımcı olduğuna ilişkin güven oluşturur.

2.9.4. Kültürel Etki / Propaganda Tasarımlar / Kitle Tüketimi

Propaganda tasarımlar birçok farklı şekilde uygulanabilir. Kitap kapakları, albüm kapağı, konser ve film posterleri, dergi düzenleri, web siteleri, dergi ve gazete reklamcılığı, reklam panoları gibi birçok grafik tasarım örneğinde görülebilir. Bir propaganda çalışmasıyla kazanılan bilgi, grafik tasarımcıya veya görsel iletişim alanında çalışan birisine büyük değer verebilir. Propaganda ile reklamcılık arasındaki bağlantı o kadar fazladır ki, görsel bir iletişim ya da grafik tasarım eğitimi içinde odaklanması gereken bir konu olarak görülebilir, bu iyi düşünülmüş ve inşa edilmiş bir görsel propaganda malzemesinin etkinliği gibidir (Pratkanis & Aronson, 2001, s. 72).

Ancak kimi zaman propaganda tasarımlar, bizleri gereksinim duymadığımız hizmet ve ürünler için para harcamaya, yetersiz ve niteliksiz siyasetçiler için oy kullanmaya, çocuklarımızı gereksiz veya zararlı besinleri tüketmeyi özendirmeye, belli bir modayı, eğilimi, düşünceyi veya yaşama kültürünü dayatmaya çalışan tasarımlar olabilir. Grafik tasarımcılar kitlesel tüketimi hedefleyen sermaye piyasasının ayrılmaz bir parçası haline geldiklerinden tüketimin niteliğini önemli ölçüde belirleyeceklerdir. Etik sorumluluklar bu noktada bir değer ölçüsü oluşturmaktadır.

2.9.5. Marka Hırsızlığı (*Brand Stretching*)

Birçok marka uzmanı, markanın üretilen üründen çok daha önemli olduğunu sıklıkla vurgular. İnsanlar markalara hayran olurlar, güvenirlere, aralarında bir sadakat bağı geliştirirler. Marka hırsızlığı, bilinen bir markanın hiç ilişkisi olmadığı halde başka bir ürün için kullanılması demektir. Bu uygulamaların amacı markanın bilinirliğinden ve güvenilirliğinden yararlanmaktır (*Pegasus isimli bir tatil köyünün kurulması gibi*).

Marka hırsızlığının stratejik birkaç nedeni vardır:

- Tanıtımın düşük maliyetler ile yapılmasını sağlar.
- Tüketiciler aynı firmanın birden fazla alanda iş yapıyor olabileceğini düşünebilirler.
- Kampanya süreci nispeten hızlı olabilmektedir.
- Finansal giderler daha aza indirgenebilir.

Söz konusu marka taklitçiliği, yalnızca markanın itibarını ve bilinirliğini kullanmaktan öte, bazen doğrudan markanın kurumsal kimliğinin kopyalanmasıyla da yapılabilmektedir. Özellikle Çin’de birçok markanın taklidi olan işyerleri ve markalar bulunmaktadır. Bunlardan Mikes&Shoes *mikesshoessanluisobispo.com* internet adresinden ulaşabileceğiniz kopya markalardan biridir.

Ülkemizde özellikle tekstil, deri, kozmetik, saat, gözlük sektörlerinde birçok taklit marka oluşturulmuştur. Bu durumla mücadele etmek için 2001 yılında Tescilli Markalar Derneği (TMD) kurulmuştur. TMD’ye göre, 350 milyar dolar büyüklüğündeki dünya ticaretinin yüzde 17’sini dünya taklit pazarı oluşturmaktadır. Radikal gazetesinin haberine göre⁸ Türkiye’de taklit ürün pazarı 1 milyar dolara ulaşmış ve ülkemiz taklit ürün sıralamasında dünyada Çin’den sonra 2. sıraya yerleşmiş durumdadır.

2.9.6. Sürdürülebilirlik

Çevresel felaketler ve iklim değişikliği yanında doğal kaynakların gittikçe azalması, gelir dağılımındaki eşitsizlikler ve dünya genelinde yaşanan savaş ve çatışmalar bütün disiplinleri kendi etik değerleri içerisinde küresel sorumluluklarını sorgulamak zorunda bırakmıştır. Tasarımla ilgili disiplinler bu olgudan muaf değildir. Grafik tasarımcılar da sorumluluklarını çevreye ve çevrenin içerdiği sayısız canlı ve cansız varlığı da içerecek şekilde genişletmek zorunda kalabilirler.

Tasarımın doğal ekosistemleri de içeren dünya üzerindeki etkileriyle ilgili kaygılar, çoğu zaman sürdürülebilir tasarım kavramıyla aynı anlamda kullanılan çevresel sorumlulukla ilgili birçok yaklaşımı da beraberinde getirmiştir. Tasarımın çevre üzerindeki etkileri yoğun olarak tartışılmaktadır. Bu tartışmalar tasarımcıların eylemlerini ve bu eylemlerin kısa ve uzun vadede çevreyi nasıl etkilediğini; çevresel

⁸ <http://www.radikal.com.tr/ekonomi/taklit-urunde-dunya-ikincisiyiz-1128785/>

konforu, aidiyeti, her türlü kimliğin ve insanlık değerleriyle birlikte doğal ekosistemlerin sürdürülebilirliğine yönelik sorumluluğunu, sorgulamaya zorlamaktadır.

Tasarım yapanlar, yapay bir çevrenin oluşmasını sağlarlar. Bu nedenle insan - teknoloji - doğa bütünlüğünü içeren bir düşünce ve uygulama alanı olarak grafik tasarım, insanların birbirleriyle, nesnelerle ve doğayla olan ilişkilerini belirleyen, dolayısıyla hayatın kendisini dönüştüren ya da düzenleyen bir araç haline gelmiştir.

“Grafik tasarımcıların yarattığı her şey çöptür.” Tasarım eleştirmeni Kerrie Jacobs, bu görüşü grafik tasarımcıları tarafından yapılan işlerin çoğunun kullanılıp çöpe atılma durumuna gönderme yapmak için 1990’da ileri sürmüştür. O tarihte Çevre Koruma Kurumu, grafik tasarım endüstrisindeki başlıca yüzey malzemesi olan - kağıt ve kartonun katı atık akımının % 41’ini oluşturduğunu belirtmiştir (Bolyston, 2007, s. 1).

Bu verinin 1990’dan bu yana önemli ölçüde değiştiği iddia edilebilir. İletişim kurma biçimimizin daha çok internet aracılığıyla yapılıyor olması yukarıdaki ifadenin geçersizliğini öne sürmek için önemli bir gerekçe olabilir. Bu yaklaşım yerinde olmakla birlikte, basılı olmayan medyanın hayatımızın her alanında bulunmasına rağmen milyonlarca broşür, katalog, dergi, postalar ve diğer kağıt biçimleri hariç, bugün sadece ambalaj malzemelerinin katı atık akışının % 50’sini oluşturduğu bilinmektedir.

Bolyston (2007) dijital medyanın kültürümüzü istila etmesiyle grafik tasarımcıların yaptığı her şeyi günümüzde maddesel çöp olarak tanımlamanın yanlış olacağına inanmaktadır. Ancak Bolyston, grafik tasarımcıları için başka bir sorumluluğa vurgu yapmaktadır. Ona göre, grafik tasarımı uygulayıcıları yüzey malzemesi tercihlerinin sonuçlarından çok daha karmaşık bir ikilemle karşı karşıyalar. Görsel iletişimin kültür içindeki temel rolünün atık malzemeden daha önemli olduğuna dikkat çeken Bolyston (2007), dağlar kadar kağıt üzerine basılı çöp konusundaki sorumluluklarının ötesinde, grafik tasarımcıları ve grafik tasarımı eğitmenlerini işlerinde savundukları mesajların içeriği konusunda uyarmaktadır. Çünkü bu mesajlar doğadan çöplüğe uzanan yolu hızlandırmakta ve içeriğiyle zamanın ruhu da denen yaşamı yönlendiren temel dinamikleri oluşturmaktadır (s. 1).

2.9.7. Sosyal Sorumluluk

Sosyal sorumluluk; bireylerin, çeşitli meslek gruplarının, kamu ve özel işletmelerin daha güvenli bir dünyada yaşamak için kendilerini sorumlu hissetmeleri demektir. Daha insancıl, daha eşitlikçi, daha özgürlükçü, demokratik değerlerin ve ilkelerin kurumsallaştığı bir dünyada daha sağlıklı, daha bilgili ve engelsiz yaşamak için çaba

göstermeleridir. Varlıklarını sürdürmek isteyen kurumların da başta kendi tüketicilerinin isteklerine ve gereksinmelerine duyarlı ve açık olması, onları doğru bilgilendirmesi ayrıca doğal ve sosyal çevreyi koruması, kamu yararı olan projelere destek vermesi, sağlıklı bir ekonomik ortam yaratması günümüzde vazgeçilmez bir zorunluluk olarak kabul edilmektedir.

Sosyal sorumluluk; karar verme sürecinde kişisel - kurumsal karar ve faaliyetlerin tüm sosyal sistem üzerinde yaratacağı etkileri değerlendirme zorunluluğudur. Sosyal sorumluluk; bir işletmenin kaynaklarını toplum yararına olacak şekilde kullanmasıdır (Özüpek, 2005, s. 9). Sosyal sorumluluk, gerçekten kapsamlı bir teori geliştirmek için kurum ve paydaşları arasında var olan karşılıklı görevleri belirlemek için uygun faaliyetlerde bulunmaktır (Norman, 1991, Akt. Koçyiğit, 2011, s. 78).

Aslında grafik tasarımın kendisi doğrudan bir sosyal sorumluluk alanıdır. Çünkü grafik tasarımcıların ürettikleri her tasarım toplumsal algının ve kültürel hayatın bir parçası olur. Öncelikli sorumluluğu tasarımın etik ve estetik ilkelerine uygun davranmak olan grafik tasarımcı, bu sorumluluğunu yerine getirirken toplumun çıkarlarını ve insanlığın geleceğini de gözetmekle yükümlüdür.

David Berman, *Do Good Design* adlı kitabında (2009), dünyanın en büyük sorunları ve çözümlerinin özünde tasarımın olması nedeniyle, tasarımcıların zorunlu olarak sosyal sorumluluk sahibi olduğuna inanmaktadır. Berman'a göre tasarımcılar, yaşadığımız dünyanın çoğunu, tükettiğimiz şeyleri yaratıyor ve dünyamızın sahip olduğu beklentilerden sorumlular. Grafik tasarımcının, çalışmalarının doğası gereği çevresi üzerinde muazzam bir kuşatıcı gücü vardır; tasarımları çok güçlü ve ikna edici olabilir ve dünyamızı nasıl kullanabileceğimiz konusunda bize yardımcı olabilir (Berman, 2009, s. 1).

Tasarım problem çözme sürecidir ve bugün dünyada pek çok problem bulunmaktadır. Tasarımcıların söz konusu problemler konusunda daha büyük bir rol oynamaları gerektiğini söyleyen Perkins, tasarımcıların yalnızca problemlere yanıt vermekle yetinmeyip öncü olmalarını ve kişisel kanılarıyla eylemlerini uyumlu kılmalarını ister. Ona göre grafik tasarımcılar, çalışmaları aracılığıyla dünyada görmek istedikleri davranışları modellemek için temel değerler sistemlerini harekete geçirme fırsatı ve sorumluluğuna sahiplerdir (Perkins, 2006).

Temel değerlerin harekete geçirilebilmesi için sağlıklı bir bilgilendirme sürecine gereksinim vardır. Her tasarımcı gerek mesleki yeterliklerini kazanmak gerekse hayata ve topluma karşı sorumluluklarını şekillendirmek için bilgi ve deneyime gereksinim

duyar. Eğitim kurumları bu desteği verecek olan öncelikli kurumlardır. Aynı zamanda sosyal sorumluluk bilinci kazandırmak eğitim kurumlarının vazgeçilmez sorumluluğudur.

Kansas Üniversitesinde tasarım profesörü olan Patrick Dooley (2008), amaca uygun grafik tasarımın anlamlı şeylerle bağlantılı olduğunu, bu nedenle öğrencilere bunun öğretilmesi gerektiğini söyleyerek örneğin, grafik tasarımın görsel kirliliğe ve çöp sahalarının kontrolüne katkıda bulunabileceğini öne sürer.⁹

Ohio Nother Üniversitesinde grafik tasarım öğrencilerine sosyal sorumluluk projeleri veren Assistant Professor Brit Rowe (2008), bu yönetime ilişkin açıklamalarında “Bu tür projeleri vermekteki amacım öğrencilerin kendilerini bir vatandaş olarak düşünmelerini; dolayısıyla toplumsal değerleri, üzerlerine düşen sorumlulukları bir vatandaş olarak kabul etmelerini, yaptıkları seçimler hakkında düşünmelerini ve çalışmalarının görsel iletişimin ötesinde nasıl bir etkiye sahip olduğunun farkına varmalarını” amaçladığını söyler.¹⁰

Temple Üniversitesinden Profesör Stephanie Knopp (2008), sosyal sorumluluk projeleri üzerinde çalışmanın, uzun yıllardır tasarım programının bir parçası olduğunu, neredeyse tüm Temple Üniversitesinin grafik tasarım öğrencilerinin, mezun olduktan sonra portföylerinde en az bir sosyal sorumluluk projesine sahip olmaları gerektiğini söyler. Temple Üniversitesinin sosyal sorumluluk projelerine müfredatlarında yer vermeyi bir ilke haline getirdiklerini vurgular.¹¹

Grand Valley State Üniversitesinden Profesör Lorelle Otis Thomas’ın (2008) öğrencilerinden yapmalarını istediği bir sosyal sorumluluk projesinin sunumu çok öğreticidir;

Küresel nüfus, 1959'da 3 milyar iken, 1999 yılında (40 yıl) iki katına çıktı. 2042 yılına kadar nüfusun 9 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Eğer dünya 9 milyar nüfusu tutacaksa, söz konusu bu sorun, tüketim modellerimizde, yaşam standardımızda, atık yönetimi sistemimizde veya günlük hayatımızın her hangi bir alanında değişiklikler yapmamızı gerektirmiyor mu? Tasarım genelde reklamcılık, artan tüketim, tek kullanımlık ürünleri teşvik etme ve "yeni" olma isteği yaratma beklentisi taşıyan bir endüstri ile çalışmakla yükümlüdür. Bu durum tasarımı sorunun bir parçası yapar. Peki tasarım sonun değil de çözümün bir parçası olabilir mi? Küresel

⁹ http://www.creativeforacause.org/web_casestudies/KU_CaseStudy.pdf

¹⁰ http://www.creativeforacause.org/web_casestudies/ONU_CaseStudy.pdf

¹¹ http://www.creativeforacause.org/web_casestudies/TempleUniversity_CaseStudy.pdf

sürdürülebilirlikle ilgili bir problem seçin ve sorunu iyice araştırın. Sonrasında, insanların düşünce ve davranışlarını değiştirmeye yönelik bir kampanya oluşturun. Kampanyanızda ileteceğiniz mesaj için Baskı, billboard, TV, internet, vb. herhangi uygun bir ortam kullanabilirsiniz. Sunumunuzu, kampanyanızı finanse edecek sosyal bir kuruma sunmak üzere hazırlayın. Seçtiğiniz sorunu ve reklam aracını, amaçladığınız hedef kitleyi, tasarım kararlarınızı, nedenleri ve amaçları ile birlikte açıklamak için hazır olun¹².

2.10. Grafik Tasarımında Etik Konusuna İlişkin Araştırmalar

Yerli ve yabancı kaynaklar taranarak, grafik tasarımı alanında etik alanında gerçekleştirilmiş çeşitli araştırmalara ulaşılmıştır. Aşağıda bu çalışmalardan bazılarının özetlerine ve amaçlarına yer verilmiştir.

2.10.1. Yurt İçi Yayınlar ve Araştırmalar

Grafik tasarımı alanında etik ve intihal konusunu araştıran sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Kınık (2015), “*Grafik Tasarımda İntihal ve Etik*” başlıklı makalesinde; etiğin önemini vurgulayarak, ihlal kavramı ve bazı intihal örneklerini incelemiştir. Bu konuda grafik tasarımı alanında eğitim gören tasarımcı adayları ile sektörde çalışan grafik tasarımcılarını bilinçlendirmek ve farkındalık yaratmayı amaçlamıştır. Grafik tasarımı ve etik, intihal, grafik tasarımı intihal örnekleri, intihalin önlenmesi için alınan önlemler, yasal düzenlemeler alt başlıklarına yer vermiştir. Yapılmış çalışmalar üzerinden intihal örnekleri gösterilmiştir. Grafik tasarımı etik konulu akademik çalışmaların üretilmesi ve bu alanda eğitim veren fakülte ve yüksek okullarda etikle ilgili derslerin konulmasını ve bu yolla grafik tasarımı alanında etik normların uygulanmasının ve bu sektörde çalışan firma ve tasarımcıların etik ve intihal konusunda bilinçlenip farkındalık kazanmalarının sağlanacağı sonucuna varmıştır.

Şişman, 2006 yılında 3. Ulusal Tasarım Kongresinde sunduğu “*Tasarım Etiği*” başlıklı makalesinde; tasarım etiğinin kurulduğu temelleri, günümüz üretim ve tüketim biçimlerini ve alışkanlıklarını, ekolojik malzeme seçimleri konularına açıklık getirmiştir. Şişman tasarımın şimdiye kadar ki gelişimini, ekonomik, politik ve kültürel değişimlere tepkilerini ve kimi zaman bu değişimleri yaratma modellerini tartışarak; tasarım adına eyleyenlerin, tasarımcı yetiştirenlerin, tasarımcıların ve adayların tasarımlarını dünyanın

¹² http://www.creativeforacause.org/web_casestudies/GrandValley_CaseStudy.pdf

ekolojik, ekonomik ve sosyal koşullarıyla paralel olarak şimdiye kadar olandan farklı bir perspektifle çözümlemeleri gerektiğini belirtmektedir.

Şahin (2010), “*Yeni Medya ve Etik*” isimli makalesinde; esinlenme, intihal ve özgünlük kavramlarını açıklamış, grafik tasarımında esinlenme, intihal ve özgünlük kavramlarını hukuksal açıdan incelemiş, grafik tasarımında etiğin önemini açıklamıştır. Tasarım sürecinde etik ihlali durumunda karşılaşılan olumsuz durumları örnekler ve karşıt fikirler aracılığıyla incelemiştir. İntihalin etik bir suç olduğunu savunarak yaratıcılığın geliştirilmesiyle bunun aşılabileceği ve özgün tasarımların ortaya çıkabileceği sonucuna varmıştır. Akyan’da (2008) aynı şekilde grafik tasarımında etiğin önemini, kuramsal olarak gerekliliğini, ve pratik yansımalarını belirtmiş ve tasarımcının sosyal ve kültürel sorumluluklarını açıklayarak örnek çalışmalarda incelemiştir. Çalışmanın sonucunda grafik tasarımcılarının yaşadığı dünya ve topraklara olan kültürel ve sosyal sorumluluklarının hatırlatılması gerektiğini ve ancak bu kapsamlı bakış açısı ile disiplinin daha sağlıklı gelişiminin sağlanabileceği sonucuna varmıştır.

Ruhdan Uzun (2007) “*İletişim Etiği - Sorunlar ve Sorumluluklar*” çalışmasında, etik, meslek etiği, iletişim etiği, gazetecilik ve reklam etiği gibi konularla ilgili detaylı bir literatür araştırması yapmıştır. Ürün yerleştirme, bilinçaltı algılama ve reklamcılık gibi grafik tasarımın da aracı kılınarak sıklıkla kullanılan reklam kampanyalarını etik değerler ve kanunlar ölçüsünde incelemiştir.

2.10.2. Yurt Dışı Yayınlar ve Araştırmalar

Kane (2010), çalışmasında; grafik tasarımında etiği, hukuk, doğruluk ve ahlak olarak üç farklı açıdan incelemiş, grafik tasarımcılarına, tasarımlarında rehberlik edecek davranışların neler olduğuna ve uygulamada ahlaki ve felsefi olarak doğru davranışın nasıl olacağına yönelik yanıtlar aramıştır. Etik konusunda grafik tasarımı lisans eğitiminde bir boşluk olduğunu ve grafik tasarımı eğitimcileri ve uygulayıcılarının, öğrencilerin grafik tasarımında etikle ilgili çok önemli sorunlarla karşılaşabileceklerini düşünceleri gerektiğini vurgulamıştır. Bu olasılığa karşın grafik tasarımı derslerinde öğrencilerin iş hayatlarında karşılaşacakları etikle ilgili sorunların ancak bazılarında değinildiğini ve grafik tasarımında tamamen etiğe ayrılmış bir dersin gerekli olduğunu belirtmiştir. Böyle bir ders yanında öğrencilere eleştirel düşünebilecekleri, strateji oluşturabilecekleri ve sorumlu bir şekilde mesleklerini icra edebilecekleri sağlam bir teorik çerçeve oluşturulmalıdır uyarısında bulunmuştur.

Prusynski (2003), tasarım alanında etiğin önemini vurgulamış ve tasarımcılarının toplumda önemli bir role sahip olmaya başladıklarını ifade etmiştir. Tasarımda etik hareketinin tarihini, mesajlarını ve etkilerini incelemiştir. Tasarımcıların rolü ve günümüzde tasarımı çevreleyen meselelerle ilişkili olarak tasarım etiği hareketini, “etik duyarlılığı olan bir tasarımcı nasıl olunur” başlığı altında tasarımda etiği açıklamıştır. Kuramsal yolsuzlukta reklamın etkilerini, tüketim severlik, sürdürülebilirlik, çevre, küreselleşme ve markalaşma gibi sorunları tasarımcıların anlaması ve bu sorunlarda önemli bir role sahip olduklarını bilerek sorumluluk almaları gerektiğini söylemiştir. Tasarımcıların etik meseleleri dikkate alır ve ahlaki değerlerini korumaya çabalarlarsa, tasarımın önemli bir iletişim ve sosyal değişim olanağı sağlayan bir endüstri haline gelebileceğine vurgu yapmıştır.

Bunun yanı sıra grafik tasarımda etik üzerine bir takım özel girişimler de bulunmaktadır. Bunlardan biri www.starvingforethics.com adresinden görüleceği üzere, Singapur’da hayata geçirilen bir öğrenci projesidir. Uluslararası geçerliği olan Icograda gibi kurumların etik kodları yanı sıra tasarıma değer veren bazı ülkelerinde kendilerine ait etik kodlar geliştirdiği ve girişimler başlattığı görülmektedir.

Grafik tasarımda etiği sürdürülebilirlik çerçevesinden ele alan Peter Claver Fine (2012), kitabında, tasarımcının günümüz tüketim çağındaki önemini açıklayarak daha insani bir dünya için görevlerini ve sorumluluklarını tartışmıştır. Kitabında, grafik tasarım mesleğinin anlamına yönelik tarihsel dizgede açıklamalar yapan Fine, sanayi devrimi öncesi ve sonrası grafik tasarımda öne çıkan değerlere, grafik tasarımın üretim ve tüketimdeki rolüne, teknolojiyle birlikte grafik tasarımın dönüşümlerine de açıklık getirmiştir. Aynı zamanda farklı tasarım okullarında görev yapan ve sürdürülebilirlik konusuyla ilgili eğitim veren akademisyenlere ve uygulamış oldukları projelere de kitabında yer vermiştir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, katılımcılar, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırma Modeli

Grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin grafik tasarımın sorumluluk alanları ve etik ilkelerine ilişkin farkındalıklarını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim deseni kullanılmıştır. Creswell (1998, s.51)'e göre olgu bilim çalışması, “bireylerin yaşantılarındaki bir kavram ya da olguya ilişkin algılarının incelenmesidir” Bu algılar, “farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır” (Cropley, 2002 Akt. Büyüköztürk vd. 2015, s.20). Olgular, yaşadığımız dünyadaki olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler, kavramlar ve durumlar gibi çeşitli biçimlerde karşımıza çıkabilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2008). Bu çalışmada incelenen olgu güzel sanatlar fakültesi grafik tasarımı öğrencilerinin grafik tasarımın sorumluluk alanları ve etik ilkelerine ilişkin farkındalıkları/algılarıdır.

3.2. Katılımcılar

Olgubilim araştırmalarında, ortak bir anlam oluşturmaya yönelik, söz konusu olguyu deneyimlemiş bireyler arasından dikkatli bir seçim yapılmalıdır (Creswell, 2007). Bu doğrultuda, katılımcıların belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, örneklemden evrene genelleme yapmak yerine, önemli durumları anlamak ve aydınlatmak için bilgi açısından zengin durumları derinliği ve ayrıntısıyla incelemektir (Patton, 2002). Ölçüt örnekleme ise, belli ölçütleri sağlayan durumları seçmek olarak tanımlanmaktadır (Patton, 2002). Bu yaklaşıma göre araştırmacı, araştırma sorusunu yanıtlamak amacıyla en doğru örnekleme seçmede aktif olarak hareket eder (Marshall, 1996). Bu çalışmada, ölçüt katılımcıların güzel sanatlar fakültesi grafik tasarımı bölümü dördünü sınıfında öğrenim görüyor olmalarıdır. Araştırmanın çalışma grubunu, Türkiye'nin farklı bölgelerinde (Akdeniz Bölgesi, Ege Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Marmara Bölgesi) yer alan beş devlet üniversitesinin güzel

sanatlar fakültesi, grafik tasarımı bölümü dördüncü sınıf öğrencileri arasından rastgele seçilmiş öğrenciler oluşturmaktadır. Her üniversiteden beş öğrenci olmak üzere toplam yirmi beş öğrenci görüşmeye katılmıştır.

3.3. Verilerin Toplanması

Olgubilim araştırmalarında, başlıca veri toplama aracı olarak görüşmelerin yer aldığı belirtilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2008). Araştırma verilerinin toplanmasında belirli bir araştırma konusu veya bir soru hakkında derinlemesine bilgi sağlayan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme en az iki kişi arasında sözlü olarak yapılan bir iletişimdir (Büyüköztürk vd. 2015, s.150). Görüşmecinin görüşme yapılan kişiye yüz yüze ya da telefon üzerinden bir takım sorular sorması yoluyla yürütülür (Christensen vd., 2015). Bu amaçla araştırmacı tarafından yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, hem sabit seçenekli cevaplamayı hem de ilgili alanda derinlemesine gidebilmeyi sağlar. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde analizlerin kolaylığı, görüşülen kişiye kendini ifade etme imkanı verme, gerektiğinde derinlemesine bilgi sağlama gibi avantajlara sahiptir (Büyüköztürk vd. 2015, s.150). Yarı yapılandırılmış görüşmeler yanıtlayıcıların özgün yanıtlarını belirlenmek için tasarlanmış bir dizi biçimsel sorudan oluşurken, sonrasında benzeyen ve karşılaştırılabilen bilgiyi elde etmede kullanılmaktadır (Fraenkel & Wallen, 2006).

Bu araştırmada grafik tasarımı öğrencilerinin, bir grafik tasarımcıda olması geren etik niteliklere ilişkin görüşlerini, bu nitelikler bağlamında alanın etik ilkelerine yönelik algılarını belirlemek amacıyla bir yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan bu form iki uzman tarafından tarafından incelenmiştir. Uzmanların görüş ve önerileri doğrultusunda forma son hali verilmiştir. Görüşme formunun hazırlanması için öncelikle, etik, meslek etikleri, tasarım etiği, grafik tasarım etiği ve ilkeleri konusunda yerli ve yabancı literatür incelenmiş, yayınlanan manifestolar, saygın ve etkin kurumların yayınları derlenmiş ve grafik tasarımcının sorumluluk alanları ve bu alanlarda öne çıkan etik sorunlar ve etik yaklaşımlar belirlenmiştir. Bu bilgiler ışığında “Etik kavramına ilişkin görüşler”, “grafik tasarımında etik kavramına ilişkin görüşler”, “grafik tasarımın sorumluluk alanlarına ilişkin görüşler”, ve “grafik tasarımında etik eğitime ilişkin görüşler” olarak dört *ana tema* oluşturulmuştur. “grafik tasarımın sorumluluk alanlarına ilişkin görüşler” altında “mesleğe karşı sorumluluklar”, “meslektaşlara karşı sorumluluklar”, “müşteriye karşı sorumluluklar”, “tüketiciye karşı sorumluluklar”,

“topluma karşı sorumluluklar”, “çevreye karşı sorumluluklar” olarak altı *alt tema* belirlenmiştir.

Görüşme formunun ön uygulaması on grafik tasarım öğrencisiyle yapılmış, uzman görüşleri alınarak yeniden hazırlanmıştır.

Ek-2’de sunulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak beş üniversitenin güzel sanatlar fakültesi grafik tasarımı bölümü dördüncü sınıf öğrencilerinden rastgele seçilen beşer öğrenci olmak üzere toplamda yirmi beş katılımcı ile görüşme yapılmıştır.

Araştırma verileri 12.12.2016 ile 30.12.2016 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasına yönelik yapılan yarı-yapılandırılmış görüşmeler amacıyla araştırmacı, katılımcıların öğrenim gördükleri fakültelerde uygun olan mekanlarda, katılımcılardan randevu alarak katılımcılara uygun zaman dilimlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmelere yönelik veri kaybı yaşamamak amacıyla, görüşmeler ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler ortalama 35 dakika sürmüştür. Katılımcılara araştırmanın amacına yönelik bilgi verilmiş ve görüşmelerin ses kayıt cihazıyla kaydedileceği belirtilerek izin alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma nitel bir çalışmadır ve veriler içerik analizi yapılarak elde edilmiştir. Bir veriye ait modelleri, temaları ve kategorileri keşfetmeyi içeren içerik analizinde (Patton, 2002) verilerin kavramsallaştırılması ile olguyu tanımlayabilecek temaların belirlenmesi yer almaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008). İçerik analizi elde edilen verilerin daha yakından incelenmesini ve bu verileri açıklayan kavram ve temalara ulaşılmasını gerektirir. (Yıldırım & Şimşek, 2008: 89). İçerik analizi yoluyla veriler tanımlanmaya çalışılır; birbirine benzediği ve birbiri ile ilişkisi olduğu tespit edilen veriler belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek yorumlanır. İçerik analiziyle katılımcıların görüşlerinin içerikleri sistematik olarak tanımlanmaktadır (Altunışık ve diğerleri, 2010, Akt. Karataş, 2015, s.70).

Verilerin analiz sürecinde, öncelikle, görüşmelerde kullanılan ses kayıtlarının dökümü yapılmış ve bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiş, farklı kişilerce gözden geçirilmiştir. Analizlerde her öğrenciye Ö1, Ö2, Ö3..... gibi kodlar verilmiş, öğrencilerin gerçek isimleri yerine kod isimler kullanılmıştır.

Veri analizinde Nvivo 10 paket programında bulunan modeller kullanılmış ancak dağılım şemaları araştırmacının tasarımına göre hazırlanmıştır. Oluşturulan kodlar ve temalarla ilgili uzman görüşüne başvurulmuş ve toplam yirmi beş görüşme formu bir kez

daha gözden geçirilmiştir. Ortak ve farklı görüşler için Miles ve Huberman (1994) güvenilirlik yüzdesi kullanılmıştır. İki kodlayıcı arasındaki tutarlılık yüzdesi %85 olarak bulunmuş ve dağılımlar şekillendirilmiştir. Frekans değerleri son dağılıma göre hesaplanmıştır.

3.4.1. Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları

Çalışmaların değerlendirilmesi, bulguların uygulanmasının vazgeçilmez bir ön şartıdır ve böyle bir değerlendirme, geleneksel olarak, güvenilirlik ve geçerliğin değerlendirilmesine yönelik olarak yapılmaktadır (Long & Johnson, 2000). Yine, Noble ve Smith de (2015), bulguların güvenilirliğini değerlendirmek için, araştırmacıların ve alan uzmanlarının yapılan araştırmaların uygulanması ve uygunluğuna ve sonuçların bütünlüğüne ilişkin olarak araştırmanın "sağlamlığı" hakkında karar vermeleri gerektiğini belirtmektedirler. Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliğe yönelik pek çok bakış açısı mevcuttur ve Creswell, (2013), nitel araştırmalarda en az iki yola başvurusunu önermektedir. Bu doğrultuda çalışmada başvuru alan geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları aşağıda açıklanmıştır:

- *Uzman İncelemesi:* Uzman incelemesi, alanda çalışanlardan veya uzmanlardan verileri incelemelerini ve ortaya çıkan bulguların akla yatkınlığı konusunda yorum yapmalarını istemek olarak tanımlanmaktadır (Merriam, 1995). Analiz kalitesini değerlendirmek için uzmanları kullanmayı veya dış geçerliğin kazancının özellikle yüksek olduğu bir meta değerlendirme veya süreç denetimi gerçekleştirmeyi içermektedir ve lisansüstü öğrencilere yönelik tez danışmanının ve tez komitesinin analizleri gözden geçirmesiyle sağlanabileceği belirtilmektedir (Patton, 2002). Bu doğrultuda, araştırma verilerinin analizi tez danışmanı ile ayrıntılı olarak incelenmiş, tez danışmanının önerileri doğrultusunda düzenlemeler yapılmıştır. Yine verilerin kodlanmasında ve temaların oluşturulmasında, nitel araştırmaya yönelik çalışmalar yapan bir uzmanın görüşleri de alınmıştır.
- *Ayrıntılı Betimleme ve Raporlaştırma:* Ayrıntılı betimleme, ham verilerden oluşturulan kod ve temalara göre yeniden düzenlenmiş bir şekilde okuyucuya yorum katmadan ve verinin doğasına mümkün olduğu kadar sadık kalınarak aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008). Bu doğrultuda, çalışmada veriler ayrıntılı olarak betimlenmeye çalışılmış, okuyucunun zihninde daha iyi canlandırmasına yönelik olarak hazırlanmaya çalışılmıştır.

- *Temsil Edilebilirliği Kontrol Etme:* Miles ve Huberman (1994) tarafından ortaya atılan bu stratejide, araştırmada yer alan katılımcıların yani örneklemin seçiminde kolay ulaşılabilir ve kolay iletişime geçilebilir bireylere ulaşmak yerine temsil eden katılımcılarla örneklemini oluşturma önerilmektedir. Yine, Merriam (1995) de, incelenen olguya yönelik her biri araştırmaya dahil edilebilecek çok sayıda bileşene ulaşılmasını önermektedir. Bu doğrultuda, araştırmacının katılımcılarının seçiminde beş farklı üniversiteye ulaşılmış ve temsil etme derecesinin bu şekilde arttırılabileceği düşünülmüştür. Yine bu stratejiye yönelik olarak amaçlı örneklemeyle başvurulmuştur.
- *Araştırmacı Etiklerini Kontrol Etme:* Miles ve Huberman (1994) tarafından önerilen bu stratejide, araştırmacının amacının, bilgi için açık olmamasına dikkat edilmesine yani ‘neden orada, ne dersin, nasıl bilgi toplayacaksın, onunla ne yapacaksın’ sorularına yönelik bilgi vermeye ve çalışma verilerini bir uzmana gösterme önerilmektedir. Bu duruma yönelik olarak, katılımcılara çalışma hakkında, onları yönlendirmeyecek şekilde, bilgiler verilmiştir. Yine bu doğrultuda, biri tez danışmanı biri ise nitel araştırma uzmanı olmak üzere iki uzmandan görüş ve öneriler alınmış ve düzenlemeler yapılmıştır.

3.4.2. Araştırmada Alınan Etik Önlemler

Bogdan ve Biklen (2007), insanların konu olarak alındığı çalışmalarda etik konusuna yönelik dikkat edilmesi gereken iki geleneksel uygulamanın olduğunu belirtmişlerdir: (1) Bireylerin araştırmaya gönüllü olarak katılmaları ile katılımcıların araştırmanın doğası ve karşılaşabilecekleri olumsuz durumlar ve zorunluluklar konusunda bilgilendirilmeleri; (2) Katılımcıların elde edecekleri kazanımlardan daha büyük riske maruz kalmamaları. Bu doğrultuda, belirtilen iki etik önlem de dikkate alınmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin seçiminde, gönüllülük ilkesi göz önünde bulundurulmuştur. Bu doğrultuda, katılımcıların araştırmaya gönüllü olarak katıldıkları teyit edilmiş, ses kayıt cihazı kullanılmasına izin verip vermedikleri sorulmuş ve katılımcılara araştırmanın amacına yönelik bilgi verilmiştir. Katılımcılara dilerlerse görüşmelere son verebilecekleri de belirtilmiştir. Araştırma raporunun yazımında ise, katılımcıların öğrenim gördükleri okullara ve isimlerine yer verilmemiş, katılımcılara kodlar verilmiştir.

BÖLÜM IV

BULGULAR

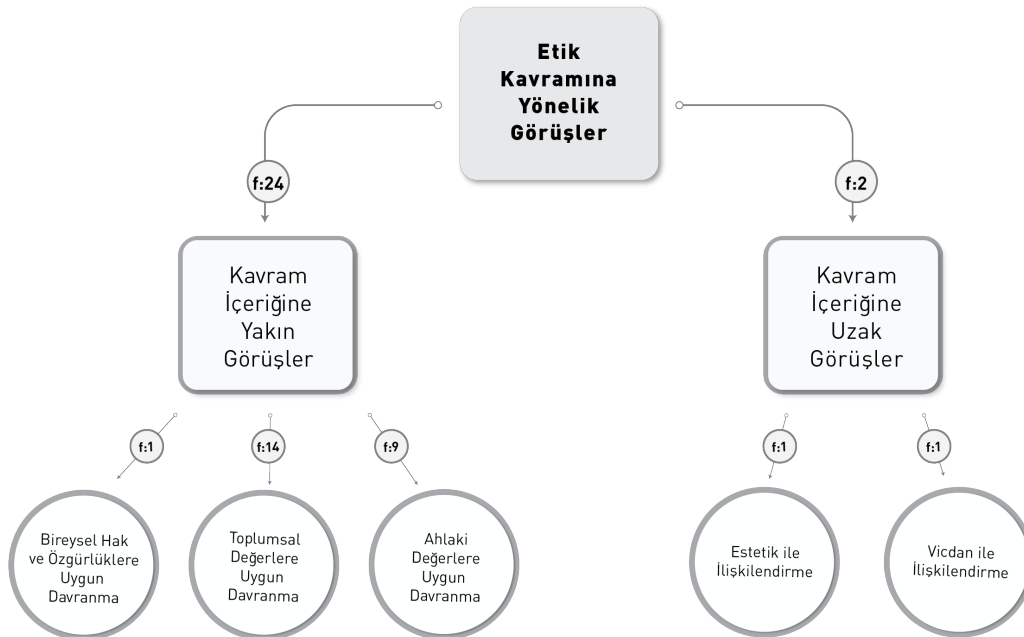
Bu bölümde araştırmanın alt amaçlarına ilişkin bulgulara ve bunlara yönelik açıklamalara yer verilmiştir.

4.1. Bulgular

Bu bölümde grafik tasarımı öğrencilerinin etik, grafik tasarımda etik, etik eğimi, grafik tasarımcının mesleğe, meslektaşlarına, müşteriye, tüketiciye, topluma ve çevreye karşı sorumluluklarına ilişkin düşüncelerine ve grafik tasarımı eğitiminde etik dersine ilişkin görüşlerine yer verilmiştir. Katılımcıların görüşleri temalar altında sunulmuştur.

4.1.1. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Etik Kavramına Yönelik Görüşleri

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde araştırmanın ana problemine ilişkin düşünce sürecini şekillendireceği ve açılım sağlayacağı varsayımıyla ilk olarak “*Etik nedir? Etik hakkında neler söyleyebilirsiniz?*” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin dile getirdikleri görüşler “kavram içeriğine yakın” ve “kavram içeriğine uzak” görüşler olarak iki tema altında toplanmıştır. Öğrenci görüşleri Şekil 5’te görselleştirilmiştir.



Şekil 5. Etik kavramına yönelik görüşler

Şekil 5’te görüldüğü gibi, öğrenciler büyük oranda kavramsal içeriğe yakın görüşler belirtmişlerdir (f:24). Bu tema altında “toplumsal değerlere uygun davranma (f:14)” en çok belirtilen nitelik olarak görülmektedir.

Örneğin (Ö25) *“Etik, toplumsal değerlere göre şekillenir. Bu kişiden kişiye de değişebilir ama toplumsal bir etik değeri vardır her ülkenin. Etik genel anlamda toplumsal değerdir”* diyerek toplumsal uzlaşmayı bir etik nitelik olarak dile getirmiştir.

(Ö23) ise *“Etik biraz da insanın mesleki veya kendi yaşantısı açısından başkalarını rencide etmeyecek veya başkalarının haklarını ihlal etmeyecek şekilde yaşantısını devam ettirmesidir”* diyerek bireysel hak ve özgürlüklere saygıyı etikle ilişkilendirmiştir.

“Ahlaki değerlere uygun davranma (f:9)” aynı tema altında belirtilen bir diğer niteliktir. Buna ilişkin Ö18,

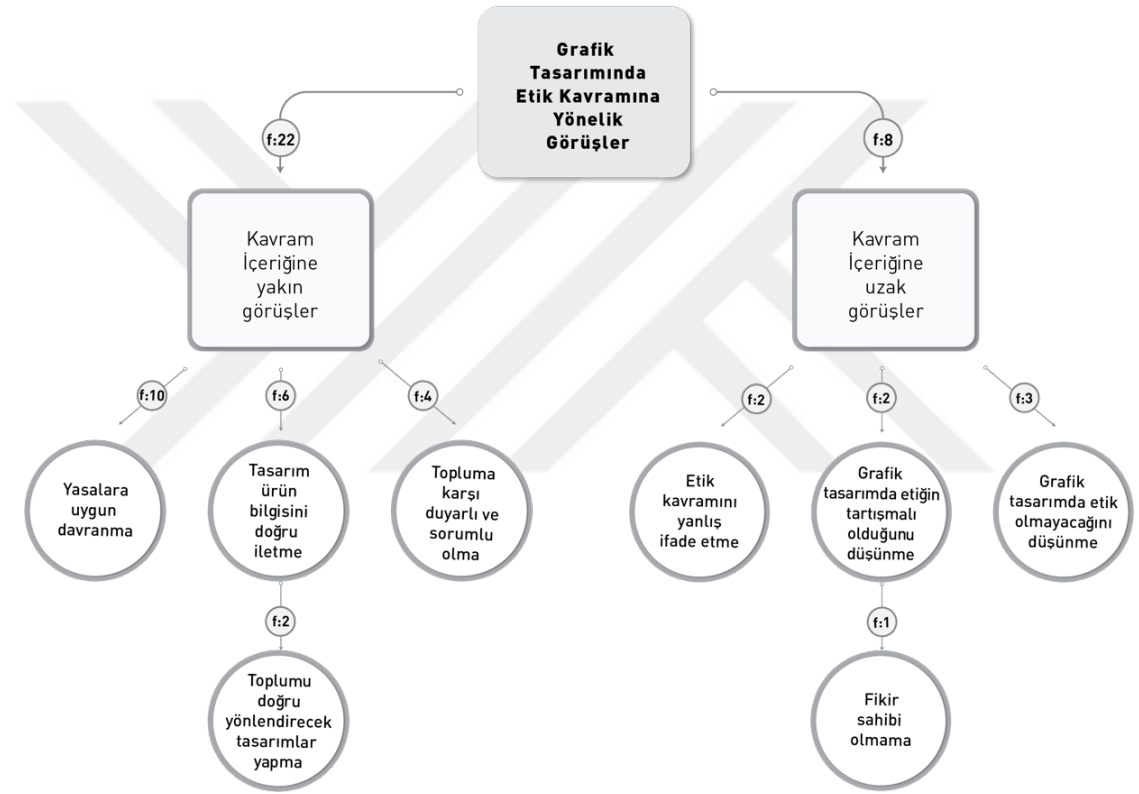
“Etik bana göre, ahlaken düşündüğüm şeylere uyan şeylerdir. Doğru veya yanlış kavramlar da girebilir bunun içine. Etik deyince aklıma gelen, yalan söylemek veya söylememek gibi şeyler”(Ö18) diyerek davranışlarımızın ahlakiliğini kişisel bir sorumluluk olarak ifade etmiştir.

Analizler sonucu ulaşılan diğer bir tema ise “kavram içerine uzak görüşler (f:2)” dir. Bu tema altında “estetikle ilişkilendirme (f:1)”, ile “vicdan ile ilişkilendirme (f:1)” çok az belirtilen nitelikler olmuştur. Ö15 görüşlerini şu sözlerle dile getirmiştir:

“Etik, okulda öğrendiğimiz kadarıyla, benim öğrendiğim kadarıyla estetikle bir ilişkisi var. Estetik kavramıyla bağlantılı. Bunun dışında pek söyleyebileceğim bir şey yok aslında.”(Ö15)

4.1.2. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Grafik Tasarımda Etik Kavramına Yönelik Görüşleri

Etik kavramı ile ilgili görüşleri alınan katılımcılara ikinci olarak “*Grafik tasarımda etik nedir?*” sorusu yöneltilmiş ve öğrencilerin grafik tasarımda etik kavramına yönelik düşünceleri incelenmiştir. Şekil 6’da görüldüğü üzere, katılımcıların grafik tasarımda etik kavramına yönelik görüşleri; “içeriğe yakın görüşler (f:22)” ve “içeriğe uzak görüşler (f:8)” olmak üzere iki tema altında toplanmıştır.



Şekil 6. Grafik tasarımda etik kavramına yönelik görüşler

Katılımcılar “kavram içeriğine yakın görüşler (f:22)” teması altında “yasalara uygun davranma (f:10), tasarım ürün bilgisini doğru iletme (f:6)”, “topluma karşı duyarlı ve sorumlu olma (f:4)”, “toplumu doğru yönlendirecek tasarımlar yapma (f:2)” içerikleri vurgulamışlardır. Kavram içeriğine yakın görüşler teması kapsamında çoğu katılımcının görüşlerinin “yasalara uygun davranma (f:10)” kodu altında toplandığı görülmektedir. Bu konuya yönelik görüşlerini aktaran Ö18, tasarımda intihali şu ifadeler ile eleştirmiştir.

“Bizde genelde şu oluyor, mesela bir konu veriliyor, bu konuyu araştırmak için arkadaşlarımız araştırmalar yapıyorlar. Bazısı esinlenme yapıyor gördüğü işlerden, bazısı direk kopyalayıp kendine çevirip aynı işi getiriyor. Ben bunu etik görmüyorum. Yani grafik tasarımda benim etiğim, çalıntı iş olmamasıdır.” (Ö18)

Aynı tema altında belirtilen diğer sorumluluk “tasarım, ürün bilgisini doğru iletmelidir (f:6)” olmuştur. Ö24, tasarımcıların ürün mesajını aktarma ile ilgili görüşünü aşağıdaki sözleri ifade etmektedir:

“Türkiye için genellikle müşteri ne derse o oluyor modu oluyor. Sana senin işine ters, mesela biz daha çok yalan değil, güzel sanatlar fakültesi bizim amacımız bir şeyler yaratmak, sevdiğimiz bir şeyleri yaratmak ama Türkiye şartlarında ya da kimi zaman yurtdışı şartlarında da müşterinin ya da istek yapan kişinin, onun isteğine bağlı kalmak zorunda kalıyorsunuz, ne kadar kötü olursa olsun, sana zıt bir şey yapmak da zorunda kalıyorsun ama bu da sanırım grafik tasarımın ayrı bir etiği, içinde barındırıyor, her ne kadar bizim hoşumuza gitmese de. Çünkü insan ilişkisi burada bunu gerektiriyor biraz da.” (Ö24)

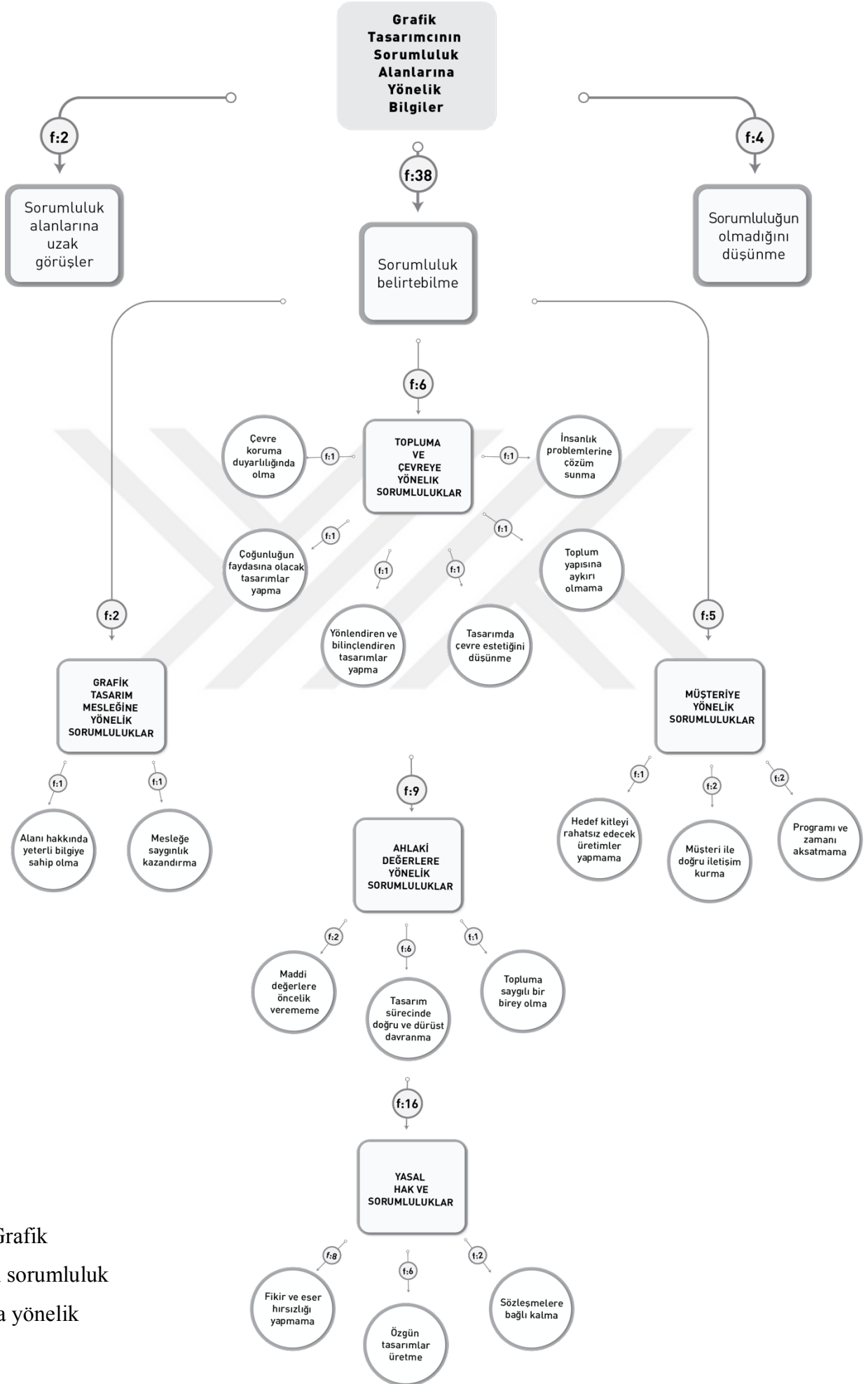
“Kavram içeriğine uzak görüşler (f:8)”, teması altında “etik kavramını yanlış algılama (f:2)”, “grafik tasarımda etiğin tartışmalı olduğunu düşünme (f:2)”, “grafik tasarımda etik olmayacağını düşünme (f:3)”, “fikir sahibi olmama (f:1)” gibi yaklaşımlar belirlenmiştir.

Katılımcılar tarafından kavram içeriğine uzak görüşler temasına yönelik yalnızca sekiz görüş belirtilmiştir. Görüş belirten katılımcılardan Ö22, grafik tasarımda etiğin tartışmalı bir konu olduğunu aşağıda sunulduğu şekliyle açıklamıştır:

“Şu an bence grafik tasarımda veya tasarımın genel anlamda etiği ona yükleyemeyiz. Şöyle, ben bir belgeselde izlemiştim, bilinçaltıyla alakalı dünyanın en iyi iki tane grafikerini alıyorlar. Kurgulanmış bir yoldan beri getiriyorlar, yollar insanlar hepsi kurgulu bir şekilde, belli bir yerden, ofislerinden iş yapacakları yere getiriliyorlar. Ondan sonra bir tane logo istiyorlar, bir tane galiba hayvanat bahçesinin açılış logosunu istiyorlardı. Adamlar dünyanın en iyisi ama yaptıkları logo o yolun üstüne geçtikleri şeyde vardı.” (Ö22)

4.1.3. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Grafik Tasarımın Sorumluluk Alanlarına Yönelik Görüşleri

“Grafik tasarımda etik” kavramına ilişkin görüşleri alınan katılımcılara, “*Grafik tasarımın sorumluluk alanları nelerdir?*” sorusu yöneltilmiş ve katılımcıların grafik tasarımda sorumluluk alanlarına yönelik düşünceleri Şekil 7’de sunulmuştur. Veriler “sorumluluk alanlarına uzak görüşler (f:2)”, “sorumluluğun olmadığını düşünme (f:4)”, “sorumluluklar belirtebilme (f:38)” olarak üç ana temada ayrıştırılmıştır. Araştırmanın ana problemi olan ve katılımcıların grafik tasarımının etik ilkelerine yönelik farkındalıklarını önemli düzeyde ortaya çıkarabileceği düşünülen “sorumluluk belirtebilme (f:38)” ana teması altında “topluma ve çevreye yönelik sorumluluklar (f:6)”, “grafik tasarım mesleğine yönelik sorumluluklar (f:2)”, “müşteriye yönelik sorumluluklar (f:5)”, “ahlaki değerlere yönelik sorumluluklar (f:9)” ve “yasal hak ve sorumluluklar (f:16)” olmak üzere beş alt tema belirlenmiştir.



Şekil 7. Grafik tasarımın sorumluluk alanlarına yönelik görüşler

“Sorumluluk belirtebilme” ana teması altında katılımcılar en çok “yasal hak ve sorumluluklara yönelik ilkeler (f:16)” alt temasını oluşturacak görüşleri dile getirmişlerdir. Bu görüşler, “özgün tasarımlar üretme (f:6)”, “fikir ve eser hırsızlığı yapmama (f:8)”, “sözleşmelere bağlı kalma (f:2)” olarak kodlanmıştır.

Katılımcılar tarafından yasal hak ve sorumluluklara yönelik en çok vurgulanan görüş, “fikir ve eser hırsızlığı yapmama (f:8)” olmuştur. Katılımcılardan Ö8 ve Ö24; intihale yönelik tutumlarını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Esinlenmek ya da çalmak bu da kesinlikle etik bir davranış değil çünkü kendi gördüğü örnekler tahayyülünde şu an herkes kendince pinterest tasarımcısı, yani baktığımda herkes ve her şey pinterest bu da bence kesinlikle etik olmayan bir davranış.” (Ö8)

“O işte dediğim gibi esinlenme ve kopyacılığa doğru, şöyle diyebilirim; bir şeyi yüzde 100 kullanmak zaten iyi bir iş yaptığın anlamına gelmez, kopya zaten oluyor, copy-paste yani başka bir şey değil ve bu hiç etik değil. Sen bunu okuyorsun, ve ondan zevk almak için senin bir şeyler yaratman gerekir.” (Ö24)

“Maddi değerlere öncelik vermeme (f:2)”, “topluma saygılı bir birey olma (f:1)”, “tasarım sürecinde doğru ve dürüst davranma (f:6)” ayrıştırması “ahlaki değerlere yönelik ilkeler” alt tema kapsamında dile getirilen görüşlerden oluşturulmuştur. Bu kapsamda en çok vurgulanan görüşler “tasarım sürecinde doğru ve dürüst davranmak (f:6)” ile ilgilidir. Ö9, görüşlerini şu sözlerle açıklamıştır:

“Müşterinin tasarımcıya olan dürüstlüğü, tasarımcının müşteriye olması gereken dürüstlüğü etik kuralları içinde bence...” (Ö9)

Topluma ve çevreye yönelik sorumluluklar alt tema kapsamında, “çevreyi koruma duyarlılığında olma (f:1)”, “çoğunluğun faydasına olacak tasarımlar yapma (f:1)”, “insanlık problemlerine çözüm sunma (f:1)”, “yönlendirici ve bilinçlendirici tasarımlar yapma (f:1)”, “tasarımda çevre estetiğini düşünme (f:1)”, “toplum yapısına aykırı olmama (f:1)” kodları yer almaktadır. İnsanların problemlerine çözüm sunma niteliğine yönelik Ö5 görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Bu problemde insanların bu problemi çözmesine yardımcı olacak her türlü üretim bence yine sanat değeri taşır ve yine bir ilke olarak görülebilir. Yani insanların bu en temel problemine değinmek de bence bir ilke olabilir.” (Ö5)

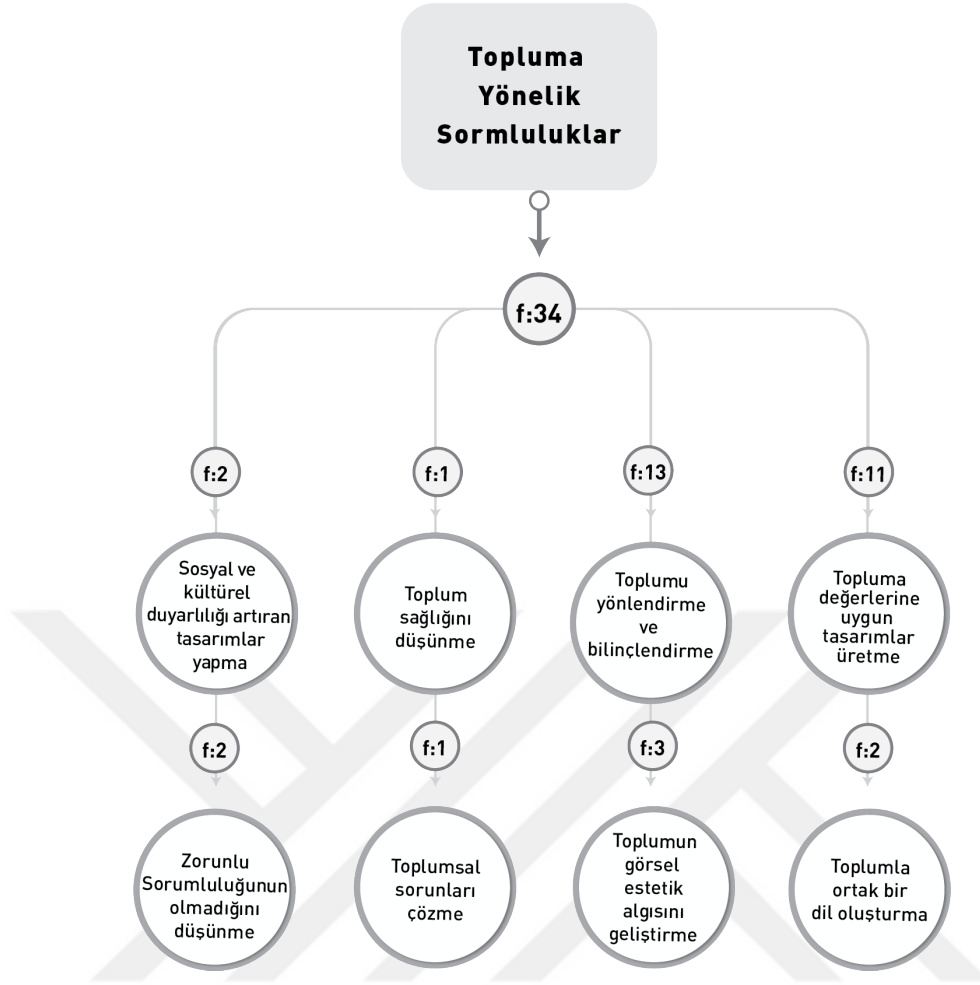
Grafik tasarım mesleğine yönelik sorumluluklar alt teması ise “alanı hakkında yeterli bilgiye sahip olma (f:1)” ve “mesleğe saygınlık kazandırma (f:1)” nitelikleri içermektedir.

Müşteri ve hedef kitleye yönelik ilkeler alt teması kapsamında, “programı ve zamanı aksatmama (f:2)”, “müşteri ile doğru iletişim kurma (f:2)” ve “hedef kitleyi rahatsız edecek üretimler yapmama (f:1)” başlıklarında toplanan ifadeler yer almaktadır.

4.1.4. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Topluma Karşı Sorumluluklara Yönelik Görüşleri

Yukarıda ayrıntıları verilen “Grafik tasarımın sorumluluk alanları nelerdir?” sorusuna verdikleri yanıtlardan sonra, öğrencilerin grafik tasarımın sorumluluk alanlarının içeriğine yönelik düşüncelerini daha ayrıntılı analiz edebilmek amacıyla sorumluluk alanlarının ayrı ayrı konuşulmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Bu amaçla onlara bir grafik tasarımcısının topluma yönelik sorumluluklarına yönelik neler söyleyebilecekleri sorulmuştur. Bu bölümde sorumluluk alanlarından birisi olan “grafik tasarımın topluma karşı sorumlulukları” hakkındaki düşünceleri incelenmiştir.

Şekil 8’de görülebileceği gibi katılımcıların belirtmiş olduğu 34 görüş içinden 8 farklı içerik kodlanmıştır.



Şekil 8. Topluma karşı sorumluluklarına yönelik görüşler

Topluma yönelik sorumluluklar temasında, katılımcılar tarafından en çok vurgulanan görüş “toplumu yönlendirme ve bilinçlendirme (f:13)” olarak kodlanmıştır. Katılımcılardan Ö18 ve Ö8 grafik tasarımcıların topluma karşı olan sorumluluklarını şu sözlerle yorumlamıştır:

“Reklamcılar çoğu kez reklamın iyisi kötüsü olmaz diye düşünürler fakat bizim sanatçı yönümüz de var. Sanatçılar toplumu iyi yönlendirmeleri gerekmektedir, o yüzden grafik tasarımcılar da bunu düşünerek iş almalı. Ona göre tasarımlar yapmalı diye düşünüyorum.” (Ö18)

“Grafik tasarımcı burada mesajı veren, mesajı nasıl ileteceğini tasarlayan kişi olduğu için, mesajın içeriği ve toplumu yönlendireceği yol olduğu için doğal olarak bu büyük bir sorumluluk. İnsanların düşüncelerini etkilemeye çalışıyoruz, bir

şeylere karar vermelerini sağlamaya çalışıyoruz. Direkt hayat kararları vermesini istiyoruz insanların, çok büyük kararlara da yönlendirebiliyoruz, o da çok büyük bir sorumluluk o insanlara karşı.” (Ö8)

Katılımcıların görüşlerinin yoğunluk oluşturmaları açısından dikkat çeken diğer bir yaklaşım “toplum değerlerine uygun ve işlevsel tasarım üretme (f:7)” olarak kodlanmıştır. “Tasarım üretimlerinde etnik ayrımcılık yapmama (f:4), “toplumun görsel estetik algısını geliştirme (f:3)”, “sosyal ve kültürel duyarlılığı artıran tasarımlar yapma (f:2)” ve “toplumla ortak bir dil oluşturma (f:2)”, “toplumsal sorunları çözme (f:1)”, “toplumun sağlığını düşünme (f:1)” kodlamaları, toplum ve insanlığın geleceğine yönelik görüşler arasında yer almaktadır. Toplum değerleri ile ilgili olarak Ö11, görüşlerini şu sözlerle dile getirmiştir.

“Aklıma ilk söylediğim şeyden örnekler geliyor yaptığımız bir afişte cinsiyetçi veya ırkçı bir söylem olabilir. Onu kullanmamak uyarmamak iş yaptığımız kişiyi ya bunlarda sorumluluk içerisinde olabilir. Böyle bu çeşit söylemler kullanan birisi işini yaptıracak tasarımcı bulamadığı zaman aslında onu söyleyemeyecek bir o açıdan bütün tasarımcılar böyle kişisel bir tutum izlerlerse belki bu tarz şeylerden arındırabiliriz.” (Ö11)

Katılımcılardan Ö19 ise toplumla ortak bir dil oluşturmak gerektiğini şu sözlerle açıklamıştır:

“Grafik tasarımcı olarak çalışırken mesela ben, sadece kendi zevkime göre bir tasarım oluşturabilirim aslında ama ben bunu istiyorum ki herkes tarafından beğenilsin, insanlara hitap etsin, kişisel haz da duyulsun isterim yani yapılan işlerimden. Bu yüzden benim vermek istediğim mesajı, karşıdaki alabilmeli ve ona bir fayda sağlamalı.” (Ö19)

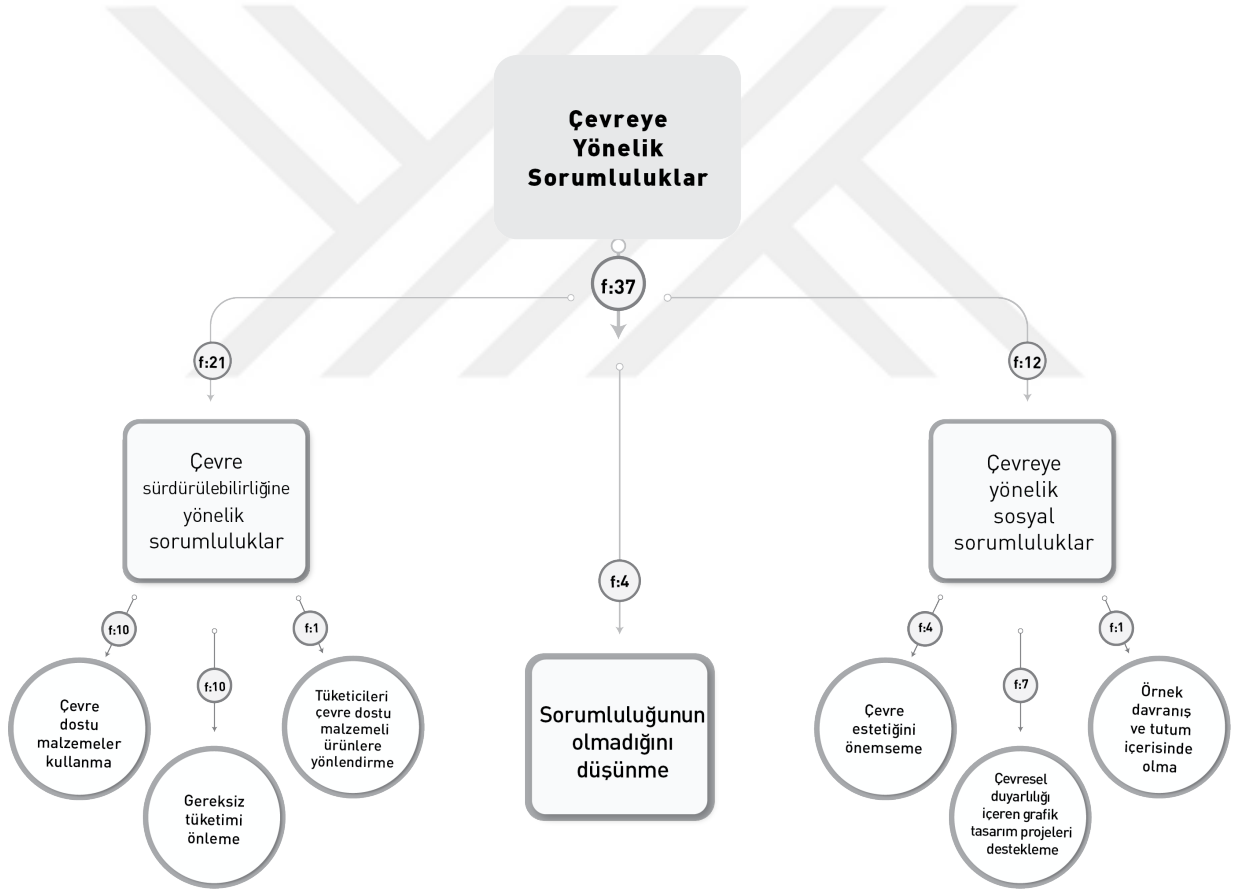
Tasarım üretimlerinde belirli bir kitleyi hedef göstererek etnik ayrımcılık yapılmaması gerektiğini söyleyen Ö23’ün ifadeleri aşağıda verilmiştir.

“Dediğim gibi, tekrar aynı yere geleceğim de dışarıda birçok kitle var, herkes bir şeyi savunabiliyor, belli zümreler var, kitleler var, azınlıklar var. Bir grafik

tasarımcının bunları kesinlikle rahatsız edici bir iş yapmasını ben doğru bulmuyorum. Belli bir zümreyi hedef göstermesini doğru bulmuyorum.” (Ö23)

4.1.5. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Çevreye Karşı Sorumluluklara Yönelik Görüşleri

Bu bölümde grafik tasarımcısının sorumluluk alanlarından “çevreye yönelik sorumlulukları” hakkında öğrencilerin görüşleri incelenmiştir. Dile getirilen 37 görüş, Şekil 9’da görülebileceği gibi, “çevrenin sürdürülebilirliğine yönelik bireysel sorumluluklar (f:21)”, “çevreye yönelik sosyal sorumluluklar (f:12)” ve “sorumluluğunun olmadığını düşünme (f:4)” temaları altında toplanmıştır.



Şekil 9. Çevreye karşı sorumluluklara yönelik görüşler

Şekil 9’da görüldüğü gibi “çevrenin sürdürülebilirliğine yönelik sorumluluklar (f:21)”, en çok katılımcı tarafında önemi vurgulanan sorumluluk olmuştur. Bu tema altında belirtilen görüşler “çevre dostu malzemeler kullanma (f:10)”, “gereksiz tüketimi

önleme (f:10)", "tüketicileri çevre dostu ürünlere yönlendirme (f:1) olarak kodlanmıştır. Ö24, Ö8, Ö25 açıklamaları aşağıda alıntılanmıştır.

"Mesela şöyle bir şey gördüm. Geçen gün, yapraklardan, plastik tabak kullanıyoruz ya piknik için, yapraklardan direk tabak üretiyorlar. Böylece doğaya atıldığı zaman rahatlıkla çürüyebilir ve hatta toprağın işine gelecek minerallere dönüşebilir. Bu mesela daha çok grafik tasarımcının bir işi, bir reklam ajanstan çıkma bir iş. Eğer ki yapacağımız işlerde böyle düşünecek olursak, birçok etkimiz de olacağını düşünüyorum ben doğal olarak." (Ö24)

"Teknik açıdan yapılan tasarımlarda en basitinden bir tane kitabı tasararlarken seçeceğim yazı karakterinin boyutu, kitabın sayfa sayısını etkileyecek, sonra o kitap bilmem kaç basım basıldıktan sonra özünde senin harcayacağın kâğıt belki bir ton azalıp çoğalacak. Bu tip çok küçük detaylar bile çok büyük değişimlere sebep olabiliyor." (Ö8)

"Ürettiğimiz ürünün öncelikle üreticiyi ikna etmemiz lazım. Mesela geri dönüştürülebilecek kağıtlar gibi ya da organik mürekkep seçiminde doğaya zarar vermeyen, bu tür şeylerde önce üreticiyi bilinçlendirerek ikna edip, onları zaten ikna ettiğimizde tüketici de bunu kullanıyor." (Ö25)

Diğer bir tema olan "çevreye yönelik sosyal sorumluluklar (f:12)" altında toplanan katılımcı görüşleri; "çevre estetiğini önemseme (f:4)", "çevresel duyarlılığı içeren grafik tasarım projelerini destekleme (f:7)" ve "örnek davranış ve tutum içerisinde olma (f:1) olarak kodlanmıştır. Çevre duyarlılığı için teşvik sağlayıcı tasarım projelerinin vurgulandığı sorumluluklara yönelik olarak Ö12; görüşlerini şu sözlerle açıklamıştır:

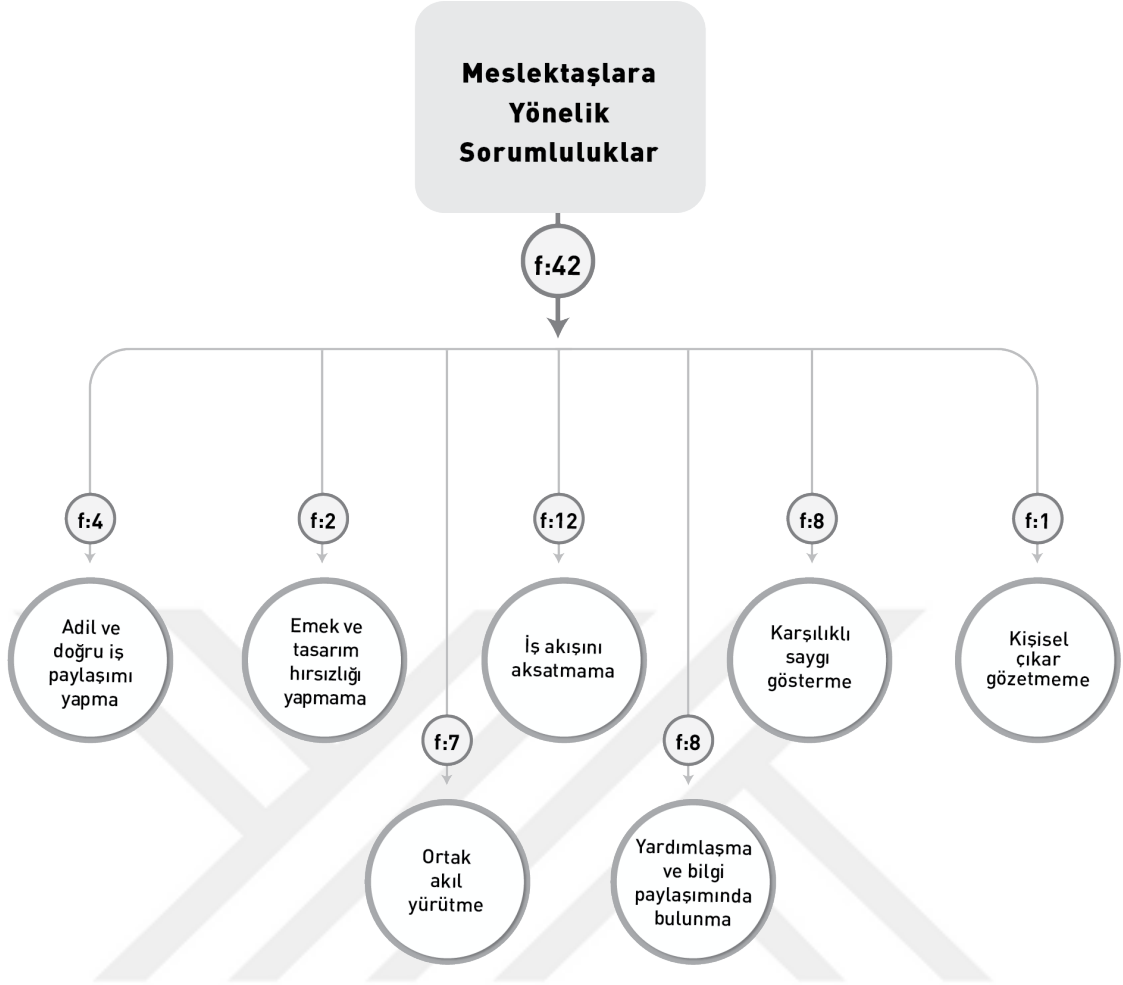
"Türkiye toplumunda bir şey olur mu geçer mi yani kabul görür mü bilmiyorum. Ama tabii ki de bizim onları düşünmemiz gerekiyor. Doğayı dedim ya insan olarak kirlletmememiz gerekiyor veya hani biz sosyal sorumluluk projeleri yaparak insanların ben daha önce yapmıştım mesela doğa ile ilgili geri dönüşümle ilgili projeler çok yaptım hani bu konuda dikkat çekmek anlamında bir sorumluluğu olabilir bir grafik tasarımcının." (Ö12)

Çoğunluğun aksine bazı öğrenciler, grafik tasarımcıların üretimlerinin yalnızca kendi iradeleri doğrultusunda gelişmediğini bu nedenle böyle bir sorumluluk taşımadıklarını söylemişlerdir. Bu görüşler “sorumluluğun olmadığını düşünme (f:4)” olarak kodlanmıştır. Bu konuda Ö6, tasarımcının endüstriye olan bağımlılığını şu sözlerle ifade etmiştir;

“Bu şimdi genelde şeyden bağımsız düşünülüyor, çok spesifik bir alan dışında herhalde sektörden bağımsız düşünemediği için o yüzden grafik tasarımcıya da pek söz hakkı düşmüyor herhalde..... Onun dışında zaten seçme şansı yok, herhalde bu çok fabrikasyon bir aksi geride kalan şeyler, işte o malzemenin doğaya karışması vs. çok endüstriyel bir alan olduğu için grafik tasarımcıyla bağlantısı yok.” (Ö6)

4.1.6. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Meslektaşlara Karşı Sorumluluklara Yönelik Görüşleri

Bu bölümde, öğrencilerin “Bir grafik tasarımcısının meslektaşlarına karşı bir sorumluluğu var mıdır, varsa neler olabilir?” sorusuna yönelik görüşleri incelenmiştir. 42 katılımcı görüşü incelendiğinde dile getirilen görüşler “adil ve doğru iş paylaşımı yapma (f:4)”, “emek ve tasarım hırsızlığı yapmama (f:2)”, “iş akışını aksatmama (f:12)”, “karşılıklı saygı gösterme (f:8)”, “kişisel çıkar gözetmeme (f:1)”, “ortak akıl yürütebilme (f:7)” ve “yardımlaşma ve bilgi paylaşımında bulunma (f:8)” şeklinde kodlanarak Şekil 10’da gösterilmiştir.



Şekil 10. Meslektaşlara karşı sorumluluklara yönelik görüşler

Katılımcılar tarafından en çok vurgulanan sorumluluğun “iş akışını aksatmama (f:12)” olduğu görülmektedir. Bu konuda Ö10, iş akışının önemini ve tasarım sürecindeki yerini şu sözlerle ifade etmiştir.

“Onları zor duruma düşürmemektir bir kere en büyük etken. Yani onun dışında sorumsuzluk etmemek, ne anlamda sorumsuzluk etmemek, atıyorum o hafta için sana bir iş verilmiştir ve zaten ben mesela şirkette çalışırken oyun şirketiymi, fark etmiyor gerçi hepsi aynı, herkes sıra sıra aşama aşama gider işler. Ben karakter tasarımıyındaydım, ben karakteri tasarladıktan sonra üç boyutlu modellemeciye giderdi, sonra animasyoncuya giderdi. Ben o hafta işimi yapmazsam o diğer iki adamda çalışamıyordu mesela. Öyle, o anlamda sorumluluk önemli bence.” (Ö10)

Dikkat çeken diğer görüşler ise, “karşılıklı saygı gösterme (f:8)” olarak kodlanan görüşlerdir. Buna ilişkin düşüncelerini belirten Ö21, çalışma ortamında saygısızlığın ve motivasyonu engelleyici durumların ne gibi sonuçlar doğurduğunu belirtmiştir:

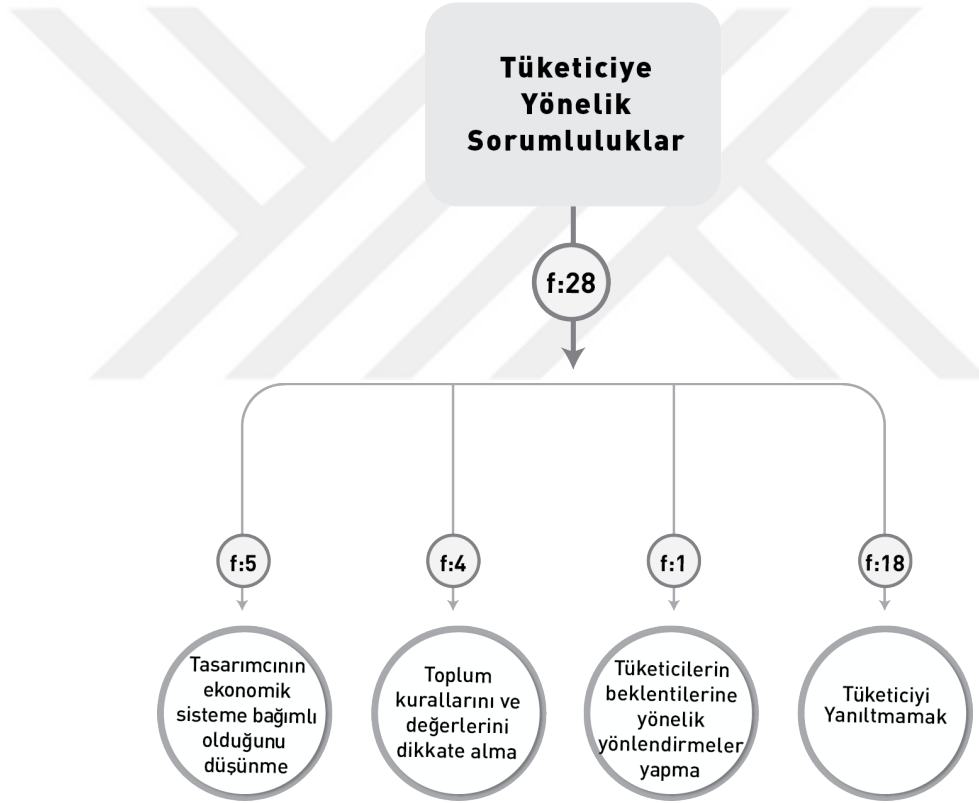
“Tabi ki özellikle diyaloga çok dikkat etmek lazım. Mesela motive düşürücü şeyler söylemek, çoğu insan üzerinde etkisiz. Bazı insanlara, hırslı insanlara motive edici şeyler söylediğiniz zaman, aksine daha fazla hırslanıyorlar, daha fazla çaba sarf ediyorlar ama genelde o diyaloga mesela dikkat etmemiz lazım.” (Ö21)

“Yardımlaşma ve bilgi paylaşımında bulunma (f:8)” kapsamında kodlanan görüşler arasından birisi olan Ö12, yardımlaşma sonucunda ortaya çıkacak tasarım ürünün daha başarılı olabileceğini gündelik hayatta bir örnekle açıklamıştır:

“Birbirine iyiliği için yardım etmesi gerekiyor birbirinden hani onu yapmış bunu yapmış gibi değil de ortaya çıkacak proje için çalışmak gerekiyor beraber yemek yapmak gibi düşünün o yemeğin lezzetli olması gibi çalışmak gibi görselin güzel olması için çalışmak.” (Ö12)

4.1.7. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Tüketicilere Karşı Sorumluluklara Yönelik Görüşleri

Bu bölümde, “Üretilen grafik tasarımların tüketicilerin kararlarını yönlendirmeye yönelik güçlü bir etkisi olduğu düşünüldüğünde, bir grafik tasarımcının dikkat etmesi gereken etik ilkeler/kurallar var mıdır? Varsa nelerdir?” sorusuna bağlı olarak açıklanan düşünceler; “tasarımcının ekonomik sisteme bağımlı olduğunu düşünme (f:5)”, “toplum kurallarını ve değerlerini dikkate alma (f:4)”, “tüketicilerin beklentilerine yönelik yönlendirmeler yapma (f:1)”, “tüketiciyi yanıltmama (f:18)”olarak kodlanmış ve Şekil 11’de gösterilmiştir.



Şekil 11. Tüketicilere karşı sorumluluklarına yönelik görüşler

Bu konuda en çok vurgu “tüketiciyi yanıltmama (f:18)” ve “doğru algı yönetimi için tasarım yapma (f:8)” kodlanan sorumluluklar olmuştur. Doğru algı yönetiminin tasarımcının kontrolü ile gerçekleştirildiğinde nasıl bir yarar sağlayacağı ile ilgili Ö8, görüşlerini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Tasarımcı tabii en kolay bir şekilde muhtemelen ama tasarımcı müşteri ve ona gelen müşteri, diyelim ki şirket ve şirketin müşterileri halk arasında duran kişi olarak, oradan oraya aktarım yapacak kişi olarak doğru olabiliyorsa şirketi belli şeylere ikna etme gücü olabilir, bunu başarır mı başaramaz mı bilmiyorum. Ama o sorumluluğu aldığı için eğer yanlış olan bir şey görüyorsa ortada, o yanlış daha az yanlış yapmak belki de tamamen doğru yapması muhtemelen kendisi olabilir ama biraz daha kontrol olduğu için elinde bir şeyleri değiştirebilir belki.” (Ö8)

Bir diğer katılımcı olan Ö14, bazı tasarımcıların bu konuda bile bile yanlış davrandıklarını vurgulayan ifadeler kullanmıştır.

“Doğru anladıysam eğer bir ürünün insanlara gitmesini sağlıyorsak ve bunun içeriğini kullanımı ve insanlara zararını yada faydasını biliyorsak bizden çıkıyorsa kötü bir ürünü iyi diye tanıtamayız. Tanıtıyor muyuz yapıyoruz ama yapmamamız gerekiyor işte bu etik olmayan bir davranış.” (Ö14)

Katılımcılardan Ö20 ise, sorumluluklarının çelişkili durumlar içerdiğini şu sözlerle belirtmiştir.

“Ama bana göre her zaman olumlu tarafa bakıp, yani iyi, gerçekten yararlı olabilecek şeylere iş yapmak isterim. Kötüleri kim alırsa alsın, o beni çok ilgilendirmez ama gidip de bir silah markası için ambalaj tasarlamam veya bir çocuk oyuncağının silah olarak ambalajını tasarlamam. Bana göre böyle etikleri var ama şöyle de bir şey var, sırf kötü diye o ambalajı yapıp da satmam, yaparım ama gene bende kalır, yapmış olurum, benim portfolyom olur sadece.” (Ö20)

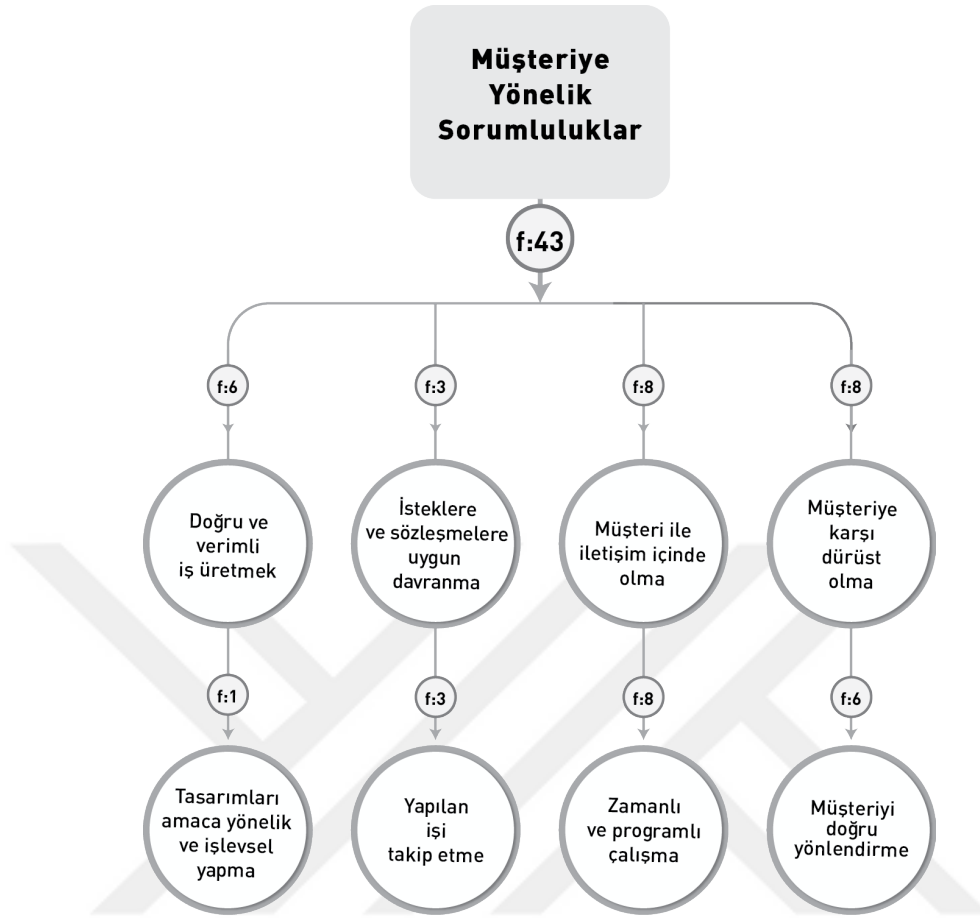
Bu araştırmada dikkat çeken diğer görüşler, “tasarımcının ekonomik sistemlere bağımlı olduğunu düşünme (f:5)” olarak kodlanan görüşlerdir. Örneğin Ö17, tasarımcının üretimlerinin sisteme bağımlı olarak gerçekleştiğini söylemiştir.

“Kapitalist sistem seni bu hale zorladığı için sen içindeki ürünün aynısının tasarımını yapmak istiyorsun belki ama sistem seni bu hale zorladığı için. Şöyle söyleyeyim, neredeyse bundan kurtulmak imkânsız, bence bizim mesleğimizin içerisinde bundan kurtulmamız imkânsız. Ne yaparsanız yapın, yaptığınız market

ürünlerinden örnek vereyim, yaptığımız bir süt ambalajı olsun, yaptığımız bir çikolata olsun, bisküvi olsun, ne olursa olsun, her zaman bence değerinden fazla gösteriliyor. Çünkü şu çok önemli bir kritik nokta, çünkü artık iyi tasarımı yapıyor olmanın kriteri gibi bir şey gibi oldu, değerinden fazla gösterince iyi tasarım yapmış oluyorsunuz gibi bir algı var bence. Onun için bundan kaçınmanın imkânsız olduğuna inanıyorum, her ne kadar bizim sanat anlayışımıza aykırı olsa bile.”
(Ö17)

4.1.8. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Müşteriye Karşı Sorumluluklara Yönelik Görüşleri

Bu bölümde “Grafik tasarımcını müşteriye karşı sorumlulukları var mıdır, varsa nelerdir?” sorusuna bağlı olarak açıklanan düşünceler: “doğru ve verimli iş üretmek (f:6)”, “isteklere ve sözleşmelere uygun davranmak (f:3)”, “müşteri ile iletişim içinde olmak (f:8)”, “müşteriye karşı dürüst olmak (f:8)”, “tasarımları amaca yönelik ve işlevsel yapmak (f:1)”, “yapılan işi takip etmek (f:3)”, “zamanlı ve programlı çalışmak (f:8)” ve “müşteriyi doğru yönlendirmek (f:6)” olarak kodlanmıştır. Öğrencilerin belirtmiş olduğu 43 görüşün kodlaması Şekil 12’de gösterilmiştir.



Şekil 12. Müşteriye karşı sorumluluklara yönelik görüşler

Bu temada öne çıkan sorumluluklar, “müşteri ile iletişim içinde olma (f:8)”, “müşteriye karşı dürüst olma (f:8)” ve “zamanlı ve programlı çalışma (f:8)” olarak kodlanan anlatımlardır. Kırk üç görüş içeren sekiz kodlamadan oluşan temada düşünceler daha çok dürüstlük, iletişim ve zamanlama kavramları etrafında toplanmıştır. Müşteriye karşı dürüst davranmak ve müşterinin aldatılmasını engellemek ile ilgili Ö11, görüşlerini şu sözlerle dile getirmiştir:

“Bazen ajanslar veya tasarımcılar freelance çalışanda müşteriye bir şey satmak adına bir kurumsal kimlik yapmıştır sana şu da lazım bu da lazım deyip onu satmaya çalışmak. Gerçekten müşterinin ihtiyacı olup olmadığını düşünmeden bunu da yapalım diye direterek yaptığı şeyler var onlar olmamalı bir cümle olarak söylersek. Fazla tasarım satmamak belki cümle olarak bu şekilde kurabiliriz. Yani

müşteriyi kandırmamak doğru söylemek kendini kandırmasına izin vermemek diyebilir buna.” (Ö11)

Ö3 ise; müşterilerin sıklıkla karşı karşıya geldiği farklı fiyat politikası hakkında konuşmuştur:

“Öncelikle yapılacak işle ilgili hani kişiye göre fiyat değil de işe göre bir fiyat belirlemesi gerekir bence . kişi zengindir daha yüksek fiyat söyleyeyim işte bu bu kadar fiyat söylersem işi kabul etmez daha az fiyat söyleyeyim bence o şekilde değil de yapacağı işler ile ilgili sabit bir fiyat olması gerekir ki bunu artık baskıda ki bütçeyle hepsini hesapladıktan sonra bunu yapması gerekir.” (Ö3)

Müşteriye yönelik sorumluluklar sorusunda öne çıkan ve “zamanlı ve programlı çalışma(f:8)” olarak kodlanan görüşlerini dile getiren öğrencilerden Ö21, zamana dikkat edilmemesi durumunda hangi mağduriyetlerin yaşanabileceğini ve bunların nasıl telafi edilebileceğini anlatmıştır.

“Bir zaman çizelgesi çok önemli. Zamanında iş. Kesinlikle. İş aksayabilir, aksama durumunda en azından mesela şöyle bir etik kural yapabiliriz, en azından müşteriyle bunu önceden paylaşmamız gerektiğini düşünüyorum ben. Çünkü dışarıya birkaç iş yaptığımda da ben buna şey oldum, örnek veriyorum üç günüm var, üç günün sonunda yetişmeyecek bu iş, üç gün önceden müşteriye söylersem en azından o da kendini ayarlayabilir, sen de ona göre bir çizelge yapabilirsin, programını ona göre ayarlayabilirsin. Mesela bu bir sorumluluktur bence.” (Ö21)

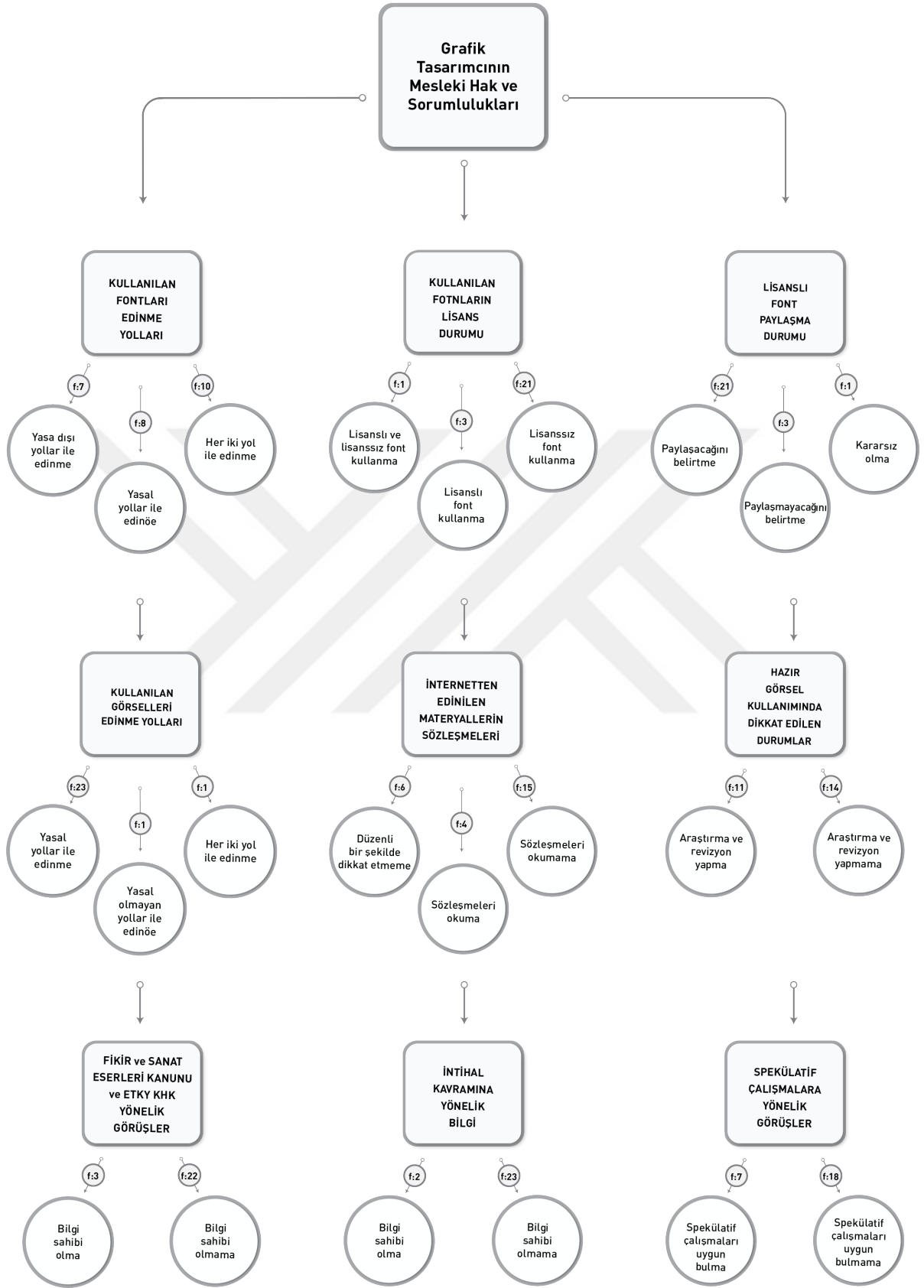
Aynı bağlamda seçenek sunan ve “müşteri ile iletişim içerisinde olmak (f:8)” olarak kodlanan görüşler arasında Ö20 müşteri ile iletişim içerisinde olmanın neden önemli olduğunu aşağıda sunulduğu şekilde açıklamıştır;

“İşin gelişim sürecinde müşteriyle beraber hareket etmek gerekiyor bana kalırsa, her aşamasını göstermek gerekiyor çünkü yapıldıktan, bittikten sonra müşterinin önüne koyduğunuzda, yani o işe bir ay zaman harcayıp müşterinin önüne koyduğunuzda ben bunu beğenmedim diyebilir müşteri.” (Ö20)

4.1.9. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Mesleki Hak ve Sorumluluklara Yönelik Görüşleri

Bu bölüm “mesleki hak ve sorumlulukların” tümü hakkında öğrencilerin görüşlerini içermektedir. Öğrencilerin, özgün üretimler yapmak zorunda olan bir tasarımcının, üretim sürecinde uyması gereken yasal ve ahlaki kurallara ilişkin farkındalıklarını ortaya koyması açısından araştırmanın en önemli bölümünü oluşturmaktadır.

Dile getirilen görüşler, Şekil 13’te görülebileceği gibi, “kullanılan fontları edinme yolları”, “kullanılan fontların lisans durumu” , “lisanslı font paylaşımı”, “kullanılan görselleri edinme yolları”, “hazır görsel kullanımı”, “spekülatif çalışmalar”, “fikir ve sanat eserleri kanunu ve ETKHKHK yönelik görüşler”, “intihal kavramına yönelik bilgi” ve “internetten edinilen materyallerin sözleşmeleri” olarak dokuz tema altında toplanmıştır. Görüşmenin önceki bölümlerinde öğrencilere açık uçlu ve yoruma dayalı sorular sorulduğu için, bir öğrenci birden fazla cevap verebilmiş, böylelikle (f) değerleri öğrenci sayısından fazla olan temalar oluşmuştur. Bu bölümde, soru yapısından kaynaklı olarak her öğrenci her soruya bir yanıt vermiş ve bu nedenle (f) değerleri toplamı 25 olmuştur.



Şekil 13. Mesleki hak ve sorumluluklara yönelik görüşler

Şekil 13’te görülen temalardan “kullanılan fontları edinme yolları (f:25)” temasında öğrenci görüşleri üç başlık altında toplanmış, “yasa dışı yollar ile edinme (f:7)”, “yasal yollar ile edinme (f:8)” ve “her iki yol ile edinme (f:10)” olarak kodlanmıştır.

Diğer bir tema olan “kullanılan fontların lisans durumu (f:25)” temasında öğrenci görüşleri “lisanslı ve lisanssız font kullanma (f:1)”, “lisanslı font kullanma (f:3)” ve

“Lisansız font kullanma (f:21)” olmak üzere toplamda üç farklı kod oluşturulmuştur. “Lisanslı font paylaşmama (f:25)” temasında toplanan öğrenci görüşleri “paylaşacağını belirtme (f:21)”, “paylaşmayacağını belirtme (f:3)” ve “kararsız olma (f:1)” olmak üzere üç farklı kodlanmıştır. Bu temada en çok dile getirilen “paylaşacağını belirtme (f:21)” olarak kodlanan görüşler olmuştur. Görüşlerini “paylaşmayacağını belirtme (f:3)” olarak açıklayan öğrencilerden Ö10, lisanslı font paylaşımı hakkında şu sözleri söylemiştir:

“Bilgisayarında kullanılmasına izin veririm ancak dosya paylaşımı yapamam çünkü yasal değil, bu bir. Zaten kendisi orijinal yazılım da kullanmıyorsa sıkıntı çıkacaktır illa ki.” (Ö10)

“Kullanılan görselleri edinme yolları (f:25)” temasında; katılımcı görüşleri “yasal yollar ile edinme (f:21)”, “yasal olmayan yollar ile edinme (f:1)” ve “her iki yol ile edinme (f:1)” olmak üzere kodlara ayrılmıştır. Bu tema içerisinde en çok vurgulanan görüşler “yasal yollar ile edinme (f:21)” ile ilgilidir. Öğrenciler, tasarımlarında kullandıkları görselleri kişisel üretimler, ücretsiz internet kaynakları ve arkadaşlarından edindiklerini şu sözlerle ifade etmişlerdir:

“Çizimi kendim yaparım, resimleri kendim oluştururum ya da arkadaşlarımdan rica ediyorum onlar çiziyor, ben onun kadar iyi çizemiyorsam, rica ediyorum ona çizdirip alıyorum.” (Ö9)

“Hazır görsel kullanmıyorum. Fotoğraf kullanacaksam, çekemeyeceğim bir görüntüyse onu ya lisanssız yine işin ciddiyetine bağlı o tabi ya lisanssız bir görsel buluyorum ya da istock, shutterstock gibi yerlerden alıyorum.” (Ö25)

“Bazısını kendim çekerim fotoğrafsa eğer ya da çizerek. Ben daha çok illüstrasyona yönelik çalışıyorum aslında. O yüzden elimden geldiğince kendim çizerek, kendim

üreterek, hayal ettiğim şeyi çizerek ya da yaratarak üreterek çıkarmaya çalışıyorum.” (Ö10)

“Spekülatif çalışmalara yönelik görüşler (f:25)” temasında; katılımcı görüşleri “spekülatif çalışmaları uygun bulma (f:7)”, “spekülatif çalışmaları uygun bulmama (f:18)” olmak üzere iki başlıkta kodlanmıştır. Öğrenciler kimi durumda spekülatif çalışmaları kendi kariyerlerine destek olur düşüncesiyle kabul etmektedir. Katılımcılardan Ö20, bu konu hakkında görüşlerini şöyle açıklamıştır:

“Bunun katkısı eğer bana geri dönüşüne gerçekten inanırsam, yani benim reklamımı gerçekten yapabilecekse ve gerçekten geniş bir kitleye hakimse bunu parasız yapabilirim.” (Ö20)

Karşılığında ödeme ya da takdir alma umuduyla yapılan işleri uygun bulan öğrenciler gibi uygun bulmayan ve eleştiren öğrenciler de bulunmaktadır. Spekülatif çalışmalar için Ö24 eleştirisini şu sözlerle dile getirmiştir:

“Şöyle bir şey var, biz bu yaptığımız iş eğer fikri bulduktan sonra yaptığımız iş yalan değil, belki bir saat sürecektir ama fikir aşaması en meşakkatli iş ve biz bu iş için 4-5 yıl, belki daha fazla okuyoruz. Bunun için de ücretsiz olmasının bir anlamı yok, o zaman herkese ücretsiz yapalım, biz bir şey kazanmayalım, iş sahibi olmayız o zaman açıkçası.” (Ö24)

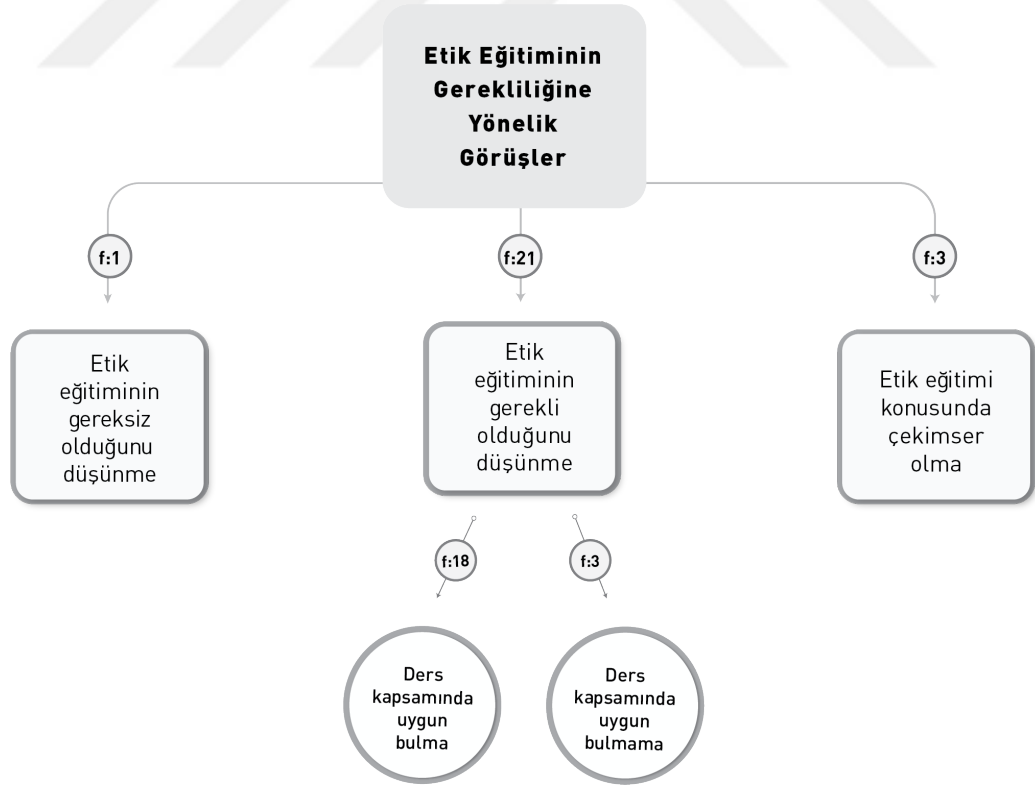
“Hazır görsel kullanımında dikkat edilmesi gereken kurallar (f:25)” teması altında sunulan görüşler “araştırma ve revizyon yapma (f:11)”, “araştırma ve revizyon yapmama (f:14)” olmak üzere iki farklı kod altında toplanmıştır. “Revizyon” sözcüğü Türkçe olmamakla birlikte öğrencilerin neredeyse alanlarına özgü bir kavram gibi kullanıyor olmaları ve Türkçe karşılığı söylendiğinde aynı içeriği taşıyor diye kullanmaktan çekinmeleri nedeniyle kullanılmıştır.

“FSEK ve ETKHKHKY yönelik görüşler (f:25)” temasında grafik tasarım öğrencilerin görüşleri “bilgi sahibi olma (f:3)”, “bilgi sahibi olmama (f:22)” olmak üzere iki kod olarak oluşturulmuştur.

“İntihal kavramına yönelik bilgi (f:25)” temasında; katılımcıların görüşleri “bilgi sahibi olma (f:2)”, “bilgi sahibi olmama (f:23)” olmak üzere kodlanmıştır. Diğer bir tema olan “internetten edinilen materyallerin sözleşmeleri (f:25)” temasında ise grafik tasarımcı adaylarının görüşleri “düzenli bir şekilde dikkat etme (f:6)”, “sözleşmeleri okuma (f:4)” ve “ sözleşmeleri okumama (f:15)” olmak üzere toplamda üç farklı kod altında toplanmıştır.

4.1.10. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Etik Eğitiminin Gerekliliğine Yönelik Görüşleri

Bu bölümde “*Sizce grafik tasarımda etik eğitimi gerekli midir? Neden?*” sorusu sorularak öğrencilerin etik dersine gereksinim duyup duymadıkları, böyle bir dersin müfredata eklenmesi hakkında ne düşündükleri sorulmuş, verilen yanıtlar “gerekli olduğunu düşünme (f:21)”, “gereksiz olduğunu düşünme (f:3)”, “çekimser davranma (f:1)” olmak üzere üç tema altında toplanarak Şekil 14 ’te gösterilmiştir



Şekil 14. Etik eğitiminin gerekliliğine yönelik görüşler

Şekil 14'ten de anlaşıldığı gibi katılımcıların büyük bir çoğunluğu etik eğitiminin gerekli olduğunu düşünmektedir (f:21)". Katılımcılardan yalnızca bir öğrenci böyle bir dersin gereksiz olduğunu belirtmiş, üç öğrenci de çekimser kalmıştır.

"Etik eğitiminin gerekli olduğunu düşünme (f:21)" temasında öğrenci görüşleri "ders kapsamında uygun bulma (f:18)" ve "ders kapsamında uygun bulmama (f:3) olarak kodlanmıştır. Grafik tasarım programlarında etik eğitiminin gerekli olduğunu düşünen 18 katılımcı böyle bir eğitimin ders kapsamında uygun olacağını belirtmişlerdir. Aşağıda konuya ilişkin örnek görüşler sunulmuştur.

"Kesinlikle gerekli ve bu şu kadar önemli, sizin bu mesleğin içerisine girdiğiniz, aslında meslek değil disiplin demek istiyorum artık, bu disiplinin içerisine girdiğiniz ilk andan son ana kadar, bu fakülteden birinci sınıfının dördüncü sınıfına kadar her sene verilmesi gereken bir ders olduğuna inanıyorum ben." (Ö17)

"Kesinlikle gereklidir. Neden? Çünkü yani kendi arkadaşlarım dahi olsa gerçekten kendim esinlenmek için gezindiğim zaman internette arkadaşımın yaptığı işi orada görebiliyorum hocaya sunuyor yani adam bir de hiçte korkmadan. Ben bunu gördüm diyebilir hoca yani korkunç öğretmene sunan herkese sunar yani arkadaşı alınmaz yani mutlaka gereklidir." (Ö13)

Etik eğitiminin gerekliliğini savunan katılımcıların bazıları eğitim içeriği konusunda önerilerde bulunmuşlardır. Ö10, etik eğitiminin süreç ve yöntemine dair şu açıklamalarda bulunmuştur:

"Mesela şu an konuştuklarımız eğer bütün okullarda bu yapılırsa, kaldı ki belki meslek liselerinde grafik bölümlerinden tutun güzel sanatlar liselerine kadar bu öğretilirse, belki o az önce bahsettiğimiz mesele olmaz, belki, azalır ya da en azından....İçeriği tartışma şeklinde aslında olmalı bence. Ve şey de bence atıyorum vizeler, finalleri de proje teslimleri de bence bir ürünün pazarlanması adına yapılmalı. Bir ürün markası oluşturulmalı, isim. O isme bir kurumsal yapılmalı bence. O ürünü pazarlamaya çalışmalı öğrenciler. Kendi fiyatlarını kendileri belirlemeliler. Gerçekten işte öğretmen kimse, hoca kimse ona pazarlamaya çalışmaları gerek, o şekilde yapılabilir." (Ö10)

Katılımcılardan Ö7 ise, etik eğitimi verecek eğitmenin sahip olması gereken nitelikleri ifade etmiştir:

“Yani o şeye göre değişir, ders olarak gerekli olur ama onu kaldırabilecek hocaların olması lazım. Mesela hocasının iyi olması lazım. Bu tarz şeylerden bahsederek öğrencinin kafasında yeni şeyler düşündürecek bir şeyler olması lazım. En azından bu işin üzerinde düşünülmesi gerekiyor bence biraz belki. Buna yoğunlaşacak bir ders iyi olabilir. Sonuçta girip de şunlar şöyledir, bunlar böyledir den ziyade daha böyle karşılıklı tartışmaların olduğu iyi olabilir bence.” (Ö7)

Etik eğitiminin gerekli olduğunu düşünen öğrencilerin içinde üç öğrenci bu eğitimin ders olarak değil programın diğer derslerine dağıtılmış olarak verilmesini önermiş ve bu görüşler “ders kapsamında uygun bulmama (f:3)” olarak kodlanmıştır.

“Grafik tasarımında etik bence ayrı bir ders olarak değil ama grafik tasarım bölümüne girdiğimiz ilk sınıfta grafik tasarım dersinin içinde ilk anlatılacak şeylerden biri olabilir evet bir ünite tarzında olabilir ama ders olarak desteklemiyorum.” (Ö12)

“Özellikle bir ders olarak bence gereği yok. Zaten belli bir eğitimci kadrosu zaten bütün derslerin toplamında her zaman o etiğe dahildir. Dersin içeriğinde konuşulabilir ya da bir şekilde bahsi geçen bir şey zaten dört sene içinde mutlaka grafik tasarımda etiğe dair fikrimiz oluyor...” (Ö8)

Yalnızca iki öğrenci etik eğitime gerek olmadığını belirtmiştir. Bunlardan Ö2 etik eğitimi ile ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Bu dersi gerektirecek bir şey görmüyorum ya.. Bunu zaten şuana kadar okudum 5 sene içerisinde her derste çoğu hoca derslerine yayarak anlattı. Yani bunu zaten 5 senelik bir süreç içerisinde öğrendik hocalarımızdan bunun için özel bir derse gerek olduğunu düşünmüyorum.” (Ö2)

BÖLÜM V

TARTIŞMA VE YORUM

Bu bölüm, grafik tasarım lisans programlarında öğrenim gören dördüncü sınıf öğrencilerinin, bir grafik tasarımcısının sorumluluk alanları ve uyması gereken etik kurallara ilişkin farkındalıklarının neler olduğunu belirlemeye çalışan bu araştırmadan, elde edilen bulgulara ilişkin tartışma ve yorumları içermektedir.

Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim deseni kapsamında, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin en önemli olanağı, soruların daha önceden hazırlanması gereğidir. Görüşme formunun soruları, ulusal ve uluslararası literatürde yer alan grafik tasarımın sorumluluk alanları ve etik ilkeleri bağlamında oluşturulmuştur. Bu yöntemin sağladığı esneklikle, önceden hazırlanmış sorular yanında, görüşme sırasında gereksinim duyulan sorularla katılımcıların yanıtlarına açılım sağlanmış ve olası yanlış anlamalar engellenmiştir. Görüşmenin akışına bağlı olarak, katılımcıların bir sorunun yanıtını başka bir soruda yanıtlaması durumunda o sorudan vazgeçilmesi ya da her katılımcının düşüncesini aktarabilme alışkanlığına bağlı olarak sorma biçiminin değiştirilmesi, konunun bütün ayrıntılarıyla incelenmesine olanak sağlamıştır.

Sorular, katılımcıların veri sunabileceği içerikte, ne tür bilgi istendiğini açıkça belli edecek şekilde hazırlanmış, herkesin aynı şeyi anlamasına özen gösterilmiştir. Sorular hazırlanırken katılımcıların belli bir cevabı vermelerine neden olacak ifadelerden kaçınılmış, soruya ilişkin olumlu ya da olumsuz cevap vermeye koşullandıran soru biçimleri kullanılmamıştır.

Tüm ayrıntılardan veri elde edebilmek amacıyla, bütün görüşler mümkün olduğunca ayrıntılı biçimde kodlanmıştır. Söz konusu ayrıntılar gerekli görüldüğü yerlerde alıntı halinde sunulmuştur. Fakat genel olarak kodlamalar ve sıklık (f) değerleri; tasarım konusunda yetkin kurumların yayınladığı kodlara ve bu alanda literatürde yer alan çalışmalara göre tartışılmış ve yorumlanmıştır.

5.1. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Etik Kavramının İçeriğine, Grafik Tasarımda Etik Kavramının İçeriğine ve Grafik Tasarımın Sorumluluklarına Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgularla İlgili Tartışma ve Yorum

Araştırmanın ilk alt amacı doğrultusunda ve araştırmanın ana problemine ilişkin düşünce sürecini şekillendireceği ve açılım sağlayacağı varsayımıyla katılımcılara ilk olarak “*Etik nedir? Etik hakkında neler söyleyebilirsiniz?*” sorusu yöneltmiştir. Katılımcıların etik kavramı hakkındaki görüşleri incelendiğinde etik kavramının daha çok, toplumsal ve ahlaki değerleri içeren cümlelerle ifade edildiği görülmüştür. Etik davranışların ahlaki davranışlar olarak düşünülmesinin sık rastlanır olması nedeniyle bu yanıtlar beklenen bir yanıt olarak kabul edilmelidir. Ahlak, kişilerin uymak zorunda oldukları davranış biçimleri ve kuralları ile iyi niyetler ve güzel huyları kapsar. Etik ise insan davranışlarını ahlakilik kuralları içinde araştıran ahlak bilimi anlamındadır. Pieper (2012) etik ve ahlak bağını; her şeyi tamamen ahlaki açıdan yargılamayıp, ahlaki olanın esasen ne olduğunu, ahlaki eylemin bir anlamı olup olmadığını, böylesi bir eylemi nasıl temellendirebileceğini ve açıklayabileceğini soran kişi etik alana girmiş olur (s. 29). şeklinde ifade etmiştir. Alıntılardan da anlaşılacağı üzere bu iki kavramı birbirinden ayırmak katılımcılar için oldukça karmaşık olabilir. Ancak bu başlıkta verilen 24 yanıt ahlaki; bireysel hak ve özgürlükler ve toplumsal sorumluluklarla ilişkilendirdiklerinden çok doğru olmasa da yakın görüşler olarak kodlanmıştır.

Katılımcılardan biri etik kavramını, estetik ile ilişkilendirmiştir. Estetik tavrın, etik gibi felsefeyi ilgilendiren bir alan olduğu yadsınamaz. Ancak felsefe, estetik tavrın, estetik olgunun ve ürünün ne olduğunu anlamaya ve anlamlandırmaya çalışır. Yani estetik etik değil, tıpkı etik gibi felsefenin çözümlemeye çalıştığı bir insan üretimidir. Bir diğer katılımcı ise etiği vicdanla ilişkilendirmiştir. Vicdanda felsefenin zaman zaman konusu olsa da vicdan bireyi ilgilendiren bir dürtüsel davranış olması nedeniyle etik kavramlarından farklı ele alınmalıdır. Ayrıca anlatımda bu kavramların toplumsal boyutu vurgulanmadığından yanlış olmamakla birlikte uzak görüşler olarak kodlanmıştır.

Katılımcıların *Etik Nedir?* sorusuyla başlatılan düşünsel süreçleri grafik tasarımın etikle olan ilişkisine yönlendirilmiş ve grafik tasarımın etikle bir ilişkisi olup olmadığı sorulmuştur. “Grafik tasarım etiği nedir?” sorusu, katılımcıları biraz şaşırtmakla birlikte ilk soruyla tetiklenen düşünce dizgesi sorunun yanıtlanmasını kolaylaştırmıştır.

Bulgular incelendiğinde grafik tasarımda etik kavramına yönelik 30 görüşün çoğunun kavram içeriğine yakın görüşler temasına uygun olduğu, bu görüşlerin yasalar ve yasalara

uygun davranışları içeren tanımlamalar ve yasal durumlara yönelik ilkeler etrafında toplandığı bir kısmının ise özgün işler üretme, doğru bilgi iletme, duyarlı ve dürüst olmakla ilişkilendirildiği söylenebilir. En çok belirtilen görüş olan “yasalara uygun davranma” ilkesini bile 25 katılımcı arasında yalnızca 10 katılımcının görüş belirtmesi, katılımcıların yarısından fazlasının bu konu hakkında yerleşik bir bilgiye sahip olmadıklarını göstermektedir.

İlk soruya verilen yanıtlara içerik açısından bakıldığında, katılımcıların grafik tasarımın etikle olan ilgisini bir tasarımcının yasal ve ahlaki sorumlulukları içerisinde değerlendirdikleri söylenebilir. Lama Ajeenah kişisel web sitesinde tasarımın ahlaki yönünü “Farklı kültürel - inanç belirsizlikleri ve kişisel görüşler dışında, tasarımın ahlaki yönü, birey, toplum ve çevre olmak üzere üç özneye yönelik olarak; doğruluk, saygı, açıklık ve sürdürülebilirlik bakımından zarar vermemek olarak değerlendirilebilir¹³.” olarak tanımlamıştır. Bu tanım bağlamında düşünülürse; katılımcıların grafik tasarımda etik kavramına iyi, ahlaklı ve dürüst olmak gibi kültürel değerler kapsamında yaklaştıkları söylenebilir.

Dile getirilen diğer görüşler “Tasarım ürününün bilgisini doğru iletme (f:6)”, “topluma karşı duyarlı ve sorumlu olma (f:4)” ve “toplumu doğru yönlendirecek tasarımlar yapma (f:2)” gibi etik sorumlulukları içeren ifadeler olarak tanımlanabilir.

Geneline bakıldığında katılımcıların, “grafik tasarımda etik kavramı” temasında da daha çok sezgisel, geleneksel ya da kültürel aktarımla bilinen ifadelere yer verdikleri görülmüştür. Eğitim süreçleri göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların hiç olmazsa telif hakları, lisanslama, sözleşmeler gibi kişisel yükümlülüklerle birlikte etik ihlali içeren kimi uygulamalar hakkında genel bir değerlendirme yapmaları beklenmektedir. Söz konusu bu durum, öğrencilerin grafik tasarımda etik kavramı hakkındaki bilgilerinin yalnızca belirtmiş oldukları tanımlardan ibaret olduğu anlamına gelmese de onların akademik bilgi birikimlerinin yeterliği hakkında kuşku yaratmıştır.

Katılımcıları daha fazla ayrıntıya yönlendireceği ve dile getirmeyi düşünemedikleri bilgilerin anımsatılacağı ve bu yolla etik farkındalık düzeylerinin önemli ölçüde belirlenebileceği öngörüsüyle “*Grafik tasarımın etik ilkeleri / sorumlulukları / var mıdır? Varsa nelerdir?*” sorusu sorulmuştur. Bu konuda katılımcılar 44 görüş bildirmiş 38’inin sorumluluk alanı kapsamında değerlendirildiği, 2’sinin uzak görüşler olduğu belirlenmiştir. Dört görüş grafik tasarımda sorumluluk alanlarının olamayacağı

¹³ <http://www.lama-type.com/articles>

yönündedir. Bu ana temada toplanan görüşler “topluma ve çevreye yönelik”, “müşteri ve hedef kitleye yönelik”, “grafik tasarım mesleğine yönelik”, “ahlaki değerlere yönelik” ve “yasal durumlara yönelik” sorumluluklar olarak dört alt tema şeklinde gruplandırılmıştır. Benzer bir gruplandırmanın AIGA tarafından yayınlanan grafik tasarımcının etik kodlarına bakıldığında görülmektedir. AIGA, bir tasarımcının etik sorumluluklarını; müşterilerine, meslektaşlarına, topluma ve çevreye yönelik olarak açıklamıştır.

“Sorumluluk alanlarını belirtebilme” ana teması altında toplanan görüşlerden en dikkat çekici yoğunluk bir üst soruda olduğu gibi “yasal sorumluluklara yönelik” alt temada oluşmuştur. Alt tema içerisinde kodlanan 16 görüşte yasalar ve sözleşmelere uygun davranmak, fikir ve eser hırsızlığı yapmamak gerektiği vurgulanmıştır. Oldukça fazla görüşün kodlandığı bir diğer alt tema “ahlaki değerlere uygun davranmak” olarak adlandırılmıştır. Tasarım sürecinde doğru ve dürüst davranarak ahlak dışı konu ve uygulamalara maddi çıkar umuduyla yönelmemek gerektiği vurgusunu yapan dokuz görüş daha önceki sorularda verilen yanıtlarla benzerlik göstermeleri açısından dikkat çekici bulunmuştur. Hırsızlık yapmama, maddi çıkar gözetmeme gibi geleneksel ahlak kurallarından aktarılan duyarlıkların yüksek olmasının yanında, örneğin çevreye, çevre estetiğine, toplumsal yarar ilkesine yönelik görüşlerin toplandığı “topluma ve çevreye yönelik sorumluluklar” alt temasında yalnızca 6 görüşün, özellikle de “mesleğe yönelik sorumluluklar” alt temasında yalnızca 2 görüşün yer alması üstünde durulması gereken önemli bir veri olarak değerlendirilmiştir. Örneğin, “fikir ve eser hırsızlığı yapmama” olarak kodlanan sekiz görüş yanında “çevre koruma duyarlılığında olma” ya uygun 1 görüşün olması yalnızca bir öğrencinin çevre duyarlılığına sahip olduğunu göstermese de katılımcıların, sürdürülebilirlik konusu ile ilgili farkındalıklarının intihal konusuna göre daha az olduğunu gösterebilir.

5.2. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Grafik Tasarımcının Sorumluluk Alanlarına (Müşterilerine, Topluma, Çevreye, Meslektaşlarına) Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgularla İlgili Tartışma ve Yorum

Bu bölümde araştırmanın ikinci alt amacına uygun olarak, katılımcıların mesleki ve etik sorumluluklara ve mesleki etik kurallara ilişkin düşüncelerini yorumlamak amaçlanmıştır.

AIGA, AGDA, IDSA, SEGD, GDC, GAG gibi kuruluşların yayımladıkları etik kodlarda üzerinde durdukları önemli bölümlerden birisi tasarımcının sorumluluk alanlarının belirlenmesidir. Bu doğrultuda öğrencilere “*Bir grafik tasarımcının topluma, çevreye, tasarım ekibinde yer alan çalışma arkadaşlarına, müşterisine karşı sorumlulukları var mıdır? Varsa nelerdir?*” soruları yöneltilmiş ve elde edilen bulgular analiz edilmiştir.

5.2.1. Topluma Yönelik Sorumluluklar

Topluma yönelik sorumluluklar temasında, 34 görüş belirtilmiş, bu görüşler “toplumu yönlendirme ve bilinçlendirme”, “toplum değerlerine uygun tasarımlar üretme”, toplumun görsel estetik algısını geliştirme”, “sosyal ve kültürel duyarlılığı artıran tasarımlar yapma”, “toplumla ortak bir dil oluşturma”, “toplumsal sorunları çözmeye”, “toplumun sağlığını düşünme”, “sorumluluğunun olmadığını düşünme” başlıklarında kodlanmıştır.

Bir tasarımcının topluma karşı sorumluluklarına yönelik görüşler değerlendirildiğinde en çok söz edilen sorumlulukların başında bir grafik tasarımcının toplumu yönlendirmek ve bilinçlendirmekle sorumlu olması gerektiğine işaret eden ifadeler olduğu görülmüştür. Berman’a (2016) göre “Grafik tasarımcılar bilgi ve anlayış arasında bir köprü oluştururlar (s. 182)”. Icograda, yayınlamış olduğu etik kodların tasarımcının topluma karşı olan sorumlulukları bölümünde ilk sıraya “*Bir tasarımcı, toplumun sosyal ve estetik yaşantısını iyileştirmek için profesyonel bir sorumluluk üstlenir*” maddesini almıştır. Katılımcı görüşlerinin yaklaşık %50 oranında bu kodda buluşması, bu sorumluluk alanına yönelik farkındalıklar konusunda umut vericidir. Özellikle bazı katılımcıların görüşleri söz konusu sorumluluk alanına yönelik gayet açık ve ikna edici olmuştur. Örneğin Ö8, “*Grafik tasarımcı burada mesajı veren, mesajı nasıl ileteceğini tasarlayan kişi olduğu için, mesajın içeriği ve toplumu yönlendireceği yol olduğu için doğal olarak bu büyük bir sorumluluk. İnsanların düşüncelerini etkilemeye*

çalışıyoruz, bir şeylere karar vermelerini sağlamaya çalışıyoruz. Direkt hayat kararları vermesini istiyoruz insanların, çok büyük kararlara da yönlendirebiliyoruz, o da çok büyük bir sorumluluk o insanlara karşı.” açıklamasıyla bu önemi vurgulamıştır.

Toplumun “kültürel” değerlerini korumayı önemseyen ve grafik tasarımcının bu değerlere duyarlı olması gerektiğini belirten görüşlerin sayısı da 34 görüş içinde öne çıkmaktadır. Olumlu gibi görülen ve etik sorumluluklara da aykırı olmayan bu görüş diğer kodlar göz önüne alındığında bazı sorunları içerdiği söylenmelidir. Grafik tasarımcısına değer üretmek yerine var olan değerlere saygı göstermek sorumluluğunu yükleyen bu kadar görüş olması dikkat çekici bir bulgu olarak kabul edilmelidir. Özellikle ‘toplumun görsel estetik algısını geliştirme’nin 3 görüşle, “toplumsal sorunları çözmeye yönelik çaba gösterme”nin 1 görüşle ifade edildiği düşünülürse bu bulgu, katılımcıların tasarımın değiştirici ve dönüştürücü gücüne olan inançları konusunda kuşku yaratmaktadır. AIGA, profesyonel bir tasarımcının kültürel değerlere ve inançlara duyarlı olmaya çalışması gerektiğini, tasarımlarının karşılıklı anlayışı teşvik eden ve besleyen adil ve dengeli olması gerektiğini etik kodlarında belirtmektedir. Bunun yanında ICOGRADA eski başkanı Ryun Chang “tasarım evrensel bir dengeleyicidir. Etkili ve dürüst bir şekilde yapıldığında, estetik, ekonomik, sosyal ve kültürel değerler sağlar” diyerek görüşlerini belirtmiştir.

5.2.2. Çevreye Yönelik Sorumluluklar

“Bir grafik tasarımcının çevrenin geleceğine karşı sorumlulukları var mıdır? Varsa nelerdir?” sorusu tasarlanırken, öğrencilerin çevre konusundaki duyarlılıklarının ne olduğunu açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Özellikle dünyanın çevresel sorunlarının yoğun olarak tartışıldığı günümüzde, grafik tasarımın sorumluluk alanında bulunan baskı malzemelerinin, ambalajların, tanıtımı yapılan ürünlerin çevresel niteliği de tartışılmaktadır. Bu noktada öğrencilerinin grafik tasarımın çevresel sorumluluğuna ilişkin görüşleri önem taşımaktadır. 1950 - 60 yıllarında bir meslek kimliği kazanan grafik tasarıma yüzeysel olarak bakıldığında bir grafik tasarımcının hangi kağıdı seçtiği ve ne kadar kullanıldığı basit gibi görünebilir. Fakat grafik sanatların baskı ile iç içe olduğu, grafik baskısının ham maddesinin kağıt yani ağaç olduğu düşünüldüğünde belki de basit gibi gözüken kağıt seçimi ve miktarı konusu son 20 yılda grafik tasarımda sürdürülebilirlik kavramını tartışmaya açmıştır (Fine, 2016, s. 24).

Grafik tasarımın çevresel sorunlara karşı sorumlulukları ana teması altında 37 görüş, farklı alt temalarda kodlanmıştır. “Çevre dostu malzemeler kullanma” ve “gereksiz

tüketimi önleme”ye yönelik görüşler 10’ar öğrenci tarafından belirtilmiştir. Bu özellikleriyle bu iki kod en çok vurgu yapılan sorumluluklar olmuştur. Ayrıca çevresel duyarlılığı içeren projeleri desteklemek görüşünü sadece 7 katılımcı dile getirmiş olsa da sosyal sorumluluk açısından dikkat çekici ve sevindiricidir. “Çevre estetiğini önemseme” sadece 4 katılımcı tarafından gündeme getirilmiştir. Grafik tasarım üretimlerinin bir kısmının yaşadığımız çevrede konumlandırılması sebebiyle tasarımcının çevre estetiği konusunda duyarlı olması gerektiğini söyleyen Ö2’nin grafik tasarımın bir şehrin doğasını değiştirebileceğini dolayısıyla o bölgede gerçekleşecek olan etkinliklerin de değer kazanabileceğini belirtmiş olması, bir değer üretici sorumluluk olarak önemsenmelidir.

Çevre kanununun 2. maddesinde çevre; insanların ve diğer canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde bulundukları fiziksel, biyolojik, toplumsal, ekonomik ve kültürel ortam olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında öğrencilerin hemen hemen hepsinin çevre kavramını doğanın korunması ve sağlıklı yaşam gibi sınırlı bir alanda tanımladıkları ve genellikle sorumluluklarını da bu sınırlılık içinde gördükleri söylenmelidir. Yukarıda yorumlanan diğer sorularda olduğu gibi bu sorumluluk alanında da öğrencilerin bilgilerinin gündelik hayatın ve sosyal ortamların sağladığı bilgi düzeyi ve niteliğinde olduğu belirlenmiştir. Bu konuda H. Erdal, G. Erdal ve M. Yücel (2013, s. 62) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan bir araştırmada, öğrencilerin çevre sorunlarıyla ilgili bilgisinin kaynağının daha çok televizyon ve internet olduğu saptanmıştır. Bu nedenle de öğrencilerin anlayamadıkları konularda soru sorup yanıt alamadıkları ve aydınlatılamadıkları belirlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin %75.49’u üniversitelerin bu konuda özen göstermediğini ve bu nedenle yeterli bilgiye sahip olamadıklarını belirtmişlerdir. Diğer benzer araştırmalarda aynı sorunu farklı konularda dile getirmektedir. Bu değerlendirmeler akademik eğitimin içeriği konusunda önemli uyarılar olarak kabul edilmelidir. Peter Claver Fine’in (2012) grafik tasarımda sürdürülebilirlik adlı kitabında; Quebec Üniversitesinden Sylvain Allard, tasarım eğitime yönelik görüşlerini şu sözlerle ifade etmiştir.

Tasarımın, tüm tasarımcıların zihninde, çevresel duyarlılık ile tam anlamıyla bütünleşmesi gerekmektedir. Eğer bir kişi çevre sorunlarının önemini ve tasarım kararlarımızın ekoloji üzerindeki sonuçlarını fark edememiş ise, bu şekilde ilerleme kaydedilemeyecektir. Öte yandan, öğrenciler söz konusu bu durumla

ilgili bilgiye maruz kalırsa, kendilerindeki fark yaratmanın önemini anlayacaklardır. Bu durum her şeyden çok eğitimsel bir konudur.

5.2.3. Meslektaşlara Yönelik Sorumluluklar

Öğrencilerin, iş yaşamında, çeşitli konumlarda aynı sorumluluğu paylaşan birden fazla kişiyle ilişki içinde olacakları varsayımıyla, “*Bir grafik tasarımcının meslektaşlarına karşı sorumlulukları var mıdır? Varsa neler olabilir?*” sorusu yöneltilmiştir.

Öğrencilerin grafik tasarımcıların meslektaşlarına karşı sorumluluklarına ilişkin dile getirdikleri görüşler , AIGA, ICOGRADA, GDC, AGDA gibi kurumların yayımladığı etik ilkelerden yararlanarak, yedi ayrı başlıkta kodlanmıştır. Kırk iki görüşün kodlandığı bu temada “iş akışını aksatmamak” 12 katılımcıyla en çok vurgulanan görüş olmuştur. Bu değer toplam görüş içinde %28 olarak oranlanabilir. Meslektaşların karşılıklı olarak birbirlerine saygı göstermesi gerektiğini belirten sekiz görüş ve ortak akıl yürütmenin meslektaşlar açısından gerekli olduğunu vurgulayan yedi görüş öne çıkan diğer görüşlerdir. Katılımcı sayısı göz önünde bulundurulduğunda bu sayıların çok düşük olduğu görülmektedir.

AIGA, mesleki saygı konusunda yayınladığı etik kodların 2.4. maddesinde “*Profesyonel bir tasarımcı, başka bir tasarımcının eserlerini eleştirirken objektif ve dengeli olmalı ve bir diğer tasarımcının eserini veya kişiliğini küçümsememelidir*” ifadesinde bulunmuştur. GDC, üyelerine yönelik yayınladığı etik kodların 17. maddesinde “*Bir üye, mesleki itibarını veya başka bir üye tarafından gerçekleştirilen grafik tasarım uygulamasını inciten veya kötüye kullanan yanlış, abartılı, yanıltıcı veya kötü amaçlı bildirim veya duyuru yapamaz. Bir üye eleştiride adil davranmalı ve başka bir üyenin işini veya itibarını haksız yere küçümsememelidir*” , ICOGRADA ise “*Bir tasarımcı eleştiride adil olmalı ve diğer bir tasarımcının eserini veya itibarını küçümsemelidir*” ifadesi ile bu konuya yönelik tutumlarını belirtmişlerdir. Bir başka önemli kurum olan AGDA, üyelerine yönelik olarak “*Bir üye, başka bir tasarımcının eserinin eleştirilmesinde adil davranmalıdır. Üye başka bir tasarımcının eserini veya ünvanını küçümsemez veya karalayamaz*” der.

Adı geçen kurumların meslektaşlara yönelik vurgulamış olduğu diğer bir etik uyarı haksız rekabet, emek ve tasarım hakkındadır. AIGA 2.3 nolu maddesinde “*Profesyonel bir tasarımcı, etik dışı bir şekilde başka bir tasarımcının doğrudan veya dolaylı olarak yerine geçmeye ve rekabete girmeye teşebbüs etmemelidir*” der. GDC ise 20.

maddesinde AIGA'ya benzer bir şekilde “*Bir üye, etik olmayan yöntemler ile bir proje için başka bir üye ile doğrudan rekabet etmemelidir*” der. Bu uyarıyla örtüşen yalnızca iki katılımcı görüşü “emek ve tasarım hırsızlığı yapmama” olarak kodlanmıştır. Ö7; “....*özünün ekipten başkasına ait olduğu bir tasarımı kendisininmiş gibi sahiplenmeye gerek yok bence. O noktadan sonra özü X arkadaşımıza ait, o noktadan sonra sadece X arkadaşımızı desteklemeye yönelik davranışlarda bulunuruz*” sözleriyle uzmanların bu konu hakkında yayınladığı ilkelerin farkında olduğunu göstermiştir. Fakat 25 öğrenciden yalnızca 2 öğrencinin, söz konusu bu farkındalığa sahip olduğunu gösteren görüşler belirtmesi, önemli bir eksiklik olarak görülmüştür.

5.2.4. Tüketiciye Yönelik Sorumluluklar

Tasarımcı ve köşe yazarı Jessica Helfand'ın “grafik tasarım, yaptığımız her şeye dokunuyor” sözlerine dayanarak grafik tasarımın yaşamımızın neredeyse her kesimine yayılan, dünyamızdaki en yaygın sanat olduğuna yönelik bir çıkarımda bulunabiliriz. Yanınızda duran kitabınıza, masanızdaki içecek kutusuna, incelediğiniz web sitesine veya yanından geçtiğiniz billboarda bir göz atın. Bu ürünlerin hepsi çalışan ve üreten grafik tasarımcılar tarafından tasarlandı. Her bir ürünün tasarımcıları, mümkün olan en iyi çözümü seçip uygulamaya koymakla ve satış başarısı sağlamakla yükümlü olan ortak çalışanlar ve sorun çözücülerdir. Söz konusu bu başarı kimi zaman satışlarda bir artış, kimi zaman sadece bir fikir veya kavramın tüketiciye doğru iletilmesi ile gerçekleştirilir. Tüketiciye yönelik bir mesajı doğru iletmekle yükümlü olan grafik tasarımcı, etik değerleri doğrultusunda ilettiği mesajın doğruluğunu da sorgulamalıdır. AIGA “Profesyonel bir tasarımcı, gerçeği her durumda ve her zaman açıklamalıdır; çalışması, sahte iddialarda bulunmayacak ve kasıtlı olarak yanlış bilgilendirme yapmayacaktır. Profesyonel bir tasarımcı mesajını her türlü iletişim tasarımında net bir şekilde sunmalı ve yanlış, yanıltıcı ve aldatıcı tanıtımı önlemelidir” diyerek bu konudaki söz konusu yaklaşımını belirtmiştir.

Grafik tasarımcıların üretimleri ile tüketici algısında yönetici ve yönlendirici bir rol üstlenmesi bağlamında katılımcılara, “*Üretilen grafik tasarımların tüketicilerin kararlarını yönlendirmeye yönelik güçlü bir etkisi olduğu düşünüldüğünde, bir grafik tasarımcının dikkat etmesi gereken etik ilkeler/kurallar var mıdır? Varsa nelerdir?*” sorusu yöneltilmiştir.

Öğrencilerden alınan toplamda 28 görüş, “tasarımcının ekonomik sisteme bağımlı olduğunu düşünme (f:5)”, “toplum kurallarını ve değerlerini dikkate alma (f:4)”,

“tüketicilerin beklentilerine yönelik yönlendirmeler yapma (f:1)”, “tüketiciyi yanıltmama (f:18)” olarak kodlanmıştır.

Tüketicie yönelik sorumluluklara ilişkin öğrenci görüşleri değerlendirildiğinde belirtilen toplam 28 görüşün çoğunun “tüketiciyi yanıltmama (f:18)” kodu altında toplandığı görülmüştür. Bu durum yaklaşık %64 oranında AIGA’nın tüketicilere yönelik belirttiği ilkeye uygun görüşün belirtildiği anlamına gelmektedir.

Diğer bir yandan grafik tasarımcının ekonomik ve kapitalist sisteme bağımlı olduğunu düşünen ve dolayısıyla tüketicilere yönelik sorumlulukların tasarımcı iradesi dışında geliştiğini belirten beş katılımcı görüşü bulunmaktadır. Katılımcılardan Ö17,

Kapitalist sistem seni bu hale zorladığı için sen içindeki ürünün aynısının tasarımını yapmak istiyorsun belki ama sistem seni bu hale zorladığı için. Şöyle söyleyeyim, neredeyse bundan kurtulmak imkânsız, bence bizim mesleğimizin içerisinde bundan kurtulmamız imkânsız. Ne yaparsanız yapın, yaptığınız market ürünlerinden örnek vereyim, yaptığınız bir süt ambalajı olsun, yaptığınız bir çikolata olsun, bisküvi olsun, ne olursa olsun, her zaman bence değerinden fazla gösteriliyor. Çünkü şu çok önemli bir kritik nokta, çünkü artık iyi tasarımı yapıyor olmanın kriteri gibi bir şey gibi oldu, değerinden fazla gösterince iyi tasarım yapmış oluyorsunuz gibi bir algı var bence. Onun için bundan kaçınmanın imkânsız olduğuna inanıyorum, her ne kadar bizim sanat anlayışımıza aykırı olsa bile”(Ö17) diyerek bu doğrultuda görüşlerini ifade etmiştir.

5.2.5. Müşteriye Yönelik Sorumluluklar

Öğrencilerin, iş yaşamında, çalışma arkadaşları dışında sorumluluk duymaları gereken diğer bir taraf da müşterilerdir. Tasarımcıdan, çeşitli konularda hizmet bekleyen ve çok çeşitli önerileri olan müşterilerle aynı sorumluluğu paylaşan birden fazla kişiyle ilişki içinde olacakları varsayımıyla, “Bir grafik tasarımcının müşterilere karşı sorumlulukları var mıdır? Varsa nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir.

Bu soruya ilişkin dile getirilen görüşler “zamanlı ve planlı çalışma”, “doğru ve verimli iş üretme”, “müşteriye karşı dürüst olma”, “müşteri ile iletişim içerisinde olma”, “isteklere ve sözleşmelere uygun davranma”, “müşteriyi doğru yönlendirme”, “tasarımları amaca yönelik ve işlevsel yapma”, “yapılan işi takip etme” başlıkları altında kodlanmıştır. Bu kodlar ile yetkili kurumların yayınladığı kodlar karşılaştırılmıştır. Örneğin ICOGRADA, etik kodlarının 23. maddesinde yer alan “Bir üye kendisini veya

çalıştığı firmayı yanlış tanıtmamalı, yanlış ifadelerde ve açıklamalarda bulunmamalı, sunulacağı iddia edilen hizmeti yerine getirmelidir” maddesinin “müşteriye karşı dürüst olma” ile, 29. maddesinde yer alan “... Bir üye, vereceği tasarım hizmeti için kabul etmiş olduğu her sözleşmenin şartlarını yerine getirmek durumundadır” açıklamasının “isteklere ve sözleşmelere uygun davranma” ile, Graphic Artist Guild’in yayımladığı kodların 8. maddesini “Sanatçı işin teslimi ile ilgili olabilecek herhangi bir gecikme durumunu alıcıya bildirmelidir. Sanatçıdan kaynaklı gerçekleşen sözleşmeye uygun olmayan bir gecikme veya anlaşılan şartnamelere uyumsuzluk durumunda söz konusu bu durum sanatçı tarafından sözleşmenin ihlal edilmesi olarak değerlendirilecektir.” kuralının “zamanlı ve planlı çalışma” kodu ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Bu tema kapsamında öğrenci görüşleri kaynak alınarak oluşturulan tüm kodlar literatüre uygundur. Ancak bu başlıklar altındaki görüşlerin kaç öğrenci tarafından bilindiğini ya da düşünüldüğünü gösteren frekans değerlerine bakıldığında görünümün çok da iyimser olmadığı anlaşılmıştır. Örneğin “isteklere ve sözleşmelere uygun davranma” kodu, içeriği bağlamında hemen hemen tüm yetkili kuruluşlar tarafından benimsenmektedir. Böylesine kabul gören bir sorumluluğun 25 öğrenciden yalnızca 3 öğrenci tarafından ifade edilmesi, “zamanlı ve planlı çalışma” ve “müşteriye karşı dürüst olma” kodlarının da 8’er öğrenci tarafından dile getirilmesi çok düşük değerler olarak kabul edilmiştir.

Müşteriye yönelik sorumluluklar alt temasında, uluslararası kodlarda vurgulanmış olan “tasarımcının müşteri ve firma özel bilgilerinin gizliliği” konusunda tasarımcıların göstermesi gereken hassasiyeti içeren herhangi bir öğrenci görüşünün olmayışı da bu bölümde dikkat çeken bir diğer eksiklik olmuştur.

5.3. Grafik Tasarım Öğrencilerinin Mesleki Hak ve Sorumluluklara Yönelik Görüşlerine İlişkin Bulgularla İlgili Tartışma ve Yorum

Grafik tasarım ürünü; yaratıcı, araştırmacı, rekabetçi ve paylaşımlı bir üretim ortamında üretilir. Grafik tasarımcı bir tasarım ürününü yalnızca kendi yetenekleri ve yaratıcılığı ile oluşturamaz. Birçok disiplinin yaratıcı süreçlerinde olduğu gibi grafik tasarımda da, tasarımcı dış dünyadan etkilenir; kimi zaman bir olaydan, bir görüntüden, başka tasarımdan esinlenir, bazen başkasının ürettiği bir materyale gereksinim duyar ya da bir başka tasarımcı ile birlikte çalışmak ya da müşteriye açılım sağlamak zorunda kalır. Grafik tasarımcının etkilendiği, etkilediği, esinlendiği, hizmet aldığı, hizmet ettiği,

yardımlaştığı kişi ve çevreler farklılaştıkça sorumluluk alanları ve ilkeleri karmaşık hale gelir. Bu nedenle bir çok ülke, kanun ve yönetmeliklerle grafik tasarım etiğine bir takım yükümlülükler getirmiş ve meslek sorumluluklarını belirlemişlerdir. Bu yasaların büyük bir bölümü ülkemizde dahil olmak üzere bir çok ülke tarafından benimsenerek uygulanmaktadır.

Örneğin; eğer bir font açık kaynak değilse, kullanabilmek için o fontun lisansının satın alınması zorunludur. Aksi durumda hiç kimse o fontu tasarımlarında kullanamaz, çoğaltamaz ve paylaşamaz. Yazı tipi yazılımı, aynı zamanda, onu kullanma lisansına sahip olmayan devredilemez veya ödünç verilemez. Bu nedenle, bir müşteriye veya işvereninize ait bir fontun yanlış kullanımı veya yetkisiz kopyalanması, font üreticisinin haklarının ihhalidir ve sizi yasal işlemeye tabi tutabilir (AIGA, 2009 s. 45).

Lisansına sahip olmadığınız bir bilgisayar yazılımını bilgisayara yükleyemez çoğaltıp dağıtamazsınız. Bir eserin aslını veya kopyalarını, herhangi bir şekil veya yöntemle, tamamen veya kısmen, doğrudan veya dolaylı, geçici veya sürekli olarak çoğaltma hakkı münhasıran eser sahibine aittir (FSEK, Madde 22).

Tasarımın kimi zaman paydaş bir üretim sonucu olarak gerçekleşmesi birtakım yasal sorumluluk ve yükümlülükler getirmektedir. Birden fazla kimsenin katılımı ile oluşturulan eser, ayrılmaz bir bütün teşkil ediyorsa bir sözleşmede veya hizmet şartlarında veya eser meydana getirildiğinde yürürlükte olan herhangi bir yasa aksı öngörülmediği takdirde birlikte eser üzerindeki haklar eser sahiplerini bir araya getiren gerçek veya tüzel kişi tarafından kullanılır (FSEK, Madde 10).

Bu bölümde, çok kısa bir süre sonra profesyonel olarak grafik tasarımcı olarak iş hayatına başlayacakları düşünülen katılımcı öğrencilerin yukarıda belirtilen ilke, yasa ve yönetmeliklerin ne kadar farkında olduklarını anlamak için sorulan sorulara verdikleri yanıtlar yorumlanmıştır.

Katılımcılara telif hakkı, lisanslama, kanunlar, spekülasyon çalışmalar ve sözleşmeler ile ilgili belirlenmiş sorular yöneltilmiş ve alınan görüşler Şekil 13'te görülebileceği üzere görselleştirilmiştir. Söz konusu sorular yoruma açık olmadığı için bu bölümde verilen yanıtlar frekans değerleri, diğer tablolarda olduğu gibi öğrenci görüşü sayısına göre değil, öğrenci sayısına göre belirlenmiştir.

Katılımcılara öncelikle kullandıkları fontu nasıl edindikleri sorulmuş, yedi öğrenci, yasal olmayan yolları denediğini, 8 öğrenci yasal yollarla, 10 öğrenci de kimi zaman yasal kimi zamanda yasal olmayan yollarla edindiğini belirtmiştir. Bu durumda açıkça görülmektedir ki yaklaşık 17 katılımcı fontların telif hakkı sözleşmelerine aykırı

davranmaktadır. Öğrencilerin yasadışı font kullanması üretimlerinden ekonomik bir çıkar sağlamadıkları için hoş görülebilir ya da öğrenci bütçesinin bu fontları kiralamak ya da satın almaya yetmediği gibi hafifletici bir neden öne sürülebilir. Ancak görüşme sırasında bazı öğrencilerin bu sorumluluklarının farkında olmaması dikkat çekicidir. Tasarım eğitimi veren kurumun lisanssız font kullanımı durumunda karşılaşılabilecekleri yasal problemlerden öğrencileri haberdar etmeleri gerekmektedir. Çünkü lisanssız font kullanımı font üreticisi firmanın açacağı dava ile önemli hukuksal problemlere neden olabilir. 2012 yılında NBC Universal web sitesinde kullandığı yazı tipleri için, Brand Design firması, yazı tipinin telif hakkının kendi web sitelerine ait olduğunu iddia ederek NBCU aleyhine 3.5 dolarlık bir dava açılmıştır.¹⁴ Böyle bir durumda ceza alan firmanın tasarımcılarına karşı idari bir soruşturma veya yasal bir süreç başlatması olasıdır.

Bu konuyla ilişkili olarak katılımcılara, üretimlerinde kullandıkları görselleri nasıl edindikleri sorulmuş 23 öğrencinin görselleri edinme biçiminin yasal, 1 öğrencinin yasal olmayan yollarla, 1 öğrencinin ise her iki yol ile edindiği anlaşılmıştır. Katılımcıların lisanslı font edinme ve kullanmaya yönelik vermiş oldukları cevaplar ile kıyaslandığında hemen hemen tam tersi bir orantıda öğrencilerin kurallara uygun davrandığı görülmüştür. Bu görüşmelerde yasal olmayan yollar ile edinilmiş görsel kullanımda ne gibi yasal sorunlar yaşanabileceği hakkında öğrencilerin bilgi sahibi oldukları anlaşılmıştır. Tasarım eğitimi veren kurumlarda, görsellerin öğrencilerin kendileri tarafından hazırlanması beklentisinin yüksek olmasının bu sonuçta önemli bir katkısı olduğu düşünülebilir.

Katılımcılara yöneltilen hazır görsel kullanırken nelere dikkat edersiniz sorusu için; 11 öğrenci ön araştırma yanında değişiklikler ve düzeltmeler yaptığını, 14 öğrenci ise herhangi bir araştırma yapmadığını belirtmiştir. Yani 14 öğrencinin tasarımında kullandığı bir fotoğraf veya yazı bir başkasının eseri olabilir. Bir tasarımcının yalnızca kendi edindiği değil, tüm kullandığı materyallerden sorumlu olduğunun farkında olması gerekmektedir.

Grafik tasarımcılar yaratıcı fikirlerini görünür hale getirirken en başta bilgisayar yazılımları olmak üzere birçok materyali bilgisayarına indirip kullanma ihtiyacı duyar. Yazılım üreten firmalar ve materyal paylaşılan internet şirketleri büyük çoğunlukla ilgili ürüne ait gizlilik ve kullanım şartlarını içeren bir sözleşme onayı koşulu ile hizmetini sunmaktadır. Örneğin özellikle grafik tasarım öğrencileri tarafından kullanıldığı söylenen

¹⁴ <http://www.hollywoodreporter.com/thr-esq/nbcu-sued-harry-potter-font-theft-lawsuit-351823>

dafont.com isimli web adresi bilinenin aksine ücretsiz fontlar sunmaz. Web sitesinde, ilgili fontu indirmek için tıklanması gereken butonun hemen üstünde *“Yalnızca Kişisel Kullanım İçin Ücretsizdir”* yazar. Gerçek lisans için font üreticisi ile iletişime geçilmesi gerektiğini belirtir. Yani bir tasarımcı bu siteden indirdiği bir fontu herhangi bir profesyonel işte kullanamaz. Öğrenciler tarafından kullanılan bir başka web adresi shutterstock.com lisans sözleşmesi olmadan sunduğu materyallerin kullanılmasına izin vermez. Hatta birden fazla lisans tercihi sunmuştur. Eğer standart bir lisansa sahipseniz, satın almış olduğunuz bir görseli hiçbir mecrada 500.000 adetten fazla basamazsınız. Sınırsız bir şekilde baskı hakkına sahip olmak istiyorsanız geliştirilmiş görsel lisansını satın almanız gerekmektedir.

Yukarıda belirtilen hafifletici nedenler görsel kullanımı içinde geçerli olabilir. Ancak öğrencilere sorulan *“İnternet üzerinden yazılım, görsel, font vb. gibi materyaller indirmeden önce kullanım sözleşmesini okuyup onaylıyor musunuz?”* sorusuna 4 öğrenci sözleşmeleri okuduğunu, 15 öğrenci okumadığını ve 6 öğrenci ise düzenli bir şekilde dikkat etmediğini söylemiştir. On beş öğrencinin hiçbir sözleşmeyi okumadığını söylemesi, esas olarak etik farkındalıkla ilgili önemli bir sorundur ve hafifletici bir gerekçe olamaz.

Türkçe kullanımda “spekülatif çalışmalar” olarak kullanılan “Spec Work”, ödeme garantisi olmadan yapılan tasarımlar olarak başlı başına tartışmalı bir başka etik problemidir. Mesleğe yeni atılmış, kendini geliştirmek veya portfolyosunu zenginleştirmek isteyen genç tasarımcılar ya da kişisel kariyer ve kazanç için ya da marka değeri yüksek firmalara tasarımlarını kabul ettirmek amacıyla bazı tasarımcılar, tasarımlarını ücretsiz olarak yapmak ister. Genç tasarımcılar için bu tercihin bir takım çıkarıcı firma veya kişiler tarafından kullanılabilme riski yüksektir. Profesyonel tasarımcıların bu tür girişimleri hem grafik tasarım mesleğinin değerini düşürmekte hem de sektörde iş bekleyen tasarımcıyı olumsuz yönde etkilemektedir. AIGA ayrıca spekülatif süreçlerin bir tasarım projesinin önemli nitelikleri olan araştırma süreci, olasılıkların değerlendirilmesi, demo tasarımların geliştirilmesi ve test edilmesi gibi süreçleri de çoğunlukla göz ardı ettiğini, böylelikle müşterilerin bekledikleri tasarım kalitesini tehlikeye attığını belirtmiştir. Bu duruma ek olarak tasarımcı ve müşterinin de fikri mülkiyet, kurum markası ve ürünün sunum kimliği ihlallerinin gerçekleşmesi durumunda yasal riskleri olduğunu da ifade etmiştir.

Katılımcıların spekülatif çalışmalara yönelik görüşleri değerlendirildiğinde; 7 öğrencinin, bu tür çalışmaları uygun bulduğu 18 öğrencinin ise uygun bulmadığı

görülmektedir. Bu veri öğrencilerin çoğunun ülkemizde çok sık görülen bu uygulamanın olumsuz sonuç ve süreçlerinin farkında olduklarını göstermektedir. Katılımcılar; çoğu zaman bu tarz yaklaşımlara maruz kaldıklarını ve bu tür uygulamaların emek, zaman ve özellikle de mesleki saygınlıklarına zarar verildiğini düşündüklerini belirtmişlerdir. Örneğin Ö7 “...sonuçta bu bir meslek ve bence herhangi bir meslek yapan bir insanın belli bir miktarda para kazanıyor olması lazım. Sonuçta sen de bir şeyler katıyorsun dünyaya, sen de birinin ihtiyacını karşılıyorsun ve bunu senin mesleğin olarak düşünmüyor insanlar, daha çok şey gibi düşünüyor, iki dakikalık iş falan diye.” Sözleri ile tasarımcıların spekülâtif çalışmalara yönelik düşüncelerine genel bir yorum getirmiştir.

Bir tasarımcı adayının, ülkemizde yürürlükte olan Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ve Endüstriyel Tasarımların Korunmasına Hakkında KHK hakkında bilgi sahibi olması gerektiği düşünülerek, katılımcılara söz konusu kanunlara yönelik bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuştur. Buna göre yalnızca 3 öğrenci söz konusu kanunları bildiğini, yirmi 2 öğrenci ise bilgi sahibi olmadığını belirten ifadeler kullanmıştır. Böylesine önemli kanunların yalnızca 3 öğrenci tarafından bilinmesi tartışılması gereken bir olgudur.

Sanat eserlerini ve sanatçı haklarını önemli ölçüde güvence altına alan bu kanunların tüm maddelerinin bilinmesi, özellikle telif hakları, eser hakları, çoklu mülkiyet hakları konusunda birçok öğrencinin hak ve sorumluluklarının farkında olarak işe başlamalarını sağlayabilir.

5.4. Grafik Tasarımı Öğrencilerinin Etik Eğitime Yönelik Görüşleri

Bu bölümde, araştırmanın üçüncü alt amacına uygun olarak; “etik eğitimi gerekli midir?” sorusuna öğrencilerin verdikleri yanıtlar ve etik eğitiminin programlanmasına ilişkin görüşleri yorumlanmıştır.

Görüşme formu oluşturulurken, görüşme soruları aracılığıyla öğrencilerin de grafik tasarımda etik sorumluluklara ilişkin kendi yeterliklerinin ne olduğunun farkına varacakları ve yeterli bir etik kavrayış için ne yapılması gerektiği üzerinde düşünecekleri var sayılmıştır. Bu nedenle “Etik eğitimi gerekli midir?” sorusu görüşmenin son sorusu olarak tasarlanmıştır.

Uluslararası alanda meslek etiklerinin yoğun olarak tartışılmaya başlamasının önemli nedenlerinden birisi teknolojinin sağladığı yeni iletişim ortamlarının ve üretim yöntemlerinin yeni etik sorunlar yaratmasıdır. Birçok meslek dalında olduğu gibi grafik tasarımı alanında da aynı çabanın sürdürülmesinin önemli bir nedenin bu alanda etik

kuralların bilinmemesi ya da yaygın olarak uygulanmaması olduğu düşünülebilir. Yukarıda sunulan farklı bölüm analizlerinden de anlaşıldığı gibi, öğrencilerin, çok kısa bir süre sonra profesyonel yaşama geçecek olmalarına karşın (bazı öğrencilerin öğrencilik süresi içinde de profesyonel olarak çalıştığı bilinmektedir), mesleklerinin sorumluluk alanlarını, bu alanlara ilişkin uymakla yükümlü oldukları etik ilkeleri, yasal kuralları ve haklarını sınırlı ölçülerde bildikleri anlaşılmıştır.

Bu bölümün analizleri sonucunda ise, 21 öğrencinin etik eğitiminin önemli ve gerekli olduğunu düşündüğü anlaşılmıştır. Etik eğitimin nasıl verilmesini istedikleri sorulduğunda, farklı beklentiler içinde oldukları anlaşılmıştır. Çoğunluğu grafik tasarımda etik konusunun, programlarda bağımsız bir ders olarak yer alması gerektiğini söylerken, üç öğrenci bu konunun diğer dersler içinde verilmesinin yeterli olacağını belirtmiştir. Aşağıda örnekleri verildiği gibi, öğrencilerin bazıları, bu eğitimin birinci sınıftan başlayarak verilmesinin öğrenim sürecinde üretilen işlerin de niteliğini değiştireceğini ve başarının değerlendirilmesinin hem daha adil hem de daha güvenilir olmasını sağlayabileceğini söylemişlerdir.

“Gerekli. Bence gerekli. İnsanlar ne yapması gerektiğini, ne yapmaması gerektiğini öğrenmeliler. Ona göre ben grafik tasarımcıyım diye gezmeleri gerekiyor bence. Mezun olan arkadaşlarımızda da görüyoruz işte, a bak şu çalıntıymış mezuniyet sergisinde görüyoruz, daha sonra gerçek hayatta karşımıza çıkıyor aynı iş. Ama bak bu çalıntıymış, bu çalıntı değilmiş falan mevzusu geçiyor aramızda. Hoş olmuyor. O yüzden dikkat etmeleri için, özellikle akıllarına yazılsın diye böyle bir ders bence gerekli.” (Ö18)

“Kesinlikle gereklidir. Neden? Çünkü yani kendi arkadaşlarım dahi olsa gerçekten kendim esinlenmek için gezindiğim zaman internette arkadaşımın yaptığı işi orada görebiliyorum hocaya sunuyor yani adam bir de hiçte korkmadan. Ben bunu gördüm diyebilir hoca yani korkunç öğretmene sunan herkese sunar yani arkadaşı alınmaz yani mutlaka gereklidir.” (Ö13)

Öğrenciler söz konusu eğitimin seminer, ünite ve ders şeklinde olabileceği gibi önerilerde bulunmakla birlikte; güzel sanatlar lisesi mezunu öğrenciler tasarım etiği eğitiminin bu tür liselerde de programa alınması gerektiğini vurgulamışlardır.

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgular ışığında ulaşılan sonuçlar, ve araştırmaya yönelik önerilere yer verilmiştir.

6.1. Sonuçlar

Araştırmada nitel boyutta yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin uygulanmasıyla elde edilen bulguların çözümlenmesi sonucunda, çalışma gurubunu oluşturan güzel sanatlar fakültesi grafik tasarımı bölümü son sınıf öğrencilerinin, grafik tasarımın sorumluluk alanları ve etik ilkelerine yönelik farkındalıkları hakkında ve öğrenim sürecinde nasıl bir etik eğitime gereksinim duyduklarına ilişkin çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar araştırmanın alt amaçlarına uygun olarak aşağıda sunulmuştur.

- 1- Her bir katılımcının, her soruya kodlanabilecek nitelikte en az iki görüş belirtebileceğini varsayarak toplamda her soru için 50 görüşün; yetkili kurumlar tarafından ortak kabul görülen ilkelere yönelik ise en az 20 ortak görüşün oluşması gerektiği düşünülmüş ve bu sınırlar asgari yeterlik düzeyi olarak öngörülmüştür. Ancak araştırma sonucunda bir frekans dışında hiçbir frekansın bu düzeye ulaşamadığı belirlenmiştir.
- 2- Etik kavramının içeriğine yönelik 25 katılımcının belirttiği 26 görüş içerisinde 24 görüşün kavram içeriğine yakın olduğu belirlenmiştir. Kavram içeriğine yakın olarak belirlenen görüşler içerisinde 14 katılımcı tarafından belirtilen **“toplumsal değerlere uygun davranma”** ve 9 katılımcı tarafından belirtilen **“ahlaki değerlere uygun davranma”** en çok katılımlı içerik olmuştur.
- 3- Grafik tasarımda etik kavramının içeriğine yönelik 25 katılımcının belirttiği 30 görüş içerisinde 22 görüşün kavram içeriğine yakın olduğu belirlenmiştir. Kavram içeriğine yakın olarak belirlenen görüşler içerisinde 10 katılımcı tarafından belirtilen **“yasalara uygun davranma”** ve 6 katılımcı tarafından belirtilen **“tasarım bilgisini doğru iletme”** en çok belirtilen içerik olmuştur. Diğer içeriklerin ortaklık sayıları çok düşüktür. Sonuç olarak; görüş ve görüşe katılım

değerleri karşılaştırıldığında katılımcıların grafik tasarım etiğinin kavram içeriğini algılama düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür.

- 4- Grafik tasarımın sorumluluk alanlarına ilişkin olarak katılımcılar 44 görüş bildirmiş, 38 görüş içeriğe uygun bulunmuştur. İçeriğe uygun görüşler 5 alt tema altında 17 ilkeye ayrılarak kodlanmıştır. On altı görüş ile oluşturulan “yasal hak ve sorumluluklar” alt teması, en yüksek ortak görüş içeren tema, aynı tema altında yer alan ve 8 katılımcı tarafından dile getirilen **“fikir ve eser hırsızlığı yapmama”** bütün görüşler arasında en çok ortaklık sağlayan ilke olmuştur. Dokuz görüş ile oluşturulan “ahlaki değerlere yönelik sorumluluklar” diğer dikkat çeken alt temadır. Bu tema altında 6 katılımcı **“tasarım sürecinde doğru ve dürüst davranma”** ilkesinde ortaklık sağlamıştır. “Topluma ve çevreye yönelik ilkeler”, “müşteri ve hedef kitleye yönelik ilkeler”, “mesleğe yönelik ilkeler” alt temalarında yer alan ilkelerin katılım değerlerinin de çok düşük olduğu görülmüştür. Sonuç olarak; katılımcı sayıları, alt temalar ve ortaklık değerleri karşılaştırıldığında katılımcıların çok az ilke belirtebildikleri anlaşılmaktadır.

- 5- Grafik tasarımın etik ilkeleri hakkında katılımcıların ayrıntılı bilgi verebilmesi ve buna bağlı olarak farkındalık düzeylerinin daha doğru belirlenmesi amacıyla grafik tasarımın sorumluluk alanları ayrı başlıklar altında tek tek sorulmuştur.

a- “Topluma yönelik sorumluluklar” temasına ilişkin 25 katılımcı 34 görüş belirtmiş, ortak görüşlerden 8 farklı ilke oluşturulmuştur. **“Toplumu yönlendirme ve bilinçlendirme”** 13 ortak görüşle, **“toplumun değerlerine uygun tasarımlar üretme”** 11 ortak görüşle en yüksek katılım değeri olmuştur.

b- “Çevreye yönelik sorumluluklar” temasına ilişkin 25 katılımcı 37 görüş belirtmiş, ortak görüşlerden 3 farklı alt tema oluşturulmuştur. **“Çevrenin sürdürülebilirliğine yönelik sorumluluklar”** 21 katılımcının ortak görüşü olan alt tema, **“çevre dostu malzeme kullanma”** ve **“gereksiz tüketimi önleme”** 10’ar katılımcı ile en çok ortak görüş değeri olan ilkeler olmuştur.

- c- “Meslektaşlara yönelik sorumluluklar” teması altında 42 görüş belirtilmiş. Ortak görüşler 7 ilkede toplanmıştır. 12 katılımcının ortaklaştığı **“iş akışını aksatmama”** en yüksek katılımlı ilke olmuştur. **“karşılıklı saygı gösterme”**, **“yardımlaşma ve bilgi paylaşımında bulunma”** 8 ortaklık değeriyle diğer yüksek katılımlı ilkelerdir.
- d- “Tüketiciye yönelik sorumluluklar” teması altında 28 görüş belirtilmiş, ortak görüşler 5 ayrı ilkede toplanmıştır. On sekiz katılımcının ortaklaştığı **“tüketiciyi/toplumu yanıltmamak”** en yüksek katılımlı ilkedir.
- e- “Müşteriye yönelik sorumluluklar temasına ilişkin 43 görüş belirtilmiş ve ortak görüşler 8 ilke olarak gruplandırılmıştır. **“Müşteriye karşı dürüst olma”**, **“zamanlı ve programlı çalışma”**, **“müşteri ile iletişim içinde olma”** ilkeleri 8 ortaklı görüşler olarak bu grupta en yüksek ortaklı 3 ilkedir.
- f- “Grafik tasarımcının mesleki hak ve sorumlulukları” ana teması kapsamında katılımcılara 9 soru sorulmuştur. Bu sorular, bir tasarımcının üretim sürecindeki hak ve sorumluluklarına ilişkin bilgileri içermektedir.
- Kullandıkları fontlarla ilgili sorulara verilen cevaplardan katılımcıların çoğunun **lisansız font kullandığı**, lisanslı font kullananların ise bu **fontları arkadaşlarıyla paylaştıkları**, bu **paylaşımın yasa dışı olduğunu bilmedikleri** sonucuna ulaşılmıştır.
 - Kullandıkları görsellerle ilgili sorulara verilen cevaplardan katılımcıların, çoğunun bu görselleri yasal yollarla edindikleri ya da kendi ürettikleri görselleri kullandıkları, internetten edindikleri **materyallerin sözleşmelerini çoğu zaman okumadıkları**, intihal kavramının sınırlarının ne olduğunu bilmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.
 - Katılımcıların çoğunun, sanatçı ve tasarımcıların hak ve sorumluluklarını düzenleyen **kanun, yasa ve yönetmeliklere ilişkin hiçbir duyum ve bilgilerinin olmadığı** anlaşılmıştır.

6- Katılımcıların çoğunun etik eğitiminin gerekli olduğunu düşündüğü ve bir ders olarak programda yer almasını istediği sonucuna ulaşmıştır.

6.2. Öneriler

Araştırmada elde edilen bulgular ve varılan sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulmuştur.

6.2.1. Araştırmaya Yönelik Öneriler

1. Tez araştırması nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Yapılması olası benzer çalışmalarda kullanılabilecek araştırma yöntem ve tekniklerin çeşitlendirilmesi konunun daha ayrıntılı incelenmesini sağlayabilir. Daha geniş örneklem ve nicel bir çalışmayla zenginleştirilen bir araştırma daha farklı ve ayrıntılı bulgulara ulaşacaktır.
2. Araştırmada yalnızca grafik tasarımcı adaylarının görüşlerine başvurulmuştur. Üniversitelerde grafik tasarım eğitimi veren öğretim elemanları, özel grafik tasarım kurslarındaki eğitmenler, grafik tasarım ajansları sahipleri ve sektörde çalışan profesyonel grafik tasarımcıları ile benzer çalışmalar yapılabilir.
3. Grafik tasarımda etik eğitime ilişkin bir ünite plan taslağı hazırlanarak gerçekleştirilecek pilot bir çalışmayla elde edilecek sonuçlar değerlendirilebilir.
4. Mesleki etik eğitimi dersi veren programların birinci sınıf ve son sınıf öğrencileri arasındaki etik farkındalıklar araştırılarak etik eğitiminin sonuçları hakkında önemli bulgulara ulaşılabilir.

6.2.2. Uygulamaya yönelik öneriler

1. Alanında yeterliğe sahip uzmanlar ve akademisyenlerden oluşan bir kurul tarafından, yaşadığımız yüzyılın gereksinimlerini ve sorunlarını kapsayan, olası etik problemleri öngören, topluma ve ülkeye özgü değerleri ve farklılıkları dikkate alan etik ilkeler bildirgesi oluşturulmalıdır.

2. Öğrencilerle yapılan görüşmelerde, etik duyarlılığa sahibi kurumlarda çalışan veya staj yapan öğrencilerin diğer öğrencilere göre meslek etiği ve kurallarının daha fazla farkında oldukları gözlenmiştir. Bu veri ışığında öğrencilerin staj yapacakları kurumların seçiminde özen gösterilmelidir.
3. Grafik tasarım öğrencilerinin kısıtlı olanaklar nedeniyle korsan yazılım ve materyallere yöneldikleri görülmüştür. Bu durumu önlemek adına öğrencilerin tasarım sürecinde gereksinim duyduğu materyallerin kurum tarafından karşılanması ya da proje desteği sağlanması için çaba gösterilmelidir.
4. Akademik kurumlar, sektördeki temsilciler tarafından tasarım etiği konulu konferanslar, paneller, çalıştaylar ve eğitici etkinlikler düzenlenebilir.
5. Katılımcılar, üretilen milyonlarca tasarım arasından kopya tasarımların teşhir edilmesinin olanaksızlığına ve bu durumun kimi tasarımcılar tarafından suiistimal edildiğine yönelik görüşler belirtmişlerdir. İnternet tabanında, benzer metin tarayan yazılımlarda (Turnitin) olduğu gibi, bir tasarımı, web kaynakları üzerinden çeşitli yönleri ile tarayan yazılımlar geliştirilerek, tasarım intihali konusundaki suiistimaller azaltılabilir.
6. Tasarımcı topluluğuna kılavuzluk edecek, grafik tasarımda etik ilkeler ve yasal sorumluluklara ilişkin ayrıntılı bilgiler sunan bir web sitesi ve basılı yayınlar hazırlanabilir.

KAYNAKÇA

- Alankuş, S. (2005). *Medya, etik ve hukuk*. İstanbul: İletişim Vakfı Yayınları.
- Allen, S. (1990). The meaning of ethics today: A critical structure for evaluating modern ethics. *Retrieved June, 2, 2014*.
- Ay, C., Kartal, B., ve Nardalı, S. (2010). *Pazarlamada etik yaklaşımlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aykan, O. (2008). *Grafik tasarımında etik - grafik tasarımcının sosyal ve kültürel sorumlulukları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Badiou, A. (2003). *Etik kötülük kavrayışı üzerine bir deneme*. (T. Birkan, Çev.), İstanbul: Metis Yayınları. (Orijinal çalışma 2001 yılında yayımlanmıştır)
- Bogdan, R.C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education – an introduction to theory and methods*. (5th ed.). Boston: Pearson.
- Boylston, S. (2007). Teaching Toward an Ethical Legacy in Graphic Design. *Teaching Ethics*, 7(2), 49-62.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). Bilimsel araştırma yöntemleri. *Ankara: Pegem Akademi*, 177-184.
- Christensen, L. B., Johnson, R. B., & Turner, L. A. (2015). Araştırma yaklaşımları ve veri toplama yöntemleri. (A. Boyacı & K. Bozkış, Çev.). A. Aypay (Çev. Ed.). *Araştırma yöntemleri – desen ve analiz içinde* (s. 30 – 70). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry & research design: choosing among five approaches* (3rd ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Çotuksöken, B. (2003). Felsefe açısından etik: tanımlar-sınırlar. *Türkiye Mühendislik Haberleri*, (423).
- Devon, R., & Van de Poel, I. (2004). Design ethics: the social ethics paradigm. *International Journal of Engineering Education*, 20(3), 461-469.

- Dixon, C., (Autumn 1999). *First Things First*. Adbgusters.
- Erdal, H., Erdal, G. & Yücel, M. (2013). Üniversite öğrencilerinin çevre bilinç düzeyi araştırması: Gaziosmanpaşa Üniversitesi örneği. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 4(2013), 57-6.
- Felton, E., Zelenko, O. & Vaughan, S. (Eds.). (2012). *Design and ethics: Reflections on practice*. Oxon: Routledge.
- Fraenkel, J. R. & Wallen, N. E. (2006). *How to design and evaluate research in education*. (6th ed.). New York: McGraw-Hill International Edition.
- Jowett, S.G., (2012). *Propaganda and Persuasion*. Montana State University, ABD: Sage Publication.
- Kane, E. M. (2010). *Ethics in Graphic Design: A Call to Arms for an Undergraduate Course*. Unpublished doctoral dissertation, Savannah College of Art and Design.
- Kınık, M. (2015). Grafik tasarımında etik ve intihal. *International Journal of Humanities and Education*, 1(2), 304-322.
- Kocyiğit, M. (2011). *Sosyal sorumluluk projelerinin halkla ilişkilerinin işlevselliğinin üzerine etkisi (örnek olay incelemesi)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Lofthouse, V., & Lilley, D. (2009). Teaching Ethics in Design: A Review of Current Practice. In *DS 58-10: Proceedings of ICED 09, the 17th International Conference on Engineering Design, Vol. 10, Design Education and Lifelong Learning, Palo Alto, CA, USA, 24.-27.08. 2009*.
- Long, T., & Johnson, M. (2000). Rigour, reliability and validity in qualitative research. *Clinical effectiveness in nursing*, 4(1), 30-37.
- Loo, S (2012). *Design and ethics: reflections on practice*. Oxon: Routledge Publishing
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice Oxford University Press*, 13(6), 522 – 525.
- Merriam, S. B. (1995). What can you tell from an n of 1?: issues of validity and reliability in qualitative research. *PAACE Journal of Lifelong Learning*, 4, 51-60.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.

- Noble, H. & Smith, J. (2015). *Issues of validity and reliability in qualitative research. Evid Based Nurs, 18*(2), 34-35.
- Özturan, H. (2011). Etik ile ahlak arasında: Türkçe ahlâk felsefesi literatürüne dair etik kavramı kullanımı üzerinden bir değerlendirme. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, 9*,17,171.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9*(1), 287-311.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). London: Sage Publications.
- Perkins, S., (2006). *Ethic and Social Responsibility*. Web: <http://www.aiga.org/ethics-and-social-responsibility>
- Pieper, A., (2012). *Etiğe Giriş* (V. Atayman & G. Sezer, Çev.) (2. bs.) İstanbul, Ayrıntı Yayınları. (Orijinal çalışma 1999 yılında yayımlanmıştır)
- Pratkanis, A. R., & Aronson, E. (2001). *Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion*: Macmillan.
- Prusynski (2003). Ethics in design.
- Rich, K.L., (2013) Introduction to ethics (Chapter 1). In J.B. Butts & K.L. Rich. *Nursing ethics across the curriculum*
- Şahin, S. (2010). *Grafik Tasarımda Esinlenme, İntihal ve Özgünlük İncelemesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Uzun, R. (2007). İletişim Etiği, Sorunlar ve Sorumluluklar. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kırkıncı Yıl Kitaplığı, (2)*.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (7. bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

EKLER

EK 1. ETİK KURUL RAPORU

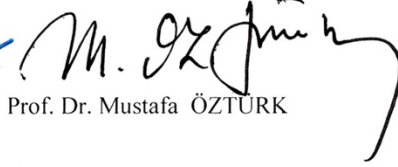
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu
Toplantı Tutanağı

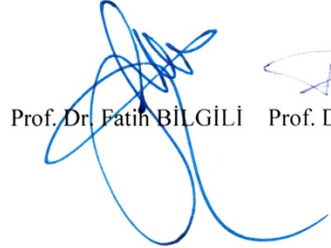
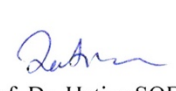
Toplantı Tarihi: 31 Ocak 2017, saat 12.00

Toplantı Yeri: İktisat Bölümü Toplantı Salonu

Toplantıya Katılamayan Üyeler: Prof. Dr. Tahir BALCI, Prof. Dr. Mustafa APAYDIN,
Prof. Dr. Meral ATICI

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü tarafından Komisyonumuza gönderilen ve Sanat ve Tasarım Anabilim Dalı tezli yüksek lisans öğrencisi Ömer ERDEM'in danışmanı Prof. Dr. Birnur ERALDEMİR danışmanlığında hazırlamakta olduğu "Grafik Tasarımcı Adaylarının Grafik Tasarımın Etik İlkelerine Yönelik Farkındalıklarının İncelenmesi" başlıklı tezi için bazı üniversitelerin Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı dördüncü sınıf öğrencilerine ve öğretim üyelerine sormayı planladığı iki ayrı soru seti ve anket ile ilgili olarak "Etik Kurul Onay Belgesi" olarak verilmesine oy birliği ile karar verilmiştir.

  
Prof. Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU Prof. Dr. Serap Çabuk Prof. Dr. Mustafa ÖZTÜRK
Kurul Başkanı

  
Prof. Dr. Fatih BİLGİLİ Prof. Dr. Birnur ERALDEMİR Prof. Dr. Hatice SOFU

Prof. Dr. Tahir BALCI
(Katılamadı)

Prof. Dr. Meral ATICI
(Katılamadı)

Prof. Dr. Mustafa APAYDIN
(Katılamadı)

EK 2. KATILIMCI GÖRÜŞME FORMU

1. Etik nedir? Etik hakkında neler söyleyebilirsiniz?”
2. Grafik tasarımda etik nedir?
3. Grafik tasarımın etik ilkeleri / sorumlulukları alanları nelerdir?
4. İnternet üzerinden yazılım, görsel, font vb. gibi materyaller indirmeden önce kullanım sözleşmesini okuyup onaylıyor musunuz?
5. Bir grafik tasarımcının topluma karşı sorumlulukları var mıdır? Varsa neler olabilir?
6. Bir grafik tasarımcının müşterilere karşı sorumlulukları var mıdır? Varsa neler olabilir?
7. “Bir grafik tasarımcının çevrenin geleceğine karşı sorumlulukları var mıdır? Varsa neler olabilir?
8. Bir grafik tasarımcısının meslektaşlarına karşı sorumlulukları var mıdır? Varsa neler olabilir?
9. Üretilen grafik tasarımların tüketicilerin kararlarını yönlendirmeye yönelik güçlü bir etkisi olduğu düşünüldüğünde bir grafik tasarımcının dikkat etmesi gereken etik ilkeler/kurallar var mıdır? Varsa nelerdir?
10. İntihal nedir? Esinlenmeden farkını nasıl açıklarsınız? Bir tasarımda esinlenme ölçütü / limiti ne olmalıdır?
11. Kullandığınız fontlar ücretli midir? Ücretsiz midir?
12. Kullandığınız fontları nereden ve hangi yollar ile temin ediyorsunuz? Listeler misiniz?
13. Lisanslı bir font kullanıyorsanız bu fontu arkadaşınız ile paylaşıyor musunuz?
14. Grafik tasarımlarınızda kullandığınız görselleri nasıl ve nereden elde ediyorsunuz?
15. Bir grafik tasarımcı hazır görsel kullanırken nelere dikkat etmelidir?
16. Grafik tasarımcıların yarıştırlmasını etik açıdan değerlendirebilir misiniz?
17. Grafik tasarım üretimlerinin hangi koşullarda veya projelerde ücretli yada ücretsiz hizmet olarak sunulması etik ilkelere/kurallara uygundur? Neden?
18. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ve *Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında KHK* ile ilgili neler biliyorsunuz?
19. Sizce “Grafik Tasarımda Etik ” eğitimi gerekli midir? Neden? Gerekli ise içeriği nasıl olmalıdır?
20. Bir grafik tasarımcı olarak iş hayatına başladığınızda etik bakımından yeteri kadar donanımlı ve farkındalıklı olarak hizmet sunabileceğinizi düşünüyor musunuz? Neden?
21. Grafik tasarımda etik ile ilgili eklemek istediğiniz görüş ve önerileriniz nelerdir?