

**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANABİLİM DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI PROGRAMI**

**RENK SEMBOLİZMİ VE MODA TASARIMINA
ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Duygu KUNDAKÇI**

**Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Şenay ALSAN**

İstanbul – 2016

**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANABİLİM DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI PROGRAMI**

**RENK SEMBOLİZMİ VE MODA TASARIMINA
ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Duygu KUNDAKÇI**

**Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Şenay ALSAN**

İstanbul – 2016

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Tekstil ve Moda Tasarım Anabilim Alanı / Sanat Dalı Tekstil ve Moda Tasarım Programı Tezli Yüksek Lisans
öğrencisi ...Duygu Kundakçı... tarafından hazırlanan
“...Renk Sembolizmi ve Moda Tasarımına
Etkisi...”
adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Tarihi : 07/01/2016

(Jüri Üyesinin Ünvanı, Adı, Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Seray Alsarı

Danışman: T.C. Halıç... Üniv. Tekstil / ASD / ABD Öğr. Üyesi
Ün. Moda Tas.

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Söhret Aktepe

T.C. Halıç... Üniv. Tekstil / ASD / ABD Öğr. Üyesi
ve Moda Tas.

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Engin Akdoğan

Gelişim... Üniv. Tekstil / ASD / ABD Öğr. Üyesi

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Serhat Oktay

..... Üniv. ASD / ABD Öğr. Üyesi (Yedek)

Jüri Üyesi:

..... Üniv. ASD / ABD Öğr. Üyesi (Yedek)

.....
.....

.....
.....

.....
.....

.....
.....

ÖNSÖZ

“Renk Sembolizmi ve Moda Tasarımına Etkisi” isimli araştırma Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı’nda tez olarak hazırlanmıştır.

Sembollerin iletişimde vazgeçilmez olduğu bir dönemde yaşıyoruz. Renk olgusu ile birleşen sembolizm, modada da ifade alanı bulmaktadır.

Araştırmanın süresince bana katkıda bulunan ve her türlü soruma yılmadan cevap veren danışmanım Haliç Üniversitesi öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Şenay ALSAN’a, manevi desteklerini hiç eksik etmeyen aileme, motivasyonuma olumlu yönde katkı sağlayan Dilek ULUBULUT, Yeşim BEŞKAYA, Merve MAZI ve Gönül ŞENGİL’e teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul, 2016

Duygu KUNDAKÇI

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ŞEKİLLER LİSTESİ	III
ÖZET	V
ABSTRACT.....	VI
1. GİRİŞ	1
2. RENK.....	3
2.1. Tarihsel Açıdan Renge Yaklaşım	4
2.2. Renk Oluşumu	6
2.3. Görsel Sanatlarda Renk.....	8
3. SEMBOLİZM VE RENK	10
3.1. Renk Sembolizmine Kültürel Yaklaşım	11
3.1.1. Kırmızı	12
3.1.2. Beyaz.....	16
3.1.3. Siyah	18
3.1.4. Yeşil	21
3.1.5. Sarı	22
3.1.6. Mavi	24
3.2. Renk Sembolizmine Psikolojik Yaklaşım	27
3.3. Renk Sembolizmine Politik Yaklaşım	35
3.4. Renk Sembolizmine Dini Yaklaşım.....	37

4. MODA TASARIMINDA RENK SEMBOLİZMİ	45
4.1. Görsel İletişim Dili Olarak Moda	45
4.2. Moda ve Renk.....	47
4.2.1. Renk Trendlerinin Belirlenmesi.....	49
4.2.1.1. Amerika Birleşik Devletleri Derneği (CAUS).....	51
4.2.1.2. Color Marketing Group (CMG).....	51
4.2.1.3. Global Color Research (GCR).....	51
4.2.1.4. Pantone.....	51
4.2.1.5. Uluslararası Renk Komisyonu (Intercolor).....	52
4.2.1.6. Natural Color System (NCS)	52
4.2.1.7. WSGN (Moda Trend Tahminleri ve Analizleri).....	52
4.2.1.8. Première Vision	53
4.2.1.9. Trendstop	53
4.3. Modanın Tarihsel Sürecinde Renk Sembolizmi	54
4.4. Renk Sembolizminin Günümüz Modasına Yansıması	65
4.5. Duygu Durumlarının Giyinmeye Etkisinde Renk Sembolizmi	74
4.6. Görsel Sanatlarda Sembolizm Akımının Modaya Yansıması	76
4.7. Moda Pazarlamada Renk Sembolizmi	80
5. SONUÇ	82
6. KAYNAKLAR	85
7. ÖZGEÇMİŞ	90

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 3.1 : Willendorf Venüsü	13
Şekil 3.2 : Hindistan Düğününde Zerdeçal Töreni	24
Şekil 3.3 : Hilazonlar ve Thelet Rengi.....	38
Şekil 4.1 : Kim Kardashian Beyaz Balmain Elbisesi ile.....	48
Şekil 4.2 : Yaprak	50
Şekil 4.3 : Yaprak Fotoğrafının Bir Bölümünün %3200 Yakınlaştırılmış Hali	50
Şekil 4.4 : Trendstop Öngörülleri ve İlgili Sezonun Örnekleri.....	53
Şekil 4.5 : Trendstop Öngörülleri ve İlgili Sezonun Örnekleri.....	54
Şekil 4.6 : Antik Mısır Takıları.....	55
Şekil 4.7 : Kraliçe Nefertiti Büstü.....	56
Şekil 4.8 : Boynuzlu Savaş Başlığı.....	57
Şekil 4.9 : Roma Togası.....	58
Şekil 4.10 : III. Otto	59
Şekil 4.11 : İmparator Şarlman – MS 794-800	59
Şekil 4.12 : Van Eyck Tablosu – Siyahlar İçindeki Flaman Kıyafetli İtalyan Tüccar	60
Şekil 4.13 : Anthony van Dyck, Koyu Mavi Elbisesi ile Henrietta Maria Portresi...	61
Şekil 4.14 : Amadeus Filminde Mozart	62
Şekil 4.15 : Viktoryan Dönemi Yas Kıyafeti.....	63
Şekil 4.16 : Mavi – Beyaz Çizgili Yürüyüş Elbisesi	64
Şekil 4.17 : Dönemin Spor Giysilerinde En Fazla Kullanılan Renkler	64
Şekil 4.18 : İnanç Sistemlerinin Modayı Etkilemesi	66
Şekil 4.19 : Satanizm Sembollü	67
Şekil 4.20 : Satanizm Sembollü Siyah Büstiyer	67
Şekil 4.21 : Modernize Edilmiş Antik Roma Giysisi Tasarımı	68
Şekil 4.22 : Valentino Sonbahar/15 Tasarımı	69

Şekil 4.23 : Gaultier Tasarımı – 2007	70
Şekil 4.24 : Immaculéé	71
Şekil 4.25 : Sedefli Plakalar ile Fütüristik Tasarım	72
Şekil 4.26 : Altın Plakalar ile Fütüristik Boyunluk.....	72
Şekil 4.27 : Beyaz Renkli Fütüristik Tasarım.....	73
Şekil 4.28 : Hippi'ler.....	73
Şekil 4.29 : Su & Yağ – Meisel	74
Şekil 4.30 : 1962 – Vogue Dergisinde Balenciaga Tasarımı	77
Şekil 4.31 : Galliano 2008 Gustav Klimt Tasarımı.....	78
Şekil 4.32 : Galliano 2008 Gustav Klimt Tasarımı.....	78
Şekil 4.33 : Aquilano Romandi 2004.....	79

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Duygu KUNDAKÇI
Anabilim Dalı : Tekstil ve Moda Tasarımı
Programı : Tekstil ve Moda Tasarımı
Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Şenay ALSAN
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Ocak 2016

RENK SEMBOLİZMİ VE MODA TASARIMINA ETKİSİ

ÖZET

Renk ve sembolizm yaşamın her alanında insanlarla birlikte olan bir iletişim dili olarak karşımıza çıkmaktadır. Renkler oluşumu itibariyle fiziksel bir olaydır ancak renklerin insanlarda yarattığı algı bireysel, toplumsal ve evrensel açılardan değişiklik göstermektedir. Semboller ise evrenseldir. Dilin yetersiz olduğu durumlarda biçim, ses ve renk gibi özelliklerle durumların ifadesinde kullanılabilirler. Renklerin ve sembollerin birleşimi ile sözlü ifadenin ötesinde mesajlar verilmesi mümkündür. Moda da sadece göze hoş gelenin ticari unsur olarak sunulmasından öte, içerisinde geçmiş ve bugünü barındıran bir bilgi birikimidir. Aynı zamanda ifade edilmek istenenin görsel olarak rahatça sunulabileceği evrensel bir dildir. Rengin oluşumu, tarihteki yeri ve görsel sanatlarda kullanımı araştırılmış, sembolizm bağlamında çeşitli kültürlerde, psikolojide, politikada ve dinlerde kullanımı araştırılmış, bu bilgilerin ışığında renk sembolizminin moda tasarımına etkisi incelenmiş ve yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Renk, Sembolizm, Moda.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Duygu KUNDAKÇI
Field : Textile and Fashion Design
Program : Textile and Fashion Design
Supervisor : Yrd. Doç. Dr. Şenay ALSAN
Degree Awarded and Date : Yüksek Lisans – Ocak 2016

COLOR SYMBOLISM AND EFFECTS ON FASHION DESIGN

ABSTRACT

Color and symbolism emerges as a language in every area of life. Genesis of colors is a physical phenomenon but the color perception changes in every human's mind as individual, social and universal. Symbols are universal too. They can be used like shapes, sounds and colors when the language is not enough. It is possible to give superior messages than verbal phrase with color and symbol combination. Fashion is a knowledge that includes past and today further than being just an attractive business. It is also a universal language to exhibit phrases easily as visuals. Colors are researched in subjects that; its genesis, its history and in visual arts. Color in the context of symbolism; is studied in various cultures, in psychology, in politics and in religions. Color symbolism effects in fashion design; is researched and interpreted with these total datas.

Key Words: Color, Symbolism, Fashion.

1. GİRİŞ

Renk, görme duyumuzun en hassas olduğu algılardan biridir. Varlığın ayırt edilmesini sağlayan en önemli özelliklerden olan renk, çok eski çağlardan beri insanlığın dikkatini çekmiş ve maddeleri, olayları algıda kategorize etmek için kullanılmıştır. Toplumların yapıları ve içinde buldukları alanlara göre geliştirdikleri kendilerine has kültürlerde renkler de ayrı ayrı anlamlar kazanarak içinde yaşadığımız dünyayı tanımak ve ifade etmek için ayırt edici bir unsur haline gelmiştir.

Doğanın bize sunduğunun farkında olan ve bunu imgeleştiren insanlar, bugünün renk sembolizmini, kültürleri ile temellendirmişlerdir. İnsanlığın zihnine düşen bir imge, dahil olduğu andan itibaren yaşamaya başlar, büyür ve olgunlaşır. Neolitik ve Kalkolitik çağlarda kadının cinsel açıdan güçlü, doğurgan ve bereketli olduklarını simgelemek için yapılan figürlerde kullanılan kırmızı, bugün anlam geliştirmiş ve acıkma hissinden kızıl örgütlere kadar anlam geliştirmiştir.

Bugün renkler hayatımızın her parçasında, tenimizin bile üzerinde var olarak ırkımızı sembolize edebilen olan bir olgudur. Tarih öncesi çağlardan itibaren başlayan, bir algı oluşturmak için kullanılan renkler, bugün de her alanda kullanılmaktadır. Kültür bilinci, siyasi görüşler, dini inanışlar, sosyal hayat, marka logoları vb. ifadeler hitap ettiği çevrelerini genişletmek, daha çok bilince ulaşmak, insanları kendilerine yaklaştırmak hatta bazen kendilerinden biri yapmak, aynılaştırmak için semboller kullanır. Bu sembollerde renklerin kullanımı ve doğru kullanımı önemlidir. Bir olguyu ifade etmek, hatta bunun ötesinde empoze etmek için renkler diğer bileşenlerle bir bütünlük içinde sunulur.

Rengin imgesel bir şekilde zihinde yerleşmesi hem yaşantı hem de öğrenme ile gerçekleşir. Yeşil rengin doğayı sembolize etmesi öğrenme gerektirmeyeceği gibi, İslam'da ölümü sembolize ettiğini bir Hindu'nun öğrenmiş olması gerekir. Bunlarla birlikte, doğanın bize fark ettirmeden dayattığı algıyı, bugün insanlar ve teknoloji de aynı şekilde zihnimize biz farkında olmadan yerleştiriyor ve algımızı yönlendiriyor.

Gündelik hayatımızda olmazsa olmaz giysilerimiz ve gün geçtikçe gelişen, hatta toplumları yönlendiren modada sembolizmi bazen de üzerimizde taşıyoruz. Giydiklerimizle kendimizle ilgili bir şeyler ifade edebilir, toplumdan sıyrılabılır ya da bir topluluğun kolayca parçası olabiliriz. Farkındalık ve doğru yönlendirme için sembolizm bağlamında moda alanında renklerin işlevi hakkında fikir sahibi olmak gerekmektedir.

2. RENK

Renk, gözle görülebilen her şeyin yapısal özelliklerinden biridir. TDK'de (2015), “cisimler tarafından yansılan ışığın gözde oluşturduğu duyum” olarak tanımlanmıştır. Varlıkları kategorize etmekte en sık kullanılan niteliklerden biridir.

Renk, oluşumu itibariyle fiziksel bir olaydır ve görünürlüğü itibariyle evrenseldir ancak renkleri görmemiz ve algılamamız bireyseldir. Fizikçiler rengi ışık olarak inceler, sosyal bilimciler rengin insan üzerindeki etkisi ile ilgilenir, tasarımcılar ise çeşitli faktörlerle birlikte estetik açıdan ele alır. Renkler sanatta bir ifade aracı, toplumda bireylerin duygu ve düşüncelerini anlatmada ve mesaj vermede görsel bir iletişim aracıdır, yardımcıdır.

Renk kavramının kapsama alanı oldukça gelişmiştir. Varoluşla başlayan her şeyde ona rastlamak mümkündür. Yaşadığımız evren adeta renklerin birleşiminden oluşmuştur. Doğanın sahip olduğu bütün elementlerin ışıkla birleşmesi ile meydana gelen algı, günümüzde bir uzmanlık alanıdır.

Renkler bir anlamda şekillerin ifadesidir ve olguları betimlemek veya tanımlamak için şekillere daha geniş bir ifade alanı yaratır. Renklerin bir anlamda şekillere yanılmacı bir ortam yarattığı günümüzde tartışma konusudur. Kişilerin bireysel tercihlerini yönlendirmek amacıyla renkler; modadan ev tekstiline, gıda sektöründen mimariye, peyzajdan teknolojiye, oyuncak sektöründen afiş-pano tasarımına kadar yaşam alanımızdaki her şeyi sektörün ihtiyaçları doğrultusunda yönlendirir. Ayrıca ihtiyaçlar değerlendirilirken, ihtiyaç duyulması istenen yenilikler de renkler ile kişilerin algısına ifade edecek şekilde bilinçli kullanılır. Yaşam standartlarının daha kaliteli hal alması ile ihtiyaçların görsel şölene dönüşmesi renklerin doğru hizmet etmesi ile gerçekleşmektedir. Beyazlar içindeki gelinler ve gelin odalarında, pembe eşyalarla çevrelenmiş kız çocuklarında, modanın yönlendirmesine göre kendini savaş alanında hissettiren askeri yeşil montlarda, örgütlenmiş kırmızı afişlerde renk; belirlenmiş duyguların temsili haline getirilip o rengin belirlediği duyguların yaşandığı anlamını taşır. Tüketicinin yemek istediği

yemeğin rengi bile boyamalar ile tonlarına ayrılabilmesine göre, görsel duyumuzun hitap ettiği her alan bizim için itina ile renklendiriliyor demektir.

Tüketimin hızla artışı daha fazla renge olan ihtiyacı arttırmıştır. Tarihin eski dönemlerine ve geleneksel toplumlara bakıldığında renk çeşitliliğinin az olduğunu görüyoruz. Daha gelişmiş ve modern toplumlarda hayat daha hızlı ve daha fazla renk ile karmaşık bir şekilde akarken renkler de çeşitliliğini artırıyor. İnsanlar arasındaki ilişkilerin yoğunluğu, renklerin de kullanımlarını etkilemektedir.

2.1. Tarihsel Açıdan Renge Yaklaşım

Renkler, tarihin en eski çağlarından beri insanlığın farkına vardığı ve varlıkları değerlendirmede kullandıkları önemli bir olgudur. Doğum, ölüm gibi olaylardan başlayarak toplulukları, devletleri, orduları, kutsal inançları temsil etmek için renklerden faydalanılmıştır.

İspanya'daki Alta Mira mağaralarında çok renkli, at, öküz, ve bazı hayvan figürlerine rastlanılmıştır. Çizimlerde renkli toprak ve hayvan yağlarının karışımından elde edilen boyar maddeler ile ezilerek renkli toprak ve kömür karışımlarının kullanıldığı anlaşılmıştır. İkinci tip teknikle elde edilen toz boyaların kemik borular içine konulup, mağaranın duvarlarına üflendiği bilinmektedir. Yani bugünkü "airbrush" yönteminin ilk kullanımınıdır.

M.Ö. 1200 ve 1300'lü yıllara ait kalıntılar bulunan Ecbatana (Akbatana) şehir tapınağındaki 7 duvarın her birinin ayrı renkte olduğu Herodot Tarihi'nde anlatılır. Kralın sarayı ve hazinenin olduğu merkez duvarlarını çevreleyen en iç duvarların altın rengine boyalı olduğu geçmektedir. MÖ 440 yılında yayımlanan Herodot Tarihi'nde geçen bilgilere göre altın renginin, altının üstünlüğün sembolize etmesi olarak kullanıldığı görülmektedir.

Borsippa'daki Nebuchadnezzar Tapınağı, MÖ 7. yüzyılda inşa edilmiştir. Yedi katmandan oluşan kare şeklindeki bu kulenin her katmanının bir azize adandığını ve temsil ettiği kişinin ruhunu yansıtan sembolik formlardan oluştuğu söylenmiştir (Alakuş, 2009: 51). İlk kat Satürn rengi, siyah renklidir. 2. kat Jüpiter' i temsilen turuncu renklidir. 3. kat Mars'ı temsilen kırmızı renklidir. 4. kat Güneş' i temsilen sarı renklidir. 5. ve 6. katlar Venüs ve Merkür' ü temsilen yeşil ve mavi renklidir. 7. kat Ay' ı temsilen beyaz renklidir (Muradoğlu, 1992: 19).

Tarihsel devreleri ayrıştırılırken renksel yansımaları bulunan adların kullanıldığı görülmektedir. Portal'ın yazdıklarına da dikkate alınınca kültürel ve manevi değerlerin bu adlandırmalarda etkili olduğu görülmektedir. Portal (2010: 31) şöyle ifade eder:

Altın Çağ sarı renkle sembolize edilir ki bu ilahi aşkın insana ilham olduğunu ima eder. Gümüş Çağ beyazla ilahi bilgeliği, bakır veya pirinç sahte altın olarak değerini kaybetmiş sevgiyi ve dünyevileşmiş dini ve nihayet koyu gri rengiyle Demir Çağı da dejenere olmuş bilgeliği ve gerçeğin yanlış anlaşılmasını işaret etmektedir

Eski Türklerde koyu renkler kara olarak ifade edilirdi. Siyah, yani kara, binlerce yıldan beri kuzeyin simgesi olarak kullanılmıştır. Beyaz, yani ak ise batının simgesidir. Sarı merkezi, gök renk olarak ifade edilen yeşil/mavi renkler doğuyu, kırmızı ise güneyi ifade eder.

Türkler Anadolu'yu fethettiklerinde yönleri belirlemek için de renklerden faydalanmışlardır. Kuzeydeki denizi Karadeniz, batıyı Akdeniz, güneyi Kızıl Deniz olarak isimlendirmişlerdir. Üç tarafı denizlerle çevrili ülkemizde doğuda deniz bulunmadığından bugün Ermenistan'da bulunan Sevan Gölü, o zamanlarda Gökçe Döl olarak adlandırılmıştır.

Ayrıca renklerin insan psikolojisi üzerindeki etkileri çok eski çağlarda keşfedilmiştir. Eski Mısırlılar renklere ve renklerle yapılan şifaya çok önem vermişlerdir. Bu sebepten Karnak ve Teb gibi tapınklarda renk kullanmışlar ve renk şifacılığını pekiştirmek için, renk salonları inşa etmişlerdir. Aynı şeyi kadim Hint ve Çin uygarlıklarında da görebiliyoruz. Oradaki şifacı din adamları da insanın yedi katlı doğası ile güneş tayfının yedi rengi arasındaki bağlantıyı temel alarak, bir renk bilim sistemi kurmuşlardır (Okcu, 2007).

Bu bilgilere dayanarak, renklerin en eski zamanlardan beri rastgele kullanılan bir olgu olmayıp, insanları etkileyen ve onların yaşamlarını ifade eden bir araç olduğunu belirtebiliriz. Yüzyıllar öncesinde insanların yaşamlarını ifade etmek için kullandıkları renkler, günümüzde de geleneğini bozmamıştır. Tarihin eski dönemlerinde ve geleneksel toplumlarda kullanılan renk çeşitliliği azdır.

Bu bağlamda tarihin eski dönemlerinde renk adlarında bir azalma görülmektedir. Bir renk adı, birçok rengi tanımlamak için kullanılırdı. Gök rengi; hem yeşil, hem mavi hem de grinin tonlarının tanımlamasında kullanılırdı. Yoğunluğu az

griye dönük renklerin ifadesinde kullanılan bir diğer renk boz renktir. Kara rengin, kahverengiyi ve diğer bütün koyu renklerin ifadesini içerisinde barındırdığı gibi ak renk de açık renklerin ifadesinde kullanılırdı. Kara ve ak renkler aynı yüzeyde ala olarak nitelendirilir.

Pembeden başlayarak koyulaşan turuncu, bordo gibi renklerin hepsi al, kırmızı ve kızıl adlarıyla karşılır durumdadır. Yine doru kelimesi kırmızı renktir. Böylece gök demekle yeşil, mavi, mor renkleri ifade edilmiş olurken, al ya da kızıl demekle pembe, turuncu, bordo, kırmızı renkler tanımlanmış olmaktadır (Orçan, 2011: 8-9).

2.2. Renk oluşumu

Doğadaki her madde, insanlar da dahil olmak üzere elementlerden oluşmuştur. Geçmişten günümüze bilim insanları başta olmak üzere pek çok kişi görme ve renkler üzerinde çalışmış, bu iki konuyu farklı bakış açıları ile yorumlamış ve deneylemişlerdir.

Renk görme duyusuyla algılanır. Göz ile görsel nesne arasındaki bağıın “ışık” olduğu, antik çağlarda doğa filozoflarının arasında ortak kabul görmüştür. Ancak göz ve görülen nesne arasındaki bağıın nasıl kurulduğu konusu oldukça tartışmalı idi. Bu tartışma, ışığın göze nasıl etki ettiği ve ışınların kaynağının ne olduğu üzerinedir. Işığın göze nasıl etki ettiği açıklanırken, ışınların kaynağı olarak ileri sürülen iki temel görüş vardır: Işınların gözden çıktığını savunan “göz-ışın kuramı” ve ışınların nesneden çıktığını savunan “nesne-ışın kuramı” (Arabacı, 2014).

Eski çağlarda Leukippos, Demokritos, Alkmeon, Eflatun, İbn El-Heysem, Epikür, Aristo ve daha birçoğu ışığın ve rengin doğası üzerine tartışmışlardır. Pythagoras, Platon, Plinius gibi düşünürler de rengin doğası üzerine tartışmış ve temel renklerin toprak, ateş, hava, su gibi temel öğelerin biçimleri olduğunu ileri sürmüşlerdir (Per, 2012). Bu isimlerden Epikür, cisimlerin kendilerini aydınlatan ışığa göre renk değiştirdiklerini ve kendiliklerinden renkli olmadıklarını ilk ifade eden düşünürdür (Çalışlar, 2000: 17).

Renklerin sistematik olarak sınıflandırılması ilk kez fizikçi Isaac Newton tarafından gerçekleştirilmiştir. Renksiz güneş ışığının kırılması ile renklerin oluştuğunu tespit etmiştir. Newton deneyinde, tek bir noktadan geçmesini sağladığı güneş ışığının kırılmasını sağlamak için cam bir prizma kullanmıştır. Prizmanın

arkasındaki yüzeyde gökkuşağı görüntüsü oluşturacak şekilde renklerin yansıdığını tespit etmiştir. Bu yansıyan renklere güneş tayfi adını vermiştir.

Newton spektrumda (güneş tayfi) oluşan renkleri birleştirerek ilk renk çemberini oluşturmuştur. Newton'un temel renkleri gökkuşağının da renkleri olan kırmızı, turuncu, sarı, yeşil, mavi, lacivert ve mordur. Jacob Christof Le Blon 1725 yılında yayımladığı Coloritto adlı kitabında kırmızı, sarı ve mavinin karışımları ile diğer bütün renklerin elde edilebileceğini yazarak bugünün temel üç renk kuramının kaynağı olarak görülür.

1766'da Moses Harris yayınladığı The Natural System of Colour adlı kitabında Le Blon'un teorisini genişletmiş ve üç ana renk kabul ettiği kırmızı, sarı ve maviden ayrıntılı bir renk çemberi sunmuştur. Üç temel renk kuramı 18.yy.'da yaygın olarak kabul edilmiş, birçok bilim adamı, sanatçı ve düşünür tarafından tartışılmıştır (Per, 2012). 1810'da Goethe renkleri birbirinden ayırt edici bir renk dairesi ve üçgeni oluşturmuştur. Daha sonraki dönemlerde bu daire geliştirilerek renklerin özelliklerini daha iyi süzebilen renk küreleri tasarlanmış ve farklı temel renk kuramları ortaya atılmıştır (Okcu, 2007).

Renklerin oluşumu en yalın şekliyle anlatmak gerekirse; renkler maddede bulunan elementlerin atomik özelliklerine bağlı olarak ışık kaynağından gelen dalga boyu ve frekanslara göre oluşur. Renkleri algılayabilmede önemli olan, göze sahip olan türün algılayabildiği dalga boylarıdır. Nanometre, bir metrenin milyarda biridir. İnsan gözü yaklaşık olarak 400 ile 700 nanometre arasındaki dalga boylarını algılayabilir. Bu değerler arasında kalan renklere görünür ışık adı verilir. Işık kaynağının nesneye yansması ile oluşup, nesnenin bu ışığı yansıttığı ve emdiği kadarıyla görülür. Yani nesne ışığın tamamını yansıtıyorsa beyaz, tamamını emiyorsa siyah olarak görürüz.

Televizyon ve radyo sinyallerinin dalgaları, ışık enerjisi ile yemek pişirmeye yarayan mikrodalga fırınlarda kullanılan mikrodalgalar, uzaktan kumandalarda, gece görüş sistemlerinde, haberleşmede ve daha birçok alanda kullanılan kızılötesi ışınlar, para tanımlama cihazlarında ve anti bakteriyel işlemler için kullanılan mor ötesi ışınlar (ultraviyole), röntgen çekimlerinde kullanılan X ışınları ve radyoaktif silahlarda kullanılan gama ışınları insan gözünün göremediği ışık türleridir.

Işığın maddeler üzerine çarpmasıyla meydana gelen yansıma ile algıda çeşitlilik gösterir ve bu da renk olarak adlandırılır. Yani kırmızı olarak gördüğümüz aslında elektromanyetik alan içinde 700 nm dalga boyudur. Bu fizyolojik renktir.

Fizyolojik renk beyne ulaştığında o rengin kırmızı olduğuna dair bilgi, ilişkilendirilen adlandırma şeklidir. Aynı zamanda o rengin güçlü, çarpıcı olduğunu ya da dikkat edilmesi gereken durumlarda kullanıldığını söyleyen de kültürel algılamalardır.

Fizyolojik renk ve rengin boyar madde halinde olmasının farklı olduğundan da bahsetmek gerekir. Bütün renklerin karışımının beyaz olduğu, renklerin beyazdan doğduğunun bir ifadesidir. Boyar madde halindeki bütün renklerin karışımından beyaz elde edilmeyecektir. Aynı şekilde siyah, fizikte ışıksızlığın ifadesidir. Yani beyaz ve siyah renk değil demek doğru değildir. Boyar madde olarak beyaz ve siyah, renktir. Fiziksel olarak beyaz renksiz ışık, siyah ise ışıksızlıktır.

2.3. Görsel Sanatlarda Renk

Görsel tasarımın altı ögesinden biri olan renk, üç özellik açısından algılanır; ton, doygunluk ve parlaklık. Ton, rengi oluşturan ışığın renk spektrumundaki yerine yani baskın dalga boyuna bağlı değişkenlik gösterir. Rengın değeridir. Günlük kullanımda ton kırmızı, mavi, yeşil gibi rengın adı ile tanımlanır. Aynı zamanda bir rengın kendi içeriğindeki değişiklikler de rengın tonu olarak ifade edilir. Parlak veya karanlık olması ile ilgilidir. Çoğunlukla 0 (siyah) ile 100 (beyaz) arasında yüzdelik ölçümle derecelendirilir. Doğunluk ise rengın kendi içindeki yoğunluğudur. Rengın gücü veya saflığıdır. Kroma olarak adlandırılır ve tonla orantılı grilik miktarıdır.

Örneğın kırmızıya beyaz eklediğimizde pembe diye elde ettiğimiz renk, doğunluğu ve parlaklığı arttırılmış bir kırmızı tonudur. Herhangi bir parlak gri, doğunluğu tamamen alınmış bir parlak sarı olabilir.

Bilişim teknolojisinde milyarlarca renk kullanılır. Sadece True color diye adlandırılan ekran görüntülerinde 16 milyon renk kullanılır fakat insan gözü bu renkleri ayırt edemez. Ortalama insan gözü 350.000 farklı rengi ayırt edebilir (Jones, 2009: 112). Newton'un renk çemberi ve Le Blon'un renk kuramlarından sonra kırmızı, sarı ve mavi görsel sanatlarda ana renkler olarak kabul edilmiştir. Ana renkler, birincil renk pigmentleri olarak da adlandırılabilir. Birincil renk pigmentlerinin çeşitli oranlarda karıştırılması ile ara renklere, diğer ismi ile ikincil renk pigmentleri elde edilir.

Elde edilen birincil ve ikincil renk pigmentlerinde daha geniş renk çeşitliliğine ulaşabilmek için, şimdiye kadar anlatılan bütün değerler kullanılır. Örneğın yağ yeşili ya da gül kurusu gibi daha karmaşık renkler elde etmek için tek başına birincil renkler

yeterli değildir. Doygunluk ve parlaklık da kullanılarak daha fazla renk tonu elde edilir. Donuk bir renk parlaklaştırılabilir, soluk bir rengin canlılığı arttırılabilir.

Renkler, ayrıca bütün olarak sıcak ve soğuk olmak üzere de ikiye ayrılırlar. Ateş ve güneş gibi doğadan insan algısına etki eden kırmızı ve sarı birincil renklerin baskın olduğu renkler sıcak renklerdir. Yine aynı mantıkla mavi birincil renginin baskın olduğu renkler soğuk renkler olarak adlandırılır. Bunlarla birlikte griye yakın renkler nötr, beyazlaştırılmış renkler de pastel renklerdir.

3. SEMBOLİZM VE RENK

Sembol, anlatılmak istenen şeyi en sade, en belirgin, en kesin şekilde ortaya koymak için kullanılan bir araçtır. TDK'de (2015), "duyularla ifade edilemeyen bir şeyi belirten somut nesne veya işaret, alem, remiz, rumuz, timsal" olarak tanımlanmıştır.

Bununla birlikte semboller, sadece somut bir nesne ile ifade edilmeyebilir. Bir söz öbeği ya da müzik de sembol haline gelebilir. Handel' in 1727 tarihli eserinin 1992 yılında Tony Britten tarafından düzenlenmiş müziği denince, özel ilgi alanı olanlar haricinde zor bilinecek bir bilgi; UEFA Şampiyonlar Ligi Marşı diye ifade edildiğinde birçoğumuza zihninde hemen futbolla birleşmektedir. Dilin yetersiz kaldığı, kullanılmak istenmediği ya da ifadede kalıcı izlenimler bırakılmak istendiği durumlarda semboller tasvir edici niteliktedirler.

Yani sembol sadece zemin üzerinde bir şekil, mimaride bir desen değildir; Hindistan'ın ineğidir, Hristiyanlığın haçıdır, Mısır'da Horos'un gözüdür, kültürümüzde bayramlarda şeker dağıtmaktır, alyanstır, cinsiyeti belli olsun diye bebeğin kulaklarına takılan küpelerdir, tüylü başlıklar ve Kızılderililerdir... Bu semboller, ifade ettikleri alana göre sınıflandırılabilir. Dini semboller, geleneksel semboller, sanat sembolleri gibi.

Sembol, şüphesiz bir kültür ortamında duygu, eylem veya tutumu gösteren bir unsur, bir deyim, bir sistem, bir deyim, bir nesne veya bir ferttir. Sembol, bilinen bir şekli ile, onun sembolleştirdiği nesne arasında tabii ve itibari olmayan benzetmeye dayanan bir tekabül fikrini gerekli kılar (Atasağun, 1997).

Sembolizm TDK'de (2015), simgecilik olarak isimlendirilmiş ve "olayları yorumlamaya veya inançları anlatmaya yarayan simgeler sistemi" olarak tanımlanmıştır. Herhangi bir şeyin olduğu gibi anlatılmasından ziyade, onu çeşitli faktörlerin uygun bir şekilde düzenlenmesi ile sunmaktır. Herhangi bir olguyla ilgili evrensel nitelikte anlamlar bütünü oluşturmak için kullanılan bir dildir.

İnsan zihninde semboller çok büyük bir yer tutar. Semboller ve insan algısı birleşerek anlamları yaratır. Psikolog Allwohn'a göre, sembolün aslını mistik dünya

görüşü oluşturur. Sembol, kutsal bir hakikati maddi bir surette temsil etmekten uzak kalır; onunla ifade ettiği hakikat arasında akıl ile idrak edilemeyen gayri mantıki bir münasebet mevcuttur (Atasağun, 1997).

Semboller dünyanın, duyguların, düşüncelerin yaşama yansıyan görünmeyen görüntülerinin insandaki bir karşılığıdır. Çoğunlukla kültürel edinimlerle ortaya çıkarlar ve mesajlarla doludurlar. Mesajların insan zihninde doğru karşılığı bulması sembol ile hitap ettiği kesimin kültürel etkileşiminden faydalanır.

İçinde bulunduğumuz evrende her şeyin rengi vardır. Gerek ışık gerekse maddesel olarak insan gözü bu renkleri görür ve ayırt eder. Görme ve ayırt etme konusunda çeşitli sağlık problemleri yaşayanlar dışında her kişi aynı rengi görür. Siyah her yerde siyah, beyaz her yerde beyaz, ikisinin karışımı her yerde gridir. Fakat bu renkler tek bir anlamla kodlanamaz. Renkleri içinde buldukları şartlara göre konumlandırmak gerekir. Bir rengin olumlu ya da olumsuz anlamlar barındırması ve ifade ettikleri, bireysel, toplumsal veya evrensel deneyimler sonucu ortaya çıkar. Örneğin kırmızının sizin bilincinizde edindiği yer ile toplumsal veya evrensel düzeyde ifade ettiği anlam farklılık gösterebilir. Yine de bazı anlamlar değiştirilemez şekilde rengin kendisi ile birleşmiştir. Söz gelimi kırmızı, dünyanın her yerinde insan doğasının ayrılmazı olan kanı simgeler. Sembolize edilmiş bu rengin doğum ya da ölüm ile ilişkilendirilmesi, kişilerin ve toplumların hatta evrensel bilincin süregelen yaşamı ile ilgilidir.

Dünyayı algılamanın bir ifadesi olarak kullanılan sembolizm, aynı göreve hizmet eden renklerle buluşunca ortaya zengin bir görsel bilgi deposu çıkmaktadır. Dünyayı, insanları, yaşamları, gelenekleri, düşünceleri, fikirleri, akımları ifade ederken, bunlara sözcüklerin sahip olduğundan daha fazla anlam yüklemek için kullanılan semboller, renklerle birleştirilip olgunun evrenselleştirilmesine yardımcı olur.

3.1. Renk Sembolizmine Kültürel Yaklaşım

Kültür, toplumun bir üyesinin inanç, düşünce ve davranışlarını alışkanlığa dönüşmesi ve bu alışkanlıkları diğer bireylere aktarması ile gelişen sosyal normların bütünüdür. TDK'de (2015), “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan,

insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, ekin” anlamına gelmektedir.

İnsanlar topluluklar halinde yaşaması ile kültür üretmeye başlamıştır. Üretilmeye başlanan kültür, öncelikle yerel diye ifade ettiğimiz kültürü oluşturmuştur. Yerel kültür; nüfusun artması, göçler, savaşlar gibi bir çok nedenle küreselleşmeye başlamış ve evrensel kültürü oluşturmuştur. Renklerin sembolik bağlamda yansıtıcı olması kültürle tamamıyla ilişkilidir ve görsel iletişimde anlatılmak istenen şeyi en sade, en belirgin, en kesin şekilde ortaya koymak için kullanılan sembollerde renkler, kültürün yaşatılması, topluma mal edilmesi, gelecek kuşaklara aktarılması ve gelişmesi için en önemli araçlardan biridir. Aynı zamanda renk olgusu kişilerin ve toplumların kendini ifade edebilmesinde ve ifade edileni algılayabilmesinde günlük yaşamın vazgeçilmezlerindedir. Bunlarla birlikte renk algısını kurallar ile tanımlamak zordur.

Çeşitli kültürlerde renk kavramlarını tamamıyla ortaya koyabilmek için coğrafi unsurlar, kullanılan eşyalar, giysiler, yaşam standartları gibi konular önemlidir. Örneğin doğu kültüründe olumlu sıfatları simgeleyen sarı, batı kültüründe bazı alanlarda olumsuz anlamlar ifade etmektedir. Bize saflığı ve masumiyeti çağrıştıran beyaz, Asya kültüründe matem ve yasın ifadesidir. Beyaz renk Türklerde ve Çinlilerde batıyı temsil ederken, Hintlilerde doğuyu, Eski Ahitlerde güneşi, Mayalarda kuzeyi temsil eder (Mazlum, 2011). Çoğu kültüründe gelin rengi olan beyaz, Hindistan'da sarı ve kırmızı, Japonya'da kırmızıdır.

Renge yüklenen anlamlar kişiye, coğrafyaya, sosyal hayata göre algıda değişiklikler yaratıp gelişir. Kırmızı, siyah ve beyaz hemen hemen bütün toplumlarda önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte siyah ve beyaz renkler de söylem olarak bir ırk simgesidir. Beyaz, koyu ten rengine sahip ırkların, tehlikeli olarak ifade ettiği açık ten rengine sahip ırkın genel adlandırmasıdır.

Kültürel bağlamda fazla kullanımla ile dikkat çeken renklerin üstlendikleri sembolik bağlantıları ayrı ayrı inceleyelim.

3.1.1. Kırmızı

Kırmızı, insanın yaşamsal faaliyetini devam ettirmesini sağlayan kanın rengidir. Bu yüzden insanın varoluşundan itibaren hayatla ilişkilendirilmiş ilk renktir. Hayat ve ölümü bir arada sembolize eder. Yaşamsal döngünün rengidir. Tarih öncesi

çağlarda yaşamın sürekliliğini ifade etmek amacı ile yapılan heykeller kırmızıya boyanır ve gömülürdü.

Hayatta kalmak ve neslini devam ettirmek amacı ile yaşayan tarihi topluluklarda kadın, doğurgan olduğu için önemli bir varlıktır. Tarih öncesi dönemlere ait buluntularda bu önemi gösteren birçok esere rastlanmaktadır. Renk simgeçiliğinden bağımsız olarak kadın heykelciklerinde ve döllenenmeyi ifade eden spiral desenli duvar resimlerinde ifade edilmek istenen üreme ve doğum olgusudur. Bu heykelciklere örnek olarak MÖ. 25000 yıllarında yapılan Willendorf Venüsü'ndeki boya kalıntıları o zamanlardan itibaren insan zihninde kırmızının yerini gösterir.



Şekil 3.1: Willendorf Venüsü, (Kaynak: <http://www.nhm-wien.ac.at/en>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015).

Kırmızı; doğurgan kadın imajı, insanın doğumu, yaşamın korunması ile anlam kazanmıştır. Loğusa dönemindeki kadınların kırmızı kurdele takması yine buna bir örnektir. İlk çağlarda yine doğurgan kadın imajı, insanın doğumu, yaşamın korunması ve mezardaki yaşamı yenileyici anlamında kırmızı renk kullanılmıştır.

Kırmızı, kan basıncını arttırmasından dolayı cinsel olgularla ilgili konularda da öne çıkan renklerin başında gelir. Kırmızı ruj da fenomenliğini kan basıncı yükselmiş tutkulu dudaklara sahip görünüm elde etmeye çalışan, rengin kırmızısını değerli taşlardan ve böceklerden elde eden tarih öncesi insanlara borçludur. Yine güzellik unsuru olan insan yüzünün güzel olması allık ile ifade edilir. Uluslararası birçok sivil

toplum kuruluşlarına konu olan, etik olup olmadığı tartışılır bir olgu haline gelen seks işçiliğinin simgesi, hakların savunuculuğunu temsilen şemsiyedir ve rengi kırmızıdır.

Kutsal metinlere göre insanlığın ilk atası sayılan Adem kırmızı/kızıl görünümlü bir insandı ve Araplar insanları kırmızı ve siyah olmak üzere iki ırka ayırırlar, kendilerini kırmızı ırktan görürlerdi. Gerçekte kırmızı olan sadece Adem değildi; çünkü eski dönemlerden itibaren kırmızı kutsal bir renkti ve antik tanrıların çoğu daima kırmızı renkli olarak tasvir edilirdi (Albayrak, 2010: 29). Milattan önce Yemen’de hüküm süren bir Arap hanedanı olan Himyer’in de isminin kırmızı elbisesinden geldiği rivayet edilmektedir.

Kırmızı renk eski Mısır’da verimsiz çölün ve kanın rengi olan kötülükle özdeşleştirilirdi (Albayrak, 2010: 40). Bununla birlikte, Mısır duvar resimlerinde de sıkça görülebileceği üzere kırmızı, insanın rengiydi.

Hindistan’da gelinliklerde sıcak renkler kullanılır. Bu renklerden biri de kırmızıdır. Japonya’da kırmızı genellikle bekar kadınlar tarafından giyilir. Bunun şans getireceğine inanılır.

Japon askerleri alaya kabul edildiklerinde, imparatorluğa sadakatin bir işareti olarak kırmızı kuşak bağlarlardı. Japonya’da doğum gününde veya bir sınav sonrası elde edilen bir başarıdan sonra kırmızıya boyanmış, pirinç gönderme geleneği vardır (Chevalier ve Gherbrant, 1996: 969). İran tiyatrosunda kırmızı, ticaret erbabını temsil eder. (Albayrak, 2010: 19).

Türk mitolojisinde Oğuz Han’ın gözleri al olarak tasvir edilir. Bu yiğitlik, kahramanlık anlamındadır. “Gözünü kan bürümek” deyimini bu anlamın dışında görülmelidir. Zira bu deyim her türlü kötülüğün bekleneceği manasını içerir.

Kırmızı renk, Oğuzlarda olumluluğun simgesidir ve gelin/güvey elbiselerinde kullanılır (Küçük, 2010). Oğuz Türklerinde nişanlılar kırmızı/kızıl kaftan giyer. Yüksek rütbeli devlet adamlarını ve Hanların otağı kızıldır. Kız çocuğu olanların gireceği otağın rengi de bereketi temsilen kızıldır.

Dede Korkut hikâyelerinde en çok sevilen renk, ergenliğin, mutluluğun ve muradın simgesi olan kırmızıdır (Ögel, 1991: 385). Banı Çiçek’in otağı ve Beyrek’in giydiği güvey kaftanı kırmızıdır. Banı Çiçek’in Yalançioğlu Yaltaçuk’la düğünü olurken giydiği gelinlik kaftan da kırmızıdır (Küçük, 2010).

Kazaklarda eskiden henüz evlenmeyen kızlar, kırmızı takı veya kırmızı başörtüsü kullanırlardı. Kazak kadını kocası öldüğünde siyah giyinir, kızı ise beyaz elbise giyer, kırmızı şapka takardı (Küçük, 2010). Yani bu üç renk bu millette yas rengi

olarak da karşımıza çıkar. Kazak, Kırgız hikâyelerinde kızıl kaftan; eski Başkurlarda ise kızıl cepken, güveylik alameti olarak karşımıza çıkar (İnan, 1987: 189).

Kırım Türkleri ise 1960'lı yıllara kadar gömleklerinin veya pantolonlarının üzerine şifa niyetine yeşil ve kırmızı renkte kemer takıyorlardı (Altınkaynak, 2008: 262).

Osmanlı dönemi minyatürlerinde gelinler de gelinler Oğuz Türklerinde nişanlı kızlar gibi kırmızı elbiseler içinde tasvir edilmiştir. O dönem geleneğinde genç kızlardaki kırmızı kaftanlar olgunluğa ermenin, mutluluğun simgesidir. Gelinin eline yakılan kırmızı kına, berekete ve doğurganlığa işaret eder.

Halk inançları arasında da yer alan kırmızı rengin kötü güçlerden koruyucu özelliği, bazı kültürlerde halkın giyim kuşamına yansımıştır. Ögel (1998: 69, 300), Türklerin en eski inançlarında da al ruhu adı verilen, koruyucu bir ruh olduğuna inanılan ateş tanrısından bahseder. Al Bastı da, Kara Bastı ve Sarı Albastı olmak üzere ikiye ayrılan ve insanlık alemine kötülü yaptığine inanılan ruhlardandır.

Türk kültüründe lohusalık dönemindeki kadınların yataklarında kırmızı tüllü süslemeler, başlarında kırmızı kurdeleler görülür. Kırmızı renkli lohusa şerbetleri de aynı adetlerin içindedir. Bir de bunun tam tersi olan adetler vardır ki, lohusaya kırmızı renkli şeyler gösterilmez. Bu adetler o dönemlerin bir yansıması olarak bugün karşımıza çıkmaktadır. Bu konuda Makedonya'da kötü göze ve güçlere karşı korunma ve nazarlık olarak kırmızı iplik kullanılır. Gagavuz Türklerinde de kırmızı iplikten yapılan bileklikler aynı nedenle kullanılır. Ayrıca Antik Atinalılar da kırmızıyı kötü ruhlara karşı kullanmışlardır.

Afganistan Türkleri, Nevruz kutlamalarında mezar ziyaretinde Cende adı verdikleri beyaz, yeşil ve kırmızı renkte kumaşlardan yapılmış bayrakları göndere çekmekte, aynı uygulamayı Hz. Ali'nin mezarı olan Mezar-ı Şerifte de gerçekleştirmektedirler. Mezar-ı Şerifteki kutlamaya Gülsurh yani "Kırmızı Gül" denilmektedir (Küçük, 2010).

Albayrak (2010: 39), Batı Afrika'daki yerli Vodun kabilesinde kırmızı rengin doğrudan kanla ilişkilendirildiğini ve giysilerde en çok kırmızı renk tercih edildiğini yazmıştır. Heykellere takdim edilen keçi ve tavukların kanlarıyla ıslatılan renksiz elbiselerin, hem o heykele güç verdiğine hem de insanlar için hayati bir güce sahip olduğuna inanıldığından da bahsederek, bazı tanrıların, özellikle şiddet eğilimli ve hastalıkları getiren Sagbata'nın kırmızı renkle özdeşleştirilmiş olduğunu belirtir.

Kızılderililer tanrılarını kırmızıya boyarlardı ve kırmızı renk onlara göre dinsel bir renkti. Kuşiler ve Etiyopyalılar isimleri “güneş yanığı” kökünden almışlardır ve bu da kırmızı renkle özdeş sayılmaktadır (Albayrak, 2008).

Batı kültüründe aşk ve tutku, Hindistan’da saflık ve doğurganlık, Japonya’da dinsellik ve bolluk ifadesi olan kırmızı, kan rengi olduğundan tüm insanlığa hayat ve ölümü bir arada imgeleyen renktir. İnsanlığa daha çok hayat ya da ölümü ifade etmesi, kişilerin yaşamsal koşullarına çokça bağlıdır.

3.1.2. Beyaz

Beyaz ve ak kelimeleri günümüz Türkçesinde eş anlamlı olarak nitelendirilse de eski Türklerde mana bakımından ayrılır. Ak kelimesi genellikle manevi anlamların ifadesinde kullanılırdı. Alın ak, yüzü ak gibi nitelendirmelerde temizlik, saflık belirtilir.

Türk atasözlerinde de bu renge iyi olan, hayırlı olan anlamında genişçe yer verildiği görülmektedir; “Ak akçe kara gün içindir”, “Ak gün ağartır, kara gün kararır”, “Ak koyunun kara kuzusu da olur” gibi (Yağbasan ve Aşkın, 2006).

Maddesel bağlamda bir ifade şekli olarak beyaz, eski Türklerde ürüng olarak adlandırılmıştı. Şamanizm’deki hayır ilahı da Ülgen’dir. Şaman dualarında ona Beyaz Hakan vb. şeklinde hitap edilir (İnan, 1987:412 – 413). Bilgelik, ululuk, güçlülük, arılık gibi anlamları içerisinde barındırır.

Oğuz Kağan Destanı’nda Oğuz Kağan ‘yüzü gök’ olarak tasvir edilir. Oğuz Kağan’ı kutsallaştıran bu tasvirde aydınlık bir çehre betimlenmiştir. Aydınlık, yani ışığın gök ile betimlenmesi ile kutsallık, Oğuz Kağan ile sembolize edilmiştir.

Moğollarda beyaz renk hoş karşılanır; hem yetki hem de saygı göstergesi kabul edilirdi. Cengiz Han görevlendirdiği komutanlara “beyaz ata bin, beyaz elbise giy” şeklinde hitap ederdi. Moğollarda kabilenin en yaşlı azasına “beyaz/ak saçlı baba” diyerek saygıda bulunulurdu (Albayrak, 2010: 59). Erkek çocuk, geleceğin gücü olduğu düşüncesi ile ak otağa konurdu. Aynı zamanda yönetici kesimi sembolize etmek için kullanılırdı.

Cengiz Han’ın çadırında ak bayrak dalgalanması ve hükümdarın halktan ayrılmasının, matem bir belirtisi olarak savaşa giderken beyaz giymesi, Malazgirt Savaşı’ndan önce Alparslan’ın, Balak Gazi’nin, Osmanlılarda I. Murat ve Fatih Sultan Mehmet’in, üst rütbeli komutanların savaşa giderken beyaz elbise giyip, beyaz ata

binmeleri, yine Türkmenistan'da Göktepe savaşında Karabatır'ın beyaz elbise giyip, beyaz atla düşmana saldırıp şehit olması, beyaz renkle ilgili geleneksel davranışlardandır (Küçük, 2010).

Beyaz, İslamiyet'in kabulü ile doğuda ve Türklerde cenaze, ölüm ve matem ile ilişkilendirilir. Ölünün arkasından beyaz renkli giyinmek bir yas göstergesi olarak değil, ölen kişinin göç ettiği yeni mekanı temsili amaç ile kullanılır.

Askerleri birliklerin içinde komutanlar, kendilerini askerlerden ayırabilmeleri için beyaz rengi tercih etmişlerdir (Yağbasan ve Aşkın, 2006). Bununla birlikte düşmanı korkutmak ve milleti için canını orada teslim edebileceğini göstermek isteyen Osmanlı dönemi Türk askerlerinin kefen gibi beyaz giysi ile savaşa çıktıkları da bazı anlatılarda geçmektedir. Şehit bayrağının da beyaz olması bunun Türklerde fedakarlığın sembolü olarak da kullanıldığı söylenebilir.

Kazaklarda gelin olmanın işareti, beyaz başörtüsüdür (Küçük, 2010). Oğlu ölen Kazak kadını da beyaz baş örtüsü takardı. Güney Kazakistan'da erkeklerin bellerine beyaz kumaş parçası bağlamaları yas belirtisidir (Küçük, 2010). Eski Kırgızlarda da beyaz baş örtüsü, yas alametiydi (Ögel, 1991: 145). Azerbaycan'a bağlı Nahcivan Özerk Cumhuriyeti'nde beyaz renk hâlen matem rengi olarak kabul edilmektedir (Küçük, 2010). Burada yaşlı kadınlar ak tülbentten başörtüsü örter ve ak renkli elbiseler giyerler. Ak renk matem belirtisi olduğundan uyuyan çocuğun üstüne ak renkli örtü örtülmez (Küçük, 2010). Bahsedilen bölgelerin birbirlerine yakınlığı göz önüne alınca yakın kültürlerde aynı renklerin aynı anlamları ifade ettiği görülmektedir.

Beyaz renk Japonya ve Çin'de de matem ve yas ile ilişkilendirilir. Çin'de geleneklerine bağlı kişilerce yası simgelediği için beyaz gelinlik hala tercih edilmemektedir. Beyaz karanfil Japonya'da ölümü temsil eder.

Beyaz atların kraliyetler tarafından değerli olduğu bilinmektedir. Beyaz, atın safkan olmasının bir özelliği olması gibi güzelliği artıran bir renk olduğu için de tercih edilmekteydi. Ayrıca bembeyaz bir atın üzerinde olmak asaletin ve lekesizliğin de göstergesidir.

Bir söylem olarak beyaz ırk, modernizmi sembolize eder. Bunun zıttı olarak Albayrak (2010: 19), "beyaz ırk diye bir şeyden söz etmenin anlam taşımadığını, beyaz insan denilen ırkın asıl rengini kaybetmiş bir ikinci bir doğa haline gelmiş olan ırk olduğunu" belirtir.

Avusturalya yerli kabileleri arasındaki bir uygulamaya göre, adet dönemindeki kadın kabileden uzaklaştırılır ve soyutlanmış olarak yaşar. Bu dönemde hiçbir erkeğe görünmemelidir. Görüldüğü takdirde kadın öldürülür. Adet dönemi bittiğinde ise kadın beyaz ve kırmızıya boyanır, başı değişik tüylerle süslenir ve tekrar kabilesine döner (Albayrak, 2010: 35). Bu bağlamda beyazın temizlenmek, kırmızının da yeniden üremeye hazır olmak manasına geldiği açıkça görülmektedir.

Kimi ilkel kabilelerde şans getirmesi için yılın belirli dönemlerinde evlerde; “ahırdaki siyah inek beyaz süt veriyor, yuvasındaki siyah tavuk beyaz yumurta yumurtluyor” şeklinde şarkılar söylenir (Albayrak, 2010: 30). Burada beyaz rengin bereket ve bolluk getirdiği algısı olduğu görülmektedir.

Görüldüğü üzere beyaz ile ilgili çok nadir olumsuz anlamlara rastlanmaktadır. Bununla birlikte her renk kendi içinde karşıt anlamlar barındırabilir. Orçan (2011:59 – 60), Melville'nin beyaz ile ilgili olumsuz niteliklerinden bahsetmesini şu şekilde aktarır:

Beyazlık düşüncesine sebep olan bu anlaşılması güç nitelik daha dostça özdeşleştirmelerden ayrıldığında ve kendisinde dehşeti barındıran herhangi bir nesneyle birleştirildiğinde en uzak sınırlara kadar terör duygusunu artıracaktır. Kutupların beyaz ayısına ve tropiklerin beyaz köpek balığına şahitlik edin, onların pürüzsüz kat kat beyazlığı onları en üstün korku unsuru yapar. Onların yüzünün şeytanca zevk veren sessizliği dehşet vericiden bile daha tiksindirici olan nefret ettirici böyle bir yumuşaklığı bildiren korkunç bir beyazlıktır bu.

Beyaz rengin deneyimsizlik ve tecrübesizlik gibi anlamları da vardır. Uzak doğu sporlarındaki kuşak renkleri ile hiyerarşiye sokulan deneyimle bunu örneklendirebiliriz. Beyaz kuşak deneyimsiz kişilere verilen başlangıç kuşağıdır. Bu bağlamda bilim adamlarınca dünyanın oluşumu kabul edilen büyük ışık patlaması da bir başlangıçtır. Diğer büyük renklerin hayata geçmesini sağlayan doğurgan ve deneyimsiz beyaz renk, tecrübe ile birlikte tecrübesizliği de içinde barındırır.

3.1.3. Siyah

Siyah ve kara olarak isimlendirilen renkler birbiri ile eş anlamlı sözcüklerdir. Kara ismi Türkçe kökenlidir. Siyah ismi ise Farsçadan gelmiştir ve maddeyi belirtirken eş anlamlı olarak kullanılabilirken, mecazi anlamda birbirlerinden farklı kullanılırlar. Türk kültüründe kara, daha çok derin anlamlara hitap eden manevi değerler içerir, ak

kelimesi gibi. Kara rengi, söylemde olumsuz anlamlar barındırıyormuş gibi görünse de olumlu anlamlarla da kullanılmaktadır.

Siyah, ışıksızlıktır. Işığın, yani beyazın doğurduğu bütün renkleri görünmez kılar. Karanlığı çağrıştırması ile doğada gecenin simgesi haline gelmiştir. Bu bağlamda gecenin sessizliği ile ölümün dilsizliği de siyah renge anlamını veren kavramlardandır. Ayrıca siyah renk, günahla da ilişkilendirilmektedir.

Eski Yunan mitolojisinde yer altı tanrıları için takdim edilen koç, koyun, boğa vb. sunular istisnasız kara renkli olurdu. Bu ise siyahın görünmez bir âlemi sembolize etmesi açısından rahat anlaşılabilir bir uygulamadır (Albayrak, 2010: 38).

Türklükte ise kara, hem olumlu hem de olumsuz anlamlar barındırmaktadır. Dede Korkut'ta kara renge rastlanır. Çocuğu olmayanlar kara çadıra konurdu. Kara çadır, neslin sürdürülemezlik tükeneneğinin bir ifadesi olmuştur.

Kara renk toprak, güç, kuvvet manasına gelir. Bazı Türk hükümdarları tahta çıkma törenlerinde betimlenen siyah halılar buna bağlı olarak önemlidir.

Osmanlılar döneminde Müslümanların ayakkabıları sarı, Ermenilerin kırmızı, Yahudilerinki ise mavi olarak belirlenmiş ve III. Selim zimmîlerin evlerinin siyaha boyanmasını istemiştir (Saydam, 1999: 194 – 195). III. Selim'in bu davranışı, cehennemden çıkıp cennete gireceklerin siyah yanık izlerinin belli olacağı ile ilgili rivayetleri akla getirerek, bugünkü karalanma deyiimiyle de bağdaşmaktadır.

Yas elbisesinin rengi Türklerde yaygın olarak siyahtır. Osmanlı sultanlarının ölümünde de siyah rengin yas giysilerinde kullanıldığı görülmektedir. Dede Korkut'ta geçen "kara giyinip gök sarınmak" deyiimi de diğer bir yas davranışı olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat bazı yas tutmalarda beyaz renkli elbise giyme geleneğinin de varlığı bilinmektedir. Eski kültürlerin birçoğunda siyah rengin acı ve yasin göstergesi olmasının, insanların kimin yas tuttuğunu bilmek istediklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Simgeler sözlüğünde (Korkmaz, 2010: 685-686), kara renk aşağıdakilerle tanımlanır:

- 1) Karanlıklar tanrısı Erlik'i ya da Ehrimen'i simgeleyen
- 2) Olumsuzluğu, kötülüğü ve yası simgeleyen
- 3) Kara-Şamanı ya da kara-Şamanın giysisini simgeleyen
- 4) Şamanizm'in ve Zerdüştlüğün yeraltı tasarımlarını ve bunlara ilişkin tapımlarını simgeleyen
- 5) Kuzeyi simgeleyen
- 6) Alevilik- Bektaşilikte Hz. Fatma'yı simgeleyen
- 7) Bâtini tasavvuf kültüründe simgesel anlamda bilgisizliği simgeleyen.

Pastoureau (2005: 63), “feodal dönem simgeselliğinde iki tür siyah olduğunu” belirtir. Bunlardan biri olumsuz anlamlar içeren; yas, ölüm, cehennem ile ilgili olan siyahtır. Diğer siyah; alçakgönüllülük ve ölçülülük anlamlarında olumlu bir siyahtır.

Albayrak (2010: 19), siyahın “Hindistan’da duygusallık ve dikkatsizlik anlamına geldiğini, İran tiyatrosunda işçileri sembolize ettiğini” yazmıştır. Afrika ve Mısır’da kara bulutları temsilen siyah, bereketin simgesidir. Çin’de siyah, kışı ve kuzeyi simgeler. Hint, Japon ve Çin sembolizmasında zamanın başlangıcındaki kaosun ve şekilsizliğin, evrensel maddenin, özün rengidir (Mazlum, 2011).

Yerli kabilelerde siyah genellikle olumlu anlamlar ifade eder. Afrika kabilelerinde siyah renk gücü simgeler. Bu güç gecenin karanlığının bereketli olması algısı ile gelişir. Afrika mitolojisinde savaş ve demir tanrısı Gu da siyah renkli tasvir edilir. Ayrıca ölen kişinin ruhunun da siyah bir yılan ile geri geleceği de Afrika mitolojisinde geçmektedir. Afrika kabilelerinde ölüm, sıklıkla beyaz ile sembolize edilir. Yaşam, hayatta kalma ve reenkarnasyon ile ilgili olgular daha çok siyah ile kendini gösterir.

Kabile inanışlarında görüldüğü kadarıyla kara büyüünün siyah renkle doğrudan bir ilişkisi vardır. Örneğin Frazer’ın (1933: 157), belirttiğine bakılırsa “Uganda’nın güneybatı bölgesinde yaşayan Banyankole kabilesi inanışlarına göre, kötü ruh bir hastaya musallat olduğunda onu ya hile yoluyla ya da zorla kovmak gerekir”. Bunun için belli bir renkte, bilhassa ya siyah ya da siyah ve beyazdan oluşan bir keçi gece boyunca hastanın yatağının başucuna bağlanır ve böylece kötü ruh hastadan hayvana geçmiş olur.

Albayrak (2010: 43 – 44), kabile inanışlarında siyahı rengi şu şekilde aktarır:

Tanzanya’da Wagogo kabilesi yağmur yağdırma törenleri için ölü atalarının mezarları başında siyah tavuk, siyah koyun ve siyah sığır keser. Ayrıca yağmur yağdıran büyücüler yağmur mevsimi boyunca sürekli siyah elbiseler giyerler. Afrika’daki Matabele kabilesinde, yağmur büyüsü esnasında büyücü, siyah öküzün ödünden ve kanından oluşan bir büyü uygular. Sumatra’da yağmur yağdırmak için köyün bütün kadınları fazla giyinmemiş bir tarzda nehre giderler, suda yuvarlanırlar, birbirlerine su atarlar ve sıçratırlar. Bu esnada akıntının içine siyah bir kedi atılır, onu bir süre yüzdürürler, daha sonra kıydan kaçmasına izin verirler ve kedi kadınlar tarafından kovalanır. Garolar kuraklık mevsiminde yüksek bir dağın tepesinde siyah bir teke kurban ederler. Bütün bu durumlarda kurban olarak takdim edilen hayvanın rengi büyüünün ayrılmaz bir parçası sayılır. Çünkü bu ayinlerde siyahlık, siyah yağmur bulutlarını simgeler. Bechuanalar akşamdan bir öküzün karnını yakarlar ve onun dumanının siyah bulutları toplayacağına ve bunun da yağmurunu getireceğine inanırlar. Timoreseler yağmur yağdırması için yer tanrıçalarına siyah, güneşli bir hava için güneş tanrısına beyaz veya kırmızı bir domuz kurban ederler. Angoniler de yağmur için siyah, güzel hava içinse beyaz bir öküz takdim ederler. Japonya’nın dağlık bölgelerinde yaşayan bazı insanlar uzun süre yağmur yağmayınca, önlerinde siyah bir köpek eşliğinde dağlara çıkarak bazı ayinler yaparlar.

3.1.4. Yeşil

Birincil renkler olarak kabul edilen sarı ile mavinin karışımından oluşan yeşilin eski Türkçede özgün biçimi yaşıldır ve yaş sözünün türevinden gelir. Sarı ile gök renk arası bir rengin ifadesi için yaşıl ifadesi kullanılırdı.

Yeşil Türk kültüründe her zaman olumlu anlam taşımıştır. Türkler yılbaşını başlıca iki tabiat olayının görülmesi ile başlatmışlardır. Bunların ilki otların yeşermesi, diğeri de gök gürlemeleri ile yıldırımların başlaması idi (İnan, 1987: 414-420). İşte en eski dönemlerde büyük çoğunluğu hayvancılıkla geçinen, göçebe hayat yaşayan Türklerin hayatında otların yeşerme zamanı çok büyük rol oynamıştır (Mazlum, 2011). Bu nedenle otların yeşerme zamanına tekabül eden Nevruz, Türklerde yeni yılın habercisi olarak kutlanmaya başlamıştı.

Uluslararası sembolik bir yapı içinde yeşil, kırmızının karşıtı olumlu bir sembolizmaya sahiptir (Mazlum, 2011). Kırmızı ışıktadır, yeşil ışıktadır geçmemiz buna örnektir. Yeşil, doğada canlanmanın rengi olduğu için, tazelik ve doğallık etkisi verilmek istenen ambalajlarda kullanılır. Okcu (2007), “yeşilin aynı zamanda medeniyetin bir simgesi haline geldiğini, dünyadaki şehir ve kasabaların gelişmişlik ölçüsü yeşil alanlarıyla, yeşile verdikleri önemle ölçülmekte olduğunu” belirtir. Orçan (2011: 72), Welters’in yeşil rengin doğadaki ürünü, verimliliği ve korumayı sembolize ettiğini belirttiğini yazmıştır.

Yeşil renk batıda umudu, umutlu olmayı simgelemektedir (Mazlum, 2011). Bunlarla birlikte Albayrak (2010: 24), “Tayvan’da eğer bir kişi (kadın veya erkek) yeşil şapka/başlık giyerse diğerleri, bundan onun eşinin vefasız/sadakatsiz olduğunu anlarlar” diyerek yeşilin olumsuz bir sembolik anlamına yer vermiştir.

Pastoureau (2005:194), sanatta yeşili şu şekilde aktarır:

Gerçekte su, antikçağ ve ortaçağ toplumlarında nadiren mavi olarak algılanmış ya da düşünülmüştür. Resimlerde herhangi bir renkte olabilir, ama simgesel olarak özellikle yeşille özdeşleştirilmiştir. Gerçekten de su (denizler, göller, nehirler, dereler), denizcilik haritalarında ve en eski coğrafi haritalarda hemen hemen her zaman yeşildir. Yeşil yerini ancak on beşinci yüzyılın sonundan itibaren -ormanlar da yeşille temsil edilmek istendiğinde- yavaş yavaş maviye bırakır.

3.1.5. Sarı

Sarı, en parlak renk kabul edilir. Maddesel olarak akla ilk önce güneşi getirir. Güneş aydınlık, sıcaklık, yeni doğan gün ve enerjidir. Sarı renk, güneşten sonra algıda altını çağrıştıracaktır. Sarı, altının da rengi olduğu için kullanıldığı yerlere ve tasarımlara zenginlik, maddi değer, saltanat ve statü katar (Okcu, 2007).

Sarı, parlaklığı dolayısıyla en dikkat çeken renklerdendir. Trafik lambalarına, yol çizgilerine, evrensel uyarı işaretlerine bakıldığında kırmızıdan sonra en yoğun kullanılan renk olduğu görülmektedir. Kırmızı gibi göze çarpar. Radyoaktif maddeleri radyasyon, patlama tehlikesi olan malzemeler, zehirler de sarı renk ile ifade edilir. Bunlar için sarı uyarı levhaları veya işaretleri kullanılır. Trafik işaretlerinde de sarı-siyah kombinasyonu uyarıyı temsil etmektedir (Soygüder, 2013).

Sarı renk Çin imparatorluğunun rengi olarak bilinir. En yüce bilginin ve aydınlanmanın da sembolüdür. Ünlü koruyucu Çin ejderhası da sarı renklidir. Budist tapınağında bulunan 1400 yıllık sarı yapraklar döken Ginkgo ağacı da kutsal sayılmaktadır.

En yüce bilginin ve aydınlanmanın rengi olan sarı sarı, Çin imparatorlarının giysilerinde kullanılan bir renkti ve herhangi bir Çin vatandaşı sarı giydiği takdirde imparatorluğunu ilan etmiş olacağından ağır cezalara mahkum edilirdi.

Türklerde dünya şemasında sarı renk merkezin veya yerin rengidir. Sarı renk bazen altın sarısı olarak ya da sadece altın olarak geçmektedir. Bu renk güneşin simgesi olarak akıl, zihin, idrak, sezgi, iman gibi kavramları içerir (İskenderzade, 2007). Kırmızı, siyah ve beyaz ile karşılaştırıldığında Türk kültürü içinde sarının anlam zenginliği diğerlerine göre daha azdır.

Sarı Türkçede güneşin, buğdayın, başağın, sonradan da altının rengi olarak genellikle olumlu anlama sahiptir. Olumsuz anlamda bir tek 'kara sarı' ve 'sarı çıyan' hainlik, sinsilik anlamında ve uyuşturucu maddelerin de Türkçedeki argo karşılığı olarak 'sarı melek' kullanılır (Bayraktar, 2006).

Sarı beniz, yüzün sararması bir hastalık belirtisidir. Uygur ve Çağatay Türkçesi'ne ait eserlerde "sarığ agrıg" kelimesine rastlanır ki bugünkü Türkçede karşılığı sarı hastalık (sarılık) demektir (Soygüder, 2013).

Dede Korkut'ta Müslüman kızların kırmızı, siyah elbiseler giydikleri görülürken kâfir kızlarının Selcan Hatun örneğinde olduğu gibi sarı giysi giydikleri görülür (Ögel, 1991: 487).

Eski Türklükteki albastı ruhlarından sarı albastı, bazen keçi, bazen tilki, bazen de sarışın bir kadın suretindedir. Sarı albastılar inanışlarda; yolcuların yolunu şaşırtan, uykuda insan üzerine çöken karabasan gibi bir ruh olarak geçer. Kazak Şamanizm’inde inanışlara göre karabasan gibi insan ruhunu daraltan kötü huylu ruhun, Erlik’in kötü sarışın kızı olduğuna inanılır. Birçok inanışta ciddi ve ağırbaşlı bir ruh olduğuna inanılan Kara Albastının aksine, Sarı Albastının hoppa ve şarlatan bir karakteri olduğuna, insanları hile ile ele geçirdiğine inanılır.

İran’da sarı renk olumsuz anlam yüklüdür. Sarı renk hastalık ve günahı sembolize ettiği için, İran’daki Nevruz kutlamalarında ateşin üzerinden atlanırken “benim sarı rengim senin olsun, senin kırmızı rengin benim” şeklinde şarkılar söylenir ve böylece hastalıkların ateşe atıldığına inanılır. Çünkü mayasını ve rengini ateşten alan kırmızı renk temizlik ve enerji anlamına gelmektedir (Albayrak, 2008).

Ayrıca Tutar (2002: 618), “Yugoslavya’daki Türk gruplarında ve Gagavuz ile Çuvaş Hristiyan Türk gruplarında, Doğu Avrupa Türk gruplarında Nevruzda, geleneksel olarak bir gece öncesinden çocuklara sarı kurdele takıldığından” bahseder. Nevruz sabahı bu sarı kurdeleler kırmızı kurdele ile değiştirilirdi. Bu şekilde kötülüğü temsil ettiğine inanılan sarı renk atılarak, yerine sağlığı ve yaşamı temsil eden kırmızı gelirdi. Yeni yıla kırmızının ruhu ile girmenin de anlamı buradan gelmektedir.

Tayvan’da sarı giymenin edepsizlik ve kötü kadın anlamına geldiğine inanılır (Albayrak, 2010: 24). Ortaçağ Avrupa’sında sarı açıkça fahişelerin, kocasını aldatan kadınların rengi olmuş ve kıskançlık, haset ve ihanetle eşleşmiştir. Fahişelerin tanınabilmesi için saçlarını safranla sarıya boyaması ya da sarı peruk takmaları, bunun dışında sarı bir bant, kemer ya da eşarp kullanmaları gerekiyordu (Soygüder, 2013). 1506’da Hamburg’da; 1445’de Leipzig’de fahişeler sarı pelerin, sarı eşarp takmaktaydılar (Soygüder, 2013).

Finlay (2007:222), 1215 yılından itibaren sarının, Avrupa’da Yahudiler için de zor bir renk olduğundan bahsederek, “O yıl Papa III. Innocentius Yahudilerin sarı bant takmaları gerektiğini ilan eder. Nazilerin 2. Dünya Savaşı sırasında uyguladıkları baskılar sırasında Yahudilere sarı yıldız takmalarını emretmesinin nedeni de buna dayanmaktadır” diyerek dönemin sarı renge yüklenen anlamlarını ifade eder.

Avrupa’dan önce Mısır’da da Yahudiler sarı şapka takmak zorundaydılar. Muhtemelen Avrupa bu uygulamayı Mısır’dan almıştır. Hristiyan olmayan kişiler herkes tarafından görülebilir diye sarı şapka, sonra da kıyafetlerine sarı yıldız arması diktiler (Soygüder, 2013). Dede Korkut’taki Selcan Hatun örneğini de dikkate alacak

olursak, çok dikkat çeken ve saklanamayan bir renk olan sarının, toplumdan dışlananlar ile ilgili bir renk olduğu söylenebilir.

Avrupa ressamlarının çoğu azizlerin, İsa'nın, Meryem'in başı üzerine hale koyarlar. Sarıyı spiritüel bir renk olarak kullanırlar. Helios, Apollon, Sol Invictus ve Ra mitolojide güneş tanrılarıdır ve hepsinin rengi sarıdır.

Hindistan'da sarı evliliğin rengidir. Gelinlere ve damatlara hem mutluluğun, hem de birleşmenin ve bereketin sembolü olarak sarı renge sahip zerdeçal baharatı sürülür.



Şekil 3.2: Hindistan Düğününde Zerdeçal Töreni

(Kaynak:<https://segretievirtudellepianmedicinale.files.wordpress.com/2013/11/curcumacosmesi.jpg>, Erişim Tarihi: 22Aralık 2015).

Sarı, hastalığın yaygın olduğu dönemlerde vebayı temsil etmekteydi. Veba virüsünden dolayı karantinada olan gemiyi belirtmek için düz renkli sarı bayrak çekmek, kökeni ortaçağdaki veba salgınlarının başlangıcına dayanan bir denizcilik geleneğidir. Sezgin (2013), “sarı bayrağın artık sembolik olarak gemide salgın hastalık olmadığını ve limana giriş izni istendiğini belirtmek için kullanıldığını” yazmıştır.

3.1.6. Mavi

Eski Türklerde gök ismi ile ifade edilirdi. Göğün rengi olmasından dünyamızın ve varlığımızın sembolü olarak kabul edilirdi. Ancak gök rengi adı, aynı zamanda yeşil rengi de karşılar niteliktedir. Uygur metinlerinde doğanın rengi bazen mavi, bazen ise yeşil geçmektedir (Çoruhlu, 2002: 192). Yeşilin daha çok doğada zemin ile yakınlığı,

mavi ile arasında fark oluşturmaktadır. Türk kültüründe gök, semavî bir kavram olarak; Gök Tanrı, gök kurt (Bozkurt), gök boynuzlu keçi, gök öküz, gök Türk, gök yüzlü Oğuz şekillerinde karşımıza çıkar (Küçük, 2010).

Asya kültürlerinde, Moğol ve Türk boylarındaki efsanelerde mavi kurt ve mavi aslan önemli bir yer tutar. Moğol-Türk mitolojisinde mavi aslan ve kaplanlar, Altay boyunun atası sayılan Tengri'nin gücünü sembolize eder. Tengri, Altaylarda dağların üzerindeki mavi göklerin, mutlak hakimiyetin sembolüydü (Chevailier ve Gherbrant, 1996: 103).

İskenderzade (2007), "Türklerde gök renk manevi yükselişin, dâhili temizliğin, idrakin, Tanrıya doğru yücelen ruhların rengi olduğunu ve gök sakallı ifadesinin ermişliğe, ululuğa işaret ettiğini" belirtir. Dede Korkut destanında geçen "Anam benim için mavi giyip kara sarınsın" cümlesi de bu bağlamda, dünyevi alışkanlıklardan el çekmek ve akli göklere çevirmek anlamında betimlenmiş olabilir.

Oğuz Kağan'ın yüzünün mavi olması, birinci eşinin gökten inen mavi bir ışıktan çıkması, ordusuna kılavuzluk eden kurdun mavi renkte olması kutsallıkla ve tanrıyla bağdaştırılabilir (Küçük, 2010).

Hunlarda dinî değeri çok yüksek olan kır atlar, doğuyu sembolize ederken batıyı, boz atlar güneyi, doru atlar ve kuzeyi de yağız atlar sembolize etmektedir (Özkan 2002: 430). Savaş düzenlemelerinde atlar bu yönlere konumlandırılırdı.

Şapolyo (1970: 13), Türklerin mavi renk ile ilişkisini şöyle açıklar:

Atatürk mavi rengi, yani turkuazı severdi. Çünkü bu renk eski Türk bayrağının rengi idi. Bu renk Selçuklu çinilerinde ve Mevlana türbesinde (Kubbe-i Harda) da görülmektedir. Sünnet çocuklarının entarisi mavidir. Köylü gençleri bayramlarda mavi gömlek giymektedir. Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethi sırasında giydiği çizme mavi, yani gök rengidir.

Albayrak, Kırgız-Kazaklarda kadınların yas alameti olarak kara veya mavi renk elbise giymelerinin ölenin yakınlık derecesiyle ilgili olduğunu, buna göre kadınların, kocaları ölünce siyah, akrabaları ölünce mavi renk elbise giydiklerinden, böylece yas tutan kadınların bir yıl boyunca kara veya mavi renk elbise giymeye devam ettiklerinden bahseder (Albayrak, 2008).

Kötü gözlerden koruma etkisi var olduğuna inanılan kobalt mavisi, bu nedenle nazar boncuğunda kullanılmaktadır. Anadolu'da nazar boncuğu olarak kullanılan

mavi taşın antik Mezopotamya’da da kozmolojik bir değeri vardı. “Lapis lazuli” adını taşıyan mavi renkli bu taş, bizatihi yıldızlı göğün mavisidir, yani kutsal gücüne ortak olduğu göğün mavisidir (Elaide, 1992: 161). Hint mitolojisinde Vişnu’nun yedinci avatari olarak kabul edilen Rama, mavi renklidir. Gökten yere inerek halkı kötülüklerden koruma görevindedir.

Derin etkisinden dolayı, Eski Roma’da felsefecilerin akademik cübbelerinin rengi olarak mavi kullanılmıştır (Mazlum, 2011). Mavi, Çin kültüründe cenneti ve ölümsüzlüğü sembolize eder (Mankhe, 1996: 64).

Eski Mısır’da kral lahitlerinde zemin rengi olarak kullanılan mavi renk, gökyüzünü, ölümsüzlüğü ve sonsuzluğu ifade etmenin yanı sıra ölümün ve dolayısıyla mutlak gerçeğin rengidir (Chevailier ve Gherbrant, 1996: 103).

Türk kültür tarihinde kutsal anlamlara sahip olan rengin batı kültüründe en olumsuz şekilde nitelendiği, siyaha en yakın renk olarak görüldüğü, ölümü, yası, karamsar ruh halini, melankoliyi, kederi ifade ettiği, soğuk ve uzak olarak duyumsandığı görülür. Bu rengin iki kültür arasında birbirine taban tabana zıt simgeselliğe sahip oluşu, belki de Avrupa’da göğün hep karamsar bir şekilde bulutlu ve yağmur getirici oluşu, iklim koşullarının onlara temiz, berrak, aydınlık bir açık mavi sunmayışının bir etkisi olabilir (Pastoureau, 2005: 139).

Goethe, bu anlatımı onaylarcasına mavi renkle ilgili olumsuz yargılar belirtir. Mavi rengin kişide soğuk etki uyandırdığını ve gölgeyi hatırlattığını, mavinin siyaha en yakın renk olduğunu belirtir. Mavi camdan görülen nesnelere de karamsar ve melankolik görüldüğünü ifade eder (Goethe, 2000: 311).

Kandinski de mavi renkle siyah renk arasında fiziksel olarak derin bir akrabalık olduğu vurgusunda bulunur. Mavi rengin içine siyah renk katıldıkça etkisinin kuvvetlendiğini belirterek bu rengin derine çekme etkisinin içe çeken hareketinin olduğuna değinir. Ayrıca Kandinski bir başka çalışmasında “Derin anlamın gücü mavide bulunur. Fiziksel harekette onun kendi merkezinde dönen ve izleyiciden uzaklaşan hareketi bu derinliği sağlar. Mavinin derinliğe eğilimi o kadar güçlü ki onun tonu daha derinleştiğinde iç çağrısı daha güçlüdür. Mavi tipik bir cennet rengidir” diyerek bu rengin derinliğine vurguda bulunur (Orçan, 2011: 78 – 79).

Birren (1961:59-61), mavi rengi şöyle ifade eder:

Eski sembolizasyona göre, mavi soğuklukla özdeşleştirilir ve havayı suyu ve hakikati sembolize eder. Hristiyan mistisizmde mavi cennetin sembolüdür. Kutsal üçlemede mavi tanrıyı sembolize eder ve benzer bir şekilde insan ruhunun da sembolüdür. Peygamberlikte mavi hakikatin ve samimiyetin rengidir. Mavi şekil olarak daire veya kürenin özelliklerini taşır. Soğuk, ıslak, şeffaf ve atmosferik bir renk olan mavi görmede zayıf bir şekilde odaklanıldığında bulanık bir imge oluşturur, bir hacmi olmasına rağmen keskin değildir.

Tümü de maviyi simgesel renkleri olarak seçmiş olan büyük uluslararası örgütlerin hiçbiri bu konuda yanılmamıştır: Günümüzde BM olan eski Milletler Cemiyeti, UNESCO, Avrupa Konseyi, Avrupa Birliği mavi rengi simgesel renkleri olarak seçmişlerdir. Barışı ve toplumlar arası uzlaşmayı sağlayan bir renk olarak görülür.

Mavi renkten bahsederken turkuazdan da söz etmek gerekir. Turkuaz, renkler sözlüğünde yeşile çalan mavi renkte değerli bir taş; firuze taşının rengi olarak tanımlanır (Eminoğlu, 2014: 445). Selçuk mimarisinde, İznik çinilerinde oldukça sık rastlanılan bir renktir. Ayrıca Mevlana türbesindeki Kubbe-i Hadra da turkuaz renkli çini ile kaplıdır.

Turkuaz, günümüzde Türk rengi olarak da anılmaktadır. Turkuaz, Avrupa'ya Anadolu üzerinden ihraç edildiği için bu ad, Fransa'da Türk anlamına gelen sözcükten kaynaklanmıştır (Orçan, 2011: 81).

3.2. Renk Sembolizmine Psikolojik Yaklaşım

Siyah hüzdür, beyaz huzurdur gibi ifadelerin çok daha ötesinde renk; insanın ruh durumunu tanımlamada, yönlendirmede, toplumsal düşünceleri ifade ve ayrıca tedavi etmede kullanılmaktadır.

Renklerin anlatımcı etkilerinin, insanlar üzerinde bazı psikolojik durumlar uyandırdığı kabul edilmektedir. Renkle ilgili testlerde, insanların buldukları durumu renkle anlattıkları, rengin belli durum ve duyuları uyandırma gücü olduğunu, ya da belli bir rengin belli durumları rengeyle anlatması ve renklerin objektif anlamlarının bulunduğu kabul edilmektedir. (Yazıcıoğlu, 1990: 156). Farklı renklerin aynı veya benzer psikolojik etkileri olduğu görülmekle birlikte çok farklı anlamlarına da

rastlanmaktadır. Tek başına bir renk birden fazla psikolojik etkiyi de ifade edebilmektedir.

Renklerin psikolojik etkileri fizyolojik etkiden var olarak, bireysel tepkilere dönüşürken çeşitli faktörlerle yorumlanır ve beyin sonuca ulaşır. Bu durumda renklere karşı tepki ve beğeni kişilere göre değişkenlik gösterir. Yorumlanan faktörler bireyin yaşamışlıklarına, kültürüne ve algı yönüne çokça bağlıdır. Renklerin insan ruh haline etkileri temel anlamda genelleştirilebilmesine rağmen sosyal yaşam ya da kutsal inançlar gibi özelliklere göre de değişkenlik gösterebilir. Sonuçlar renge karşı sevgi, nefret ya da ilgisizlik olarak görülebilir. Bireysel faktörlerin dışında çeşitli araştırmalarla ortak duygu durumları yarattığı belirlenen renkler, günlük hayatımızda karşımıza benzer örneklerle çıkar. Kırmızı rengin tehlikeye dikkat çekerek tüm dünyada dur uyarısına işaret etmesi gibi.

Turuncu ve kırmızının sıcak olması alevin rengi oluşundan, mavinin soğukluğunun buzun ve denizin rengi oluşundandır. Güneş ve ateş gibi fiziksel sıcaklığı olan şeylerin renkleri sıcak dilimde, su, buz, orman gibi serin ve ferahlatıcı olan şeylerin renkleri de soğuk dilimdedir (Ulaş, 2002: 55). Sıcak dilimdeki renklerle görülen alan veya objeler daha dinamik algılanırken, soğuk dilimdeki renklerle görülenler daha stabil algılanır.

Sıcak renkler görsel düzen içinde göze daha hızlı ulaştığından kişiye yakınlık hissi uyandırır. Dinamik bir uyarandır. Mavi ağırlığı taşıyan soğuk renkler ise durgun ve dinlendiricidirler nesnelere olduğundan daha uzak ve küçük gösterirler ve uzaklık hissi yaratırlar (Koca ve Koç, 2008).

Sıcak renklerin fazlası heyecan, şiddet, saldırganlık ve konsantrasyon güçlüğü yaratabilir. Örneğin, Amerikan otomobil kuruluşu kırmızı renkli otomobil kullananların diğer renklerde aracı kullananlara göre daha fazla kaza yaptıklarını belirlemiştir (Koca ve Koç, 2008). İç mimarların çocuk odalarında ve okullarda mavi kullanımının onların yaramazlıklarını azaltacağı, sakinleştireceği yönünde söylemleri vardır. Turuncu, sarı ve kırmızı gibi renkler çocukların hareketini daha da artırır (Okcu, 2007).

Kırmızı rengin, çoğu araştırmacı tarafından ateş, kan, savaş ve şiddetle de temsil edilerek bu çağrışımları oluşturduğunda can acıtıcı duyum meydana getirebileceğine değinilir (Orçan 2011: 69). Aynı zamanda bu renk iştah artırır (İzğören, 2000: 138). Bu yüzden birçok gıda firması logosunda kırmızı rengi çokça kullanmaktadır. Aynı zamanda iştah açıcı şurupların ve tabletlerin büyük bir

çoğunluğu da kırmızı ya da kırmızıya dönük renktedir. Trafik lambalarında dur işareti kırmızıdır. Arkadan gelen kişinin dikkatini çekmek için fren lambaları da yine kırmızı renklidir.

Spor arabalarda da en çok kırmızı renk kullanılır. Ferrari arabalarının çıkış ve esas üretim rengi sarı olmasına rağmen, kişiye özel üretildiklerinden müşteri istekleri doğrultusunda en fazla kırmızı çalışılır ve bu yüzden üretim rengi kırmızı sanılır. Dikkat çekici özelliğinden dolayı günlük gazete logolarında genellikle kırmızı renk hâkimdir (Yağbasan ve Aşkın, 2006).

Birren (1982:30), “renklerin insan psikolojisinde farklı yansımaları sahip olduğunu ve farklı tepkilere neden olduğunu ileri sürerek kırmızının nefret ve saldırganlığa sebep olduğunu” ifade ederek, bu rengin insan psikolojisinde öfke, kalbin fırtınalı duyguları, aşk, savaş tanrısı ve iktidar duyularını oluşturduğunu belirtir.

Ayrıca kırmızı tansiyonu yükseltir, kan akışını hızlandırır (İzğören, 2000: 138). Sinir sisteminde uyarıcı etkiye sahiptir ve kalp ritminde de artış sağlar. Bu nedenle eğlence mekanlarındaki ışıklandırmalarda sıklıkla kullanılır. Bebekler üzerine yapılan çalışmada ise mavi ışığın bebekler üzerinde ağlamalarını azaltıcı etkide bulunduğu gözlenmiştir (Birren, 1982: 17-19).

Kırmızı insan gözünün görebildiği ilk renktir. Çarpıcı, fiziksel ve duygusal açıdan canlandırıcı ve güçlü bir etkiye sahiptir. Kırmızı canlandırıcı, heyecandırıcı ve dikkat çekicidir. Mavi serinletici ve dinlendiricidir. Sanatsal duyguların ve ilham kaynaklarının geliştirilmesi geniş ölçüde mavinin enerjisine bağlıdır (Albayrak, 2010: 23). Araştırmalarda mavinin kalp ritmini yavaşlattığı ile ilgili bilgilere de ulaşılmıştır.

Mavi renk, inancı artıran bir renktir. Bu nedenle cami ve kiliselerin vitraylarında da mavi kullanılmıştır (Mazlum, 2011). Yeşil, mavi ve sarının birleşiminden oluşur ve her iki rengin özelliklerinin uyumlu bir birlikteliğini bünyesinde barındırır. Mavide olduğu gibi huzur verici ve dinlendirici bir etkiye sahip iken, sarının da canlılığını taşımaktadır. Yeşil doğayı, cenneti çağrıştıran sessiz ve huzur verici bir renktir. Dekorasyonda sessizliği, rahatsız edilmemeyi çağrıştıran ve bu yüzden hastane odalarında veya tiyatrolarda kullanılan bir renktir (Mazlum, 2011).

Pastoureau (2005: 192-193), mavi rengi Şu Şekilde ifade eder.

Mavi ŐaŐırtmaz, yaralamaz, baŐkaldırmaz... Tedirgin etmez, sakindir, barıŐıçıldır, mesafelidir, neredeyse yansızdır. KuŐkusuz dūŐ de kurdurur; ama bu melankolik dūŐün uyuyturucu bir yanı vardır. Gūnūmūzde hastanelerin duvarları maviye boyanır, sakinleŐtirici nitelięindeki tūm ilaçlar maviyle kaplanır, trafik kurallarında izin verilen her Őeyi belirtmek için kullanılır, ılımlı ve uzlaŐımcı bir siyasal renk haline getirilmeye çalıŐılır. Mavi saldırmaz, hiçbir Őeye karŐı koymaz; yatıŐtırır ve bir araya getirir.

Ūnlū ressam Pablo Picasso'nun da bir dūnemi, tablolarında yoęunlukla kullandığı renk mavi ile geçer ve Picasso'nun mavi dūnemi olarak anılır. Bu dūnemin mavi dūnem olarak anılması sadece mavi rengin kullanılmasından Őte mavi renk ile iliŐkilendirilen duygu durumları ile ilgilidir. Picasso'nun mavi dūnemde mavi tonlarını aęırlıkla kullanması arkadaŐı Casagemas'ın Őlūmūyle baŐlamıŐtır ve yaklaŐık beŐ yıl sūrmūŐtūr. Bu dūneme ait Picasso resimlerinde Őlūm hissiyatı temeldir ve bununla birlikte mutsuzluk ve yalnızlık duygularını da mavi renk ile renklendięi karakterlerde sembolize edilmiŐtir.

Gōkyūzūnūn rengi olan mavide boŐlukta asılı duran hava ile dūŐūnceler betimlenerek zihinde imgelenir. Bu nedenle kōtū havanın olumsuz dūŐūnceleri getirdięi algısı gūnlūk hayata iŐlemiŐtir. Kūltūrel baęlamda Avrupa toplumlarında mavinin kōtūye yorumlanması bu algıyla iliŐkilidir.

Siyah būttūn ıŐığı yutan ıŐıksızlık, karanlık olduğu için ilk baŐta korku, Őzūntū ve karanlığın simgesi olarak karŐımıza çıkar. ıŐığın yutulması diğer būttūn renklerin kaybolması anlamına geldiğinden belirsizlik, bilinmezlik, sonsuzluk temsil eder. ıŐığı tamamen alınmıŐ, ii daha Őnceden gōrmedięimiz çeŐitli objelerle dolu bir odada gōrme duyumuz bize hiçbir Őekilde yardımcı olamaz. Bu durumda diğer duyularımız ve sezgilerimiz devreye girer. Karanlık ile çok fazla i ie olmak fiziki algıdan, metafizik algıya geçiŐi sağlar. Açıklanamayan kavranmaya çalıŐılır. Tūm ıŐığı ve dolayısıyla renkleri soğuran siyahın fiziksel yapısı, dıŐ dūnyaya kapalılığı ve gizemliliği ifade eder.

Siyah dikkati daęıtan unsurları aza indirgedięinden konsantrasyonu arttırmaktadır (Yaębasan ve AŐkın, 2006). AŐırı derecede kullanılan siyah depresyona ve duygusal karmaŐaya yol açabilir (Albayrak, 2010: 23). Ancak ayrıntıda ve kūūk yūzeylerde kullanıldıęında dikkat çekici bir hale būrūnūr. Bir yūzeyi siyah ile

çerçevelemek ilgiyi çerçevenilmiş alana yönlendirecektir. Giyside ve eşyada siyah, resmi yapıyı, ciddiyeti ve gücü simgeler. Kültürel bağlamda çok fazla olumsuz anlam barındıran siyah, bu yüzden damatlık giysilerde matem algısı oluşturmaz.

Türk kültüründe kara kara düşünmek deyiminin İngilizcesinin —to be blue ya da —in the blue oluşu bizim kültürümüzde kara rengin sahip olduğu karamsarlık duygusunun İngiliz kültüründe mavi renkle ifade edildiğini gösterir (Pastoureau 2005: 155).

Doğu toplumları için kutsal bir renk olan sarı, Batı toplumlarında eğlence ve mutluluğu sembolize etmektedir (Mazlum, 2011). 1960'ların başında Harvey Ball tarafından hazırlanan sarı gülümseyen yüz ikonu buna örnektir. Bu ikon sarı renktedir ve mutluluğu ifade ederken sıkça kullanılmaktadır. Dijital ortamda duygu durumlarını ifade etmek için kullanılan insan yüz ifadesi tasvirinde çoğunlukla sarı renk kullanılmaktadır. Bu durum, dijital ortamda kişilerin ırkları ile ayırım yoluna gidilmediğinin de bir göstergesidir.

Sarı, güneş ışığının insan algısına yerleşen rengidir. Işığın parlaması ile büyük düşünceleri ve ruhsal gelişimi simgeler. Manevi anlamda yeniden doğuşu, maddesel anlamda insan vücudunda hastalığı, sonbaharda sararan yapraklarda hüznü sembolize eder. Enerjiyi ve enerjisizliği bir arada temsil eden sarı renk, bir gün mutlu bir gün mutsuz manik-depresif hastalarının da sembolik rengidir.

Vincent Van Gogh özellikle psikolojik rahatsızlığından sonra sarıya daha fazla eğilim göstermiştir. Diğer ünlü ressamlarla karşılaştırıldığında ise aradaki fark anlaşılmaktadır. O, çok az mavi, mor, yeşil ama özellikle de sarıyı kullanmıştır. Öyle ki, sarının bütün tonlarına hassastır. Ne kadar sarı varsa bulup kullanmaya çalışmıştır. Hastalanır, sara nöbetleri geçirir ve ona epilepsi tanısı konur. Resimlerinde sarı kullanarak olasılıklarının aşırısını seçiyordu. Sarının yanında çaresiz, umutsuz yani hastalıklı duygulardan ilham alarak besleniyordu. 'Gece Kahvesi' adlı eserinde kahve öyle bir yerdedir ki, kişide çılgınca orda oturmak, vakit geçirmek isteği uyandırmaktadır. Ve yazıyor: "Ben adeta kötü güçlerin olduğu bir meyhane canlandırmaya çalışıyorum. Hepsini aynı atmosfer içinde rengi solmuş sarıyı şeytan icadı sülfat asit ile deniyorum" (Soygüder, 2013).

Sarının ayrılık rengi diye anılması, rengin geçicilik ifade etmesinden gelir. Örneğin geçici kullanım için kullandığımız taksiler sarıdır. Aynı zamanda hastanelerin dış cephesi de aynı mantıkla genellikle sarıya boyanır. Bankaların logolarında tercih

ettikleri renkler genellikle sarı olmaz, paranın kalıcı ve artıcı olduğunu zihne yerleştirmek için güvenilir hissi uyandıran yeşil ve mavi genellikle tercih edilmektedir.

Goethe'ye göre sarı bilinen en parlak renktir. Öyle bir ışık ki bütün bitkiler, hayvanlar ve insanlar bu ışıktan olumlu yönde etkilenir. Goethe sarıya karşı inanılmaz sempati duymuş ve “Zur Farblehre” adlı kitabında sarı hakkında şöyle yazmıştır (Thuan, 2010:111):

765- Işığa en yakın renk budur.

766- En arı olduğu durumda bile her zaman aydınlığın doğasını kendinde taşır ve duru bir neşe ile hoş bir uyarma karakterine sahiptir.

767- Bu aşamada, çevreleyen manzarada, ister kıyafet, perde, mürekkep kâğıdı biçiminde olsun hoştur. Karışmamış durumda ve özellikle parlak haldeyken altın bize bu rengin yeni ve yüksek fikrini sunar ve aynı şekilde parlak ipek, örneğin saten üzerinde beliren zorlu bir sarı görkemli ve ağırbaşlı bir etki yaratır.

769- Bu en şiddetli biçimdeki canlandırıcı etki, sarı bir camın içinden, özellikle gri bir kış gününde manzaraya bakıldığında algılanacaktır. Göz sevinir, yürek ferahlar, ruh neşelenir; sanki bize doğrudan bir sıcaklık gelir.

770- Bu renk, arılığında ve parlak halde hoş ve neşelidir; bütün gücünde neşeli ve asil bir şey vardır; buna karşın aşırılığa duyarlıdır ve lekeliğinde ya da biraz eksiye doğru eğildiğinde çok nahoş bir etki yaratır. Böylece yeşile dönen ısırtabın renginin nahoş bir şeyi vardır.

771- Sarı, üzerinde bütün enerjisiyle ışıldayamadığı sıradan tuval, keçe ve benzeri kumaşlar gibi arı olmayan ve bayağı yüzeylere geçtiğinde bu nahoş etkiyi yaratır. Azaltılmış, ayırt edilemez bir kaymayla ateşin ve altının güzel etkisi çirkef bir etki haline gelir. Onur ve mutluluğun rengi utanç, iğrenme ve kaygının rengi haline gelir. İflas edenlere verilen sarı şapkaların kullanımı ve Yahudilerin paltolarındaki sarı halkalar şüphesiz buradan gelmektedir; aldatılan kocanın rengi olarak adlandırılan, aslında pis bir sarıdan başka bir şey değildir.

Goethe'nin sarıya yüklediği anlamlar psikolojik bağlamda sarı rengin ayırt ediciliğini de açıkça belirtmektedir. Rengin kullanım alanındaki betimlemeleri ile de olumlu uyaranlarla birlikte olumsuz uyaranları da uyandırabileceğine de ayrıca dikkat çekilmektedir.

Vasiliy Kandinsky de nesnel biçimde sarı üzerine yazmıştır (Soygüder 2013):

Sarıya direkt bakılırsa insanı rahatsız eder, ani bir sancı, gözü ısıtır, şiddeti ifade eder. Cesur, arsız, göze batan, cıvık, ciddiyetsiz, küstah etki verir. Gözde katlanılmaz, kahrı çekilmez bir gücü ve düzeyi olduğu kesinlikle sarının en belirgin özelliğidir. Bu trompeti en yüksek sesle çalmak gibi bir şeydir.

Goethe, her rengin bireyde belli bir kısıtlanmışlık duygusu meydana getirdiğine, bu duygunun ise o rengin tamamlayıcısına maruz kalınarak kısıtlanmışlık etkisinin yok edildiğine değinir. Eğer bu renk dışsal olarak sunulmazsa, gözün kendi

içinde bu tamamlayıcı rengi üreterek kendini rahatlattığını böylece de tüm etkinin sağlandığını vurgular. Bu tamamlayıcılık ilkesine göre kırmızı rengin tamamlayıcısı yeşildir. Kırmızı renk kendisine bir süre maruz kalındığında kısıtlanmışlık etkisi meydana getirir. Bu etkiden kurtularak tüm etkiyi sağlamanın yoluysa bu rengin ardından yeşil rengin kullanımına yer vermektir (Orçan 2011: 70).

Londra Çağdaş Sanatlar Enstitüsü, sarı rengin uyarıcılığıyla ilgili bir araştırmada, bu rengin bir çocuğu Vandalizm'e, yani kırıcılığa götürecektir kadar yoğun bir psikolojik etkisi olduğunu saptamıştır. Bir çocuk oyuncakları sergisinde oyuncakların sergilendiği odaların her biri başka renklere boyanmıştır. Duvarları doygun bir sarı olan odada sergilenen oyuncaklardan çoğunun çocuklar tarafından kırılıp zarara uğratıldığı gözlemlenmiştir (Alakuş, 2009: 85).

New Mexico State University'de 1982 yılında 337 4. ve 6. sınıf öğrencisi üzerinde yapılan bir araştırmada; "Hangi renk sizi umutlu yapar, kızdırır, kötü hissettirir, dürüst kılar, korkutur, mutlu yapar, acı verir, sevgi uyandırır, ölümü hatırlatır, güçlü kılar, okulu hatırlatır ve hayata bağlar?" soruları sorulmuş ve bu sorulara; %16,4 kırmızı, %15,1 siyah, %14,4 mavi ve %9,1 oranında da beyaz cevabı verilmiştir. Bu dört rengin çocuklar için çok sembolik anlamı olduğu görülmektedir. Aslında bu Amerikan toplumundaki yetişkinlerin renk algılarından çok farklı değildi ki bu da, çocukların renk algılarını kültürel olarak kazandıklarını gösterir (Albayrak, 2010: 25).

Suçlular üzerinde yapılan renk araştırmalarında sıcak ve açık renkli odalarda daha az sorun çıkarıldığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca Okcu (2007), Çankırılı'dan Kaliforniya'da San Bernardino Hastanesi'nde uyuşturucu bağımlıları üzerinde yapılan araştırmanın sonuçlarını şu şekilde aktarır:

Daha önce sakinleşmelerini sağlamak için uyuşturucu vermek zorunda kaldığımız hastalar, odaları sarı ve sarının karışımı olan açık pembe, çağla yeşili gibi renklere boyandıktan sonra, daha az uyuşturucu talep eder oldular. Birbirlerini yaralamaya kadar varan eski yoğun olaylar, artık tek-tük görülüyor.

Beyaz renk, bazı istisnalar dışında olumlu bir anlam barındırır. Materyalde veya alan içinde yoğun görünümde canlılık hissi uyandırır. Beyaz rengin temizlik şeffaflık mesajı vermesinden dolayı, kendini aklamak isteyen veya bu özelliklere sahip imaj

bırakmak isteyen politikacılara özellikle beyaz elbiseler önerilir (Yağbasan ve Aşkın, 2006).

Kandinski (1993: 72-73), beyazla ilgili şu satırlara yer verir:

Sık sık renk dışı bir şey olarak görülen beyaz yakından bakıldığında, bütün renklerin maddi nitelikler ve cevherler olarak kaybolduğu bir dünyanın simgesi gibidir. Bu dünya bizim o kadar yükseğimizdedir ki, oradan gelen bir tını duyamayız. Büyük bir susuş gelir oradan ve gözümüze, maddi olarak canlandırıldığında, aşılmaz, yıkılmaz nitelikte, sonsuza kadar uzanan, soğuk bir duvar olarak gözüktür. Bu yüzden de beyaz ruhumuz üzerine büyük bir susuş etkisi yapar; bizim için mutlak olan bir susuştur bu. İçsel olarak tınısı bir tınısızlık gibidir, büyük ölçüde, müzikteki bazı susuşlara benzer, bir bölümün ya da içeriğin gelişimini sadece zaman bakımından kesen, ama bir gelişimin noktalaması olmayan susuşlara. Bu ölü olmayan, olanaklarla dolu olan bir susuştur. Beyaz birdenbire anlaşılabilir cinsten bir susuşun tınısını verir. İlk gençlik çağında bulunan bir hiçliktir, ya da, daha kesin bir ifadeyle, başlangıçtan, doğumdan önce var olan bir hiçliktir.

Birren, yeşilin görünüşte zeki, sosyal, konuşkan ve yemekler konusunda iştahlı kimselerin tercihi olduğunu ifade eder ve stres altında olan insanların köşeye çekilme arzusundan dolayı yeşil rengi tercih edeceklerine değinir. Narsisizm de ise renk tercihlerinin mavi-yeşil olduğunu ifade ederken ve bu iki rengin birden tercih edilmesinin titizliği, duyarlılığı ve ayrımcılığı işaret ettiğine değinir. Bu tür narsist kişilerde kendini sevme ve kendi kendine yetme duyguları ön planda olduğu için sevmekten çok sevilme ihtiyacı içindedirler diyerek tercih edilen rengin insan psikolojisi ve karakter özellikleri hakkında bazı bilgiler ilettiği gerçeğini de açığa çıkarır (Orçan, 2011: 73),

Kuru kayalıklar ve susuz çöllerden ziyade, yeşil alanlar insanın kendini daha güvende hissetmesini sağlar. Birçok süpermarketin, hipermarketin kurum kimliği de yeşildir. Çünkü o, gıdada tazeliği garantiler (Okcu, 2007).

Renklerin insan üzerindeki etkisi bir tedavi yöntemi olarak da değerlendirilmektedir. Bugün kromoterapi, renklerle tedavi anlamına gelir. İnsanda chakra adı verilen ve renklere de hassas merkezlerin enerji dengesizliklerinden kaynaklanan sağlık sorunlarını tedavi etmek amacı ile renklerin kullanıldığı alternatif tıp yöntemidir. Fizyolojik veya psikolojik sorunun içeriğine dayanarak chakraların renklerle karşılığı belirlenip, eksikliğe gerekli renk ile yükleme yapılır. Bu tedavi; gerekli rengin ışığıyla, o rengi taşıyan taşlarla ya da giysilerle uygulanabiliyor. Renklerin tedavi edici etkisi, eski Mısır'ın tapınaklarında renk odaları yapması gibi,

çeşitli uygarlıklar tarafından keşfedilmiştir. Renk adlarının bazı hastalıkların isimlerinde kullanılması da tarihin eski dönemlerine dayanmaktadır. Bu isimlendirme, insan hallerini tanımlamada renklerin kullanımının en iyi örneklerindedir.

3.3. Renk Sembolizmine Politik Yaklaşım

Resmi ya da gayri resmi, bir siyasi görüşü temsil etmek için de sembolizmle birlikte renk olgusu vazgeçilmez bir unsurdur. Benzer ideolojiler genellikle dünyanın birçok yerindeki taraflarca benzer renkleri kullanır. Toplumların, örgütlerin, siyasi birliklerin amblem ve logoları, savlarını niteleyecek şekil ve renklerle ifade edilir. Düşünceleri ortak bir çatı altında toplama ihtiyacı ile kurulan topluluklar, ilkelerini hızlı bir şekilde beyne kodlamak için kullandıkları sembollere evrensel dilde kabul görmüş renkleri kendi ideolojileri bağlamında eklediklerinde daha geniş bir kitleye ulaşabilmektedirler. Bu bağlamda renklerin siyasi anlamdaki etkilerini, psikolojik etkilerle de yakınlaştırmak kimi zaman mümkündür.

Devletler kendi kültür geçmişleri çerçevesinde bazı renkleri daha güçlü kılar. Sarı özellikle Çin İmparatorluğu'nun rengidir. Göğün oğlu sayılan Çin İmparatorlarının sarı elbise giyindikleri, en yüce bilgeliğin ve aydınlanmanın rengi olduğu, imparatorluğa ait arma ve amblemlerin hatta ünlü Çin ejderhasının sarı renkli olduğu, her hangi bir Çin vatandaşının sarı renkli bir elbise giyinip sokağa çıkmasının, imparatorluğunu ilan etmesi anlamına geldiği için bunun ağır cezasının olduğu çeşitli kaynaklarda belirtilmektedir (Albayrak, 2010: 76). Bugün sarı tüm dünyada liberalizmin ve liberal partilerin rengi olarak kabul edilir.

Ülke bayraklarında ve logolarında kullanılan ve devletin kendi geçmişiyle ilgili sembolik anlamların dışında siyah, genellikle anarşizm ve faşizmle ilişkilidir. Tamamen kara renkli faşizm bayrağı, daha büyük bir güce teslim olmak, karşı tarafın üstünlüğünü kabullenmek anlamındaki beyaz bayrağın tam tersidir. Her türlü ezici ve baskıcı yapının inkarını temsil etmek amaçlıdır. Karşı tarafın üstünlüğünü kabul eden barış bayrağının rengi beyazdır ve bu bağlamda beyaz, pasifizmin rengi olarak kabul edilir. Hindistan Bağımsızlık Hareketi'nin pasifizmi savunan siyasi ve ruhani lideri Mahatma Gandhi de beyaz elbiseleri ile bu algıyı desteklemektedir.

Tamamıyla kırmızı bayrak, başkaldırı ve devrimin rengidir. Rus, Çin ve Fransız Devrimi sırasında hep ön saflarda kırmızı bayraklar taşınmıştır (Uçar, 2004: 51). Kırmızı renk Kızıl Bayrak, Kızıl Ordu, Kızıl Korku gibi sol görüş ideolojilerini

çoğunlukla temsil eder. Ancak belirli bir rengin yine de değişik bölgelerde değişik anlamlar ifade edebileceğini unutmamak gerekir. Amerika Birleşik Devletleri'nde muhafazakar Cumhuriyet Partisi kırmızı rengi kullanır. Renkleriyle etnik yapı, halkın düşüncesi, devletin ilkeleri, gelişmişlik seviyesi gibi bilgilere ulaştıran bayraklarda sıkça kullanılan kırmızı genel itibariyle kanı, kahramanlığı ve yiğitliği ifade eder. Türk bayrağındaki yoğun kırmızı, Türkiye Cumhuriyeti'nin kanlı tarihini gösterirken, milletin ülkesi için duyduğu coşkusunu da anlatır.

Karahanlı, Selçuklu hükümdarlarının bayrakları, tuğları, saltanat şemsiyeleri, otağları ve giydikleri çizmeler de hep kırmızı ve sarı renklerden oluşmuştur. Bu nedendir ki Türk tarihinde kırmızı, hem saltanatın hem de halkın çok sevdiği renklerden biri olmuştur (Koca, 2002: 55). Osman Gazi'nin savaşlarda al renkli bayrak kullandığı, milleti kolayca harp bayrağı altında toplamak için bu rengi seçtiği bilinmektedir. Bunlarla birlikte Cengiz Han yönetiminde, Selçuklu ve Osmanlı Devleti'nde ak sancakların adalet ve güç sembolü olarak kullanıldığı da bilinmektedir.

Kırmızı, bütün dünyada Rusya'daki 1917 Ekim devriminin ve dolayısıyla Marksizm'in sembolü sayılmış, tarihsel olarak sosyalizm ve komünizmle özdeşleştirilmiştir (Albayrak, 2010: 13). Bazı toplumlarda ise saltanat ve iktidarın simgesi olarak kabul edildiğinden asilzadelerin, generallerin, hanların, imparatorların ve padişahların rengi olmuştur. Bu yüzden imparatorlar, genellikle kırmızı giysiler içinde olduklarından, sıradan insanların bu rengi kullanmalarını yasaklamışlardır (Willins, 1984: 85).

Sarı, kırmızı, yeşil; Osmanlı döneminde, devletin sona erişine kadar çok yaygın biçimde kullanılmıştır. Orca (2007), sarı, kırmızı ve yeşilin Türk tarihinde önemli bir yere sahip olan üç renk olduğundan bahsetmektedir. Sarı, kırmızı, yeşil üçlüsünün, Göktürklerden başlayarak beylere ve hükümdarlara yani idareci zümreye mahsus, devleti, askeri kuvvetleri, ordu birliklerini temsil eden renkler olarak bir kompozisyon halinde çok yaygın olarak kullanıldığını, bu renklerin Osmanlılarda aynı bayrak üzerinde birlikte kullanılmasının Orhan Gazi zamanına kadar gitmekte olduğunu yazmıştır. Bugün bu üç renk beyaz ile birlikte Ezidiliği temsil etmektedir.

Pembe renk feministlerin, yeşil çevrecilerin ve İslam'ın rengi addedilmekte, mavi muhafazakar partilerin, kişilerin ve kuruluşların rengi sayılmaktadır (Albayrak, 2010: 13).

3.4. Renk Sembolizmine Dini Yaklaşım

Renkler, farklı toplum ve kültürlerde inançlar ve kutsal kabul edilen kişi ve varlıkları da simgelemek için kullanılmıştır. Hatta renk sembolizmine en çok inanç sistemlerinde rastlandığı önceki bölümlerden anlaşılmaktadır. Kültürel bağlamda anlam ifade eden renklerin en çok çeşitli inançlar doğrultusunda ortaya çıktıkları anlaşılmaktadır. İlk insanlar doğanın sahip olduğu baskın renkleri, inançlarını görsel ifadelerinde yaygınlıkla kullanmışlardır. Bugün hala çeşitli inançların ve kutsal dinlerin yaşadığı ve yaşattığı renkler kendi inançlarının bir sembolü haline gelmiştir.

İnsan var oldu, üredi, üretti ve düşünmeye başladı. Müdahale edemediği tek şey olarak inandığı doğanın yaratıcısını çoğunlukla göklerde aradı. Göğün rengi aklımızda mavi olarak canlansa da eski Türk kültüründe mavi ve yeşil anlamında “gök renk” ifadesi kullanılırdı. Gök, Tanrının ululuğunun ve yüceliğinin sembolüdür. Gök tanrıcılık anlamına gelen Tengricilik, göğün maviliğini vurgulayarak tanrı anlamında kullanılarak kutsallaşmıştır. Bolluk ve felaket, yaşam ve ölüm göktendir inancı ile Türklerde gök rengi yeryüzünü çevreleyen güç anlamlarını içerir.

Tanrı nerede ise gökyüzü oradadır inancını benimseyen Hristiyanlıkta, en önemli sembollerden olan Meryem Ana'nın betimlemelerindeki mavi elbisesi, İsa'yı taşıyan Meryem'in gökyüzünü karnında taşıdığı düşüncesi ile ikinci gökyüzü sıfatını Meryem'e vermiş ve mavi elbisesiyle gökyüzünü simgelemiştir. Hristiyanlıkta beyazın genel anlamda saflığı, bolluğu, bereketi, barışı, yaratıcıya dönüşü ifade etmesi, Hz. İsa ikonografilerindeki koyunlarda özellikle dikkat çeker.

Mavi renkteki göklerin ilahi aşk hissini uyandırıcı ve harekete geçirici gücü, İslam dininde Mevlana felsefesinde Semazenlerde vücut bularak beyaza dönmektedir. Mevlevi dervişlerinin bilindik beyaz kıyafetlerinin üzerinde siyah pelerinleri bulunur. Mevleviler semaya başlamadan önce kara toprağı, geceyi, evrenin karanlığını temsil eden pelerinlerini çıkarırlar. Bu yaratıcıya olan aşk ile harekete geçmeyi simgeler. Tennure adı verilen beyaz semazen giysisi Allah'tan geldik ve Allah'a döneceğiz inancı ile doğarken sarıldığımız kundağı ve öldüğümüzde sarıldığımız kefeni simgeler. Kur'an'da da beyaz içinde geçtiği ayetlerde hidayet, iyilik, temizlik, namus gibi anlamlarda kullanılmaktadır.

Mavi renge yüklenmiş olan bu aşkınlık boyutu en çok Yahudilikte buluruz. Çünkü onlara göre mavilik denize benzer. Deniz ise feleğe; felekse Celal(ululuk) Arşı ve ilahi mecd'dir. İlahi Celalin Arşı ise mavi bir yakuta benzer (Okcu, 2007).

Tanrısallık sembolüdür. Tevrat'ta geçen “Elbiselerinin dört köşesine püsküller koyacaksın” emrinden dolayı Museviler ismi Tallit olan köşeli giysilerinin dört köşesine tsitsit adı verilen püsküller takarlar. Renk tonu konusunda çeşitli tartışmalar olduğu için bugün bu püsküller genellikle beyazdan yapılmıştır. Fakat esas gelenekte tanrısallık vasfını simgelediğine inandıkları gece ve gündüzün geçiş renk tonu olan olarak kabul edilen, İbranice adı Thelet rengi olan, sözlü kanuna göre hilazon adlı bir deniz canlısından çıkarılan mavi, püsküllerin boyanmasında kullanılır.



Şekil 3.3: Hilazonlar ve Thelet Rengi

(Kaynak: <https://holylandphotos.files.wordpress.com/2014/01/dying-wool.jpg>, Erişim Tarihi: 21 Mayıs 2015).

Yukarıda görülen renkten farklı olan ve tartışmalara yol açan diğer mavi, bugün İsrail bayrağında yer alan mavidir.

Dünya barışıyla ikonlaşan beyaz güvercin, Hristiyanlıkta kutsal ruhu ifade eder. Hristiyanlıkta beyaz güvercinin sembolize ettikleri Budizm'de beyaz fil olarak karşımıza çıkar. Buda'nın doğumundan önce annesinin düşlediği efsaneleşen beyaz fil, bilgelik ve saflığın, aynı zamanda hükümdarlığın ortak bir sembolü olarak görülür.

Aydınlanmanın esas fikir olduğu Budizm’de siyah karanlığın rengidir ve dolayısıyla bu renge iyi bakılmaz. Karanlık Budizm’de nefretin rengidir ve hemen hemen her renkle temsil edilen kutsal Buda’ların siyah renklisi yoktur. Bu inanışta mavi renk saflık ve göğe yükselmedir; ışık, yani beyaz temiz bir hayat; kırmızı, bu hayatın içindeki güçtür. Sarı renk Buda’nın rengi ve turuncu veya safran, renk kendini Buda’ya adayanların rengidir.

Bunlarla birlikte Budizm’de farklı tarikatlarda değişen renk sembolizmini Tachikawa (2004: 53,57), şöyle ifade eder:

Theravada Budizm’inde monastik renk safran olmakla birlikte, kimi keşişler sarı, kahverengi ve kırmızı renkli elbise de giyerler. Ancak beyaz ve siyah renkli elbise giymemeye dikkat ederler ve mavi renkli cübbe asla giymezler. Safran rengi asketizmin ve temizliğin bir göstergesi olarak anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, Budizm’deki renk tercihlerinin özellikle Sri Lanka’daki savaş ve çatışmalardan dolayı farklılaştığını da söylemek durumundayız. Mesela bir Budist tarikat safran rengi elbise giyenlere tepki olarak mavi renkli cübbe giymeyi benimsemişken, Sinhala Budizm’inde ise safran renk geleneksel litürjik renktir.

Nanak’a yakarış içeren bir Sihizm metninde; “Tanrı’nın aşkıyla kalbim doldu taşı, kıpkırmızı oldu. Hakikat ve merhamet benim beyaz giysimdir. Günahın siyahlığı, mavi giysilerimle temizlendi. Yüzlerini gerçek Guru’dan çevirenlerin yüzleri simsiyah olacak” denilirken aşkın kırmızılığın ve günahların kalbi ve yüzü karartıcı olduğuna işaret edilmektedir (Albayrak, 2010: 74). Bazı Shinto mezheplerinde kırmızının armoni ve lüksü ifade ettiği öğretilmektedir (Chevalier ve Gherbrant, 1996: 969).

Albayrak (2010: 40), beyaz rengin Batı Afrika’nın Vodun kabilesinde barış ve kozmik dengenin rengi olduğunu ve bundan dolayı kimi dinsel ayinlerde kabile üyelerinin, vücutlarını beyaz kil ile boyadıklarını, ayrıca bazı Afrika zenci kabilelerinde kabile mensuplarının vücutlarını, özellikle yüzlerini beyaza boyadıklarını ve bunun inançlarına bağlı olarak tanrıyı beyaz olarak tasvir ettiklerinden ve ölünün gittiği alemin aydınlatılması düşünmelerinden kaynaklandığını belirtmiştir. Aynı zamanda, kutsal sayılan beyaz rengin bir anlamda da kansız kurbanları temsil ettiğinden bahseder.

Taoizm’deki yin – yang simgesi bilindiği üzere iki renkten oluşmuştur. Beyaz olumlu anlamlar barındırır. Erkekliği, yani gücü ve üremeyi ayrıca gökyüzünü, yani ulu bilgeliği temsil eder. Bu sembolün içindeki siyah ise bu felsefeye göre olumsuz

anlamlar barındırır, dişiliği ve toprağı sembolize eder. Renklerin içerisindeki karşıt renkteki noktalar ikili dengeyi ifade eder.

Şaman inançlarında dünya üç alemden oluşur. Bunlardan ilki göktür ve Ülgen'e bağlı iyi ruhların gök renkli aydınlık alemdir. İkincisi yeryüzüdür ve bu kısma insanlık hakimdir. Üçüncü alem ise yeraltıdır ve bu alem Erlik'e ve onun hizmetindeki kötü ruhlar aittir. İyi ruhlarla iletişimde olan Şamanlar Ak-Şaman, kötü ruhlarla ve Erlik ile iletişimde olanlar ise Kara-Şamandır.

Altay Türklerinin tanrılar adına yaptıkları en büyük bayram Ayzıt Bayramı'dır. Başında ak bir kalpak, omuzlarında ak bir atkı ve ayaklarında siyah bir çizme olduğuna inanılan Ayzıt adına düzenlenen Ayzıt Bayramı'nda yazın yapılan törenleri beyaz elbise giyinmiş Ülgen'e bağlı Ak Şamanlar idare eder ve ormanda yapılan bu törene kadınlar katılmazdı (Küçük, 2010). Siyah elbiseli Erlik'e bağlı Kara Şamanlar tarafından idare edilen kadınların da katıldığı törenler kışın yapılırdı.

Tengricilik (Gök Tanrıçılık) döneminde Ülgen, iyilik tanrısıdır ve beyaz onun simgesi kabul edilir. Şaman dualarında ona Beyaz (Parlak) Hakan vb. şeklinde hitap edilir (İnan, 1987: 412-413). Bu inanışlardan kaynaklanarak, Altay Türk halk edebiyatında hayır ilahı Ülgen'i temsil eden ak, cennet anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Akkaya, 2013).

Buryat Şamanizm'inde, yer altı dünyasının kralı olan Erlik Han, beyaz renkli olan batının dost ruhlarına karşı, doğunun acımasız siyah ruhlarına önderlik etmektedir (Albayrak, 2010: 58). Asya ve Sibirya'daki bazı topluluklar, ayinlerde yeraltına yolculuk yapan şamanın siyah renkli olduğuna inanmaktadırlar (Albayrak, 2010: 56).

Hazreti Muhammed'in kullandığı üç sancaktan (beyaz, yeşil ve siyah) birinin rengi olması dolayısıyla, özellikle Osmanlı dönemi yazarları, Selçuklular ve Osmanlılardaki ünlü "Ak Sancakları" genellikle İslamiyet'e bağlamışlardır (Genç, 1997: 10-11). Osmanlılarda kullanılan beyaz renk Hz. Peygamber'in ak sancağından, diğer renkler ise, Orhan Gazi'nin sancağından alınmıştır (Okcu, 2007).

Hazret-i Peygamberin üç sancağından siyah olanının Abbas'a vermesinden dolayı bu renk Abbasilerin şiarı olmuştur. Dolayısıyla Abbasi halifelerinden meşruluk fermanı alan Türk sülalelerinde de, hakimiyet sancakları siyah olmuştur (Genç, 1997: 42). İslamiyet'i kabul ettikten sonra İran'da siyah renk resmî mezhepleri olan Şiilikle özdeşleşmiştir (Albayrak, 2008).

Siyahın aynı zamanda Allah'ın zatını temsil ettiğini vurgulayan Yıldırım (2006), bunu şu şekilde ifade eder:

Örneğin, insanın hiçbir surette idrak etmesinin mümkün olmadığı; ancak Allah'ın kendisinin bilebileceği Zat'ı hakkında, siyah ve siyaha bağlı hususların simge olarak kullanılmasının izahı hemen yapılabilmektedir. Zira siyahın bilinmezlik, görünmezlik, idrak edilemezlik yönü hemen herkes tarafından algılanmaktadır.

Siyah Kur'an'da küfrü, azabı, şerri, öfkeyi, matem ve hüznü temsil etmekte ve kâfirlerin rengi olarak belirtilmektedir (Okcu, 2007). Aynı zamanda Müslümanlıkta ve Hristiyanlıkta siyah, fanilik anlamına sahiptir.

Ayrıca dinsel içerikli olarak Satanizmde "Siyah Kurban", Hristiyanlıkta "Siyah Hristiyanlar", "Beyaz Kiliseler", "Siyah Kiliseler" ve Müslümanlıkta "Siyah Müslümanlar" vb. kavramların modern dünyada halen kullanıldığına tanık olunmaktadır. Örneğin, Lübnan'da Dürziler siyah cübbeleri ve beyaz başlıklarıyla hemen fark edilirken, mensuplarının güncel çevre sorunlarına olan yoğun ilgisinden dolayı Şintoizm "Yeşil Din" adıyla öne çıkmaya başlamıştır (Albayrak 2010: 48).

Antik dönemde siyah ve beyaz olmak üzere iki ana renk kabul edilir ve diğer bütün renklerin bu ikisinden türediğine inanılırdı. Buna paralel olarak iyilik tanrısı ve kötülük tanrısı şeklinde bir düalizme gidilmiş, diğer bütün tanrıların bu ikisinden türediği kanısına varılmış ve birincisi aydınlık/ışıkla, ikincisi ise karanlıkla sembolize edilmiştir (Albayrak, 2010: 28-29).

Genellikle beyazın bütün inançlarda yaygın olduğu görülüyor ki bu erdem, iffet ve günahsızlık anlamına gelmektedir. Pulutare'a göre beyaz renkli elbise yas tutan kadınlar tarafından giyilirdi çünkü o karışksız saf renktir. Malaylar krallarının kanlarının renginin beyaz olduğuna inanırlardı. Zuluların beyaz elbise, başörtü/başlık ve vaftizde giydikleri beyaz cübbeleri vardı. Eğer Zulu olmayan birisi rüyasında beyaz görürse, bu onun Zulu inancını benimseyeceği anlamına gelirdi (Albayrak, 2010: 31).

Hemen hemen bütün dinlerde din adamları tanrının yeryüzündeki temsilcileri olarak kabul edildiğinden dolayı aynı zamanda onlar ışığın da temsilcileridir ve beyaz renk elbiselerle gösterilirler. Yehova, Harun'a beyaz elbise giymeden kutsal mekana girmemesini emreder. Büyücüler beyaz cübbe giyerler ve onlar tanrının ancak beyaz renk elbise giyenlerden hoşnut kaldığını ima ederler. Güneşe beyaz renkli atlar kurban

edilir, ışık tanrısı Ahura Mazda beyaz bir elbise giyerdi, Mısır'da Osiris'in başını beyaz bir sarık süslerdi ve bu Harun'un gibi bembeyazdı. Mısırlı rahipler Levililer gibi beyaz cübbe giyerlerdi. Eski Yunan'da Pythagoras kutsal ilahilerin ancak beyaz renkli elbiseler giyilerek okunabileceğini söylemiştir. Jüpiter'in rahipleri beyaz elbiseler giyerlerdi. Platon ve Çiçero beyaz rengin tanrıya ait bir renk olduğunu ifade etmişlerdir (Albayrak, 2010: 37 – 38). Eski Mısır inancında Menfis merkezli antropomorfik tanrılardan biri olan Apis öküzü, beyaz lekeleri olan siyah bir tanrıdır ve başında üçgen şeklinde beyaz bir alametinin bulunması gerekirdi (İnan, 1987: 224).

Şahinler (2002: 69), “yeşil rengi doğa, hayat, huzur, sükûnet, yaşama sevinci, umut, varlığın yeniden dirilişi şeklinde özetlenebilecek kavramların temsili olarak” görür. Bu bağlamda özellikle İslamiyet'te yeşil renk cennetin tasvirinde kullanılır. Yine Şahinler (2002: 77), “İslamiyet'te yer alan Hızır inancında Hızır sözcüğünün anlamlarından birinin bulunduğu yeri yeşerten demek olduğuna değinerek, yeşil rengin mutlak bilgi, ebedi hayat, hakiki dirilik kavramlarını temsil ettiğini” belirtir. Orçan, (2011: 73), yeşil renkle ilgili benzer tanımlamalar yaparak peygamberlikte yeşil rengin sembolize ettiği anlamın gençlik ve ümit olduğunu ifade eder.

İslamiyet'te kutsal bir renk olan yeşil, Hıristiyanlıkta Baba, Oğul ve Kutsal Ruh üçlemesini ifade eder (Mazlum, 2011). Hindistan'da beyaz renk dinginlik sembolize eder. Kast sisteminin en üstünde yer alan din adamları (Brahminler) Şiva'nın müntesibi olduklarını göstermek amacıyla alınlarını, göğüslerini ve kollarını üç yatay beyaz renkle boyarlar (Momen, 1999: 118).

Ayetlerde yeşil renk ile, tabiatın rengi, canlılığı, ahengi, süsü, güzelliği vurgulanmaktadır. Yusuf Suresi'nde ise yeşil kurunun zıddı olarak belirtilmekte yine burada da, hayatı canlılığı temsil etmektedir. Yani yeşil hayatı, kuruluk ise ölümü temsil etmektedir. Yeşil ayetlerde dört noktayı vurgulamaktadır. 1-Bizzat yeşil renk, 2-tabiatın neşvü neması, 3-Cennet ve cennet elbiselerinin rengi, 4-hayatı temsil etmesi (Okcu, 2007).

Yeşil renk, Hz. Peygamberin ailesinin sembolü sayılması dolayısıyla İslamiyet'i de çağrıştırır. Bu sebeple tarihsel, sembolik bir anlamı da vardır. Neredeyse İslamiyet yeşille kendini ifade eder. Yeşile el koymuştur. Cennetin bağ, bostan, bahçe gibi yemyeşille alanlarla süslü olduğu kanaati hâkimdir. Dini itibar sahiplerinin türbeleri yeşil renkle süslenmektedir. Bu itibarla “Türbe yeşili” dendiğinde yeşil yelpazesi içinde İslam yeşiline uygun olan ton aklımıza gelir (Okcu, 2007).

Okcu (2007), sarı rengin Kur'an'da toplam beş ayete geçtiğini yazmıştır. “Bu ayetlerden üçünde dünya hayatının geçiciliğinden, aldatıcılığında, çekiciliğinden bahsedildiğini ve nihayet yeşeren otlar ve ekinler gibi kuruyup solacağına, son bulacağına vurgu yapıldığını” belirtmektedir.

Kur'an'da geçen sema/gök, bahr/deniz gibi kelimeler de maviyi temsil etmektedir. Bu açıdan bakınca mavi, dini sezginin, derin düşüncenin rengi olmaktadır (Okcu, 2007).

Bir devlet dini olan Konfüçyanizme göre imparator göğe ibadet ederken buna uygun düşen mavi renkli elbise, toprak için balçığı temsil eden sarı renkli elbise, güneşe ibadet ederken ise kırmızı renk ve ay için beyaz renk elbiseler giyer (Albayrak, 2008).

Büyü ile ilgili ritüeller, Hitit edebiyatının bir parçasını oluşturmaktadır. Kılıç ve Başol (2014), Hitit büyülerinde renkler ile ilgili, “kırmızı ve mavi renklerin hem tanrıları çekmek (hoşnut etmek) hem de felaket, musibet, kirli ve zararlı şeyleri uzaklaştırmak için kullanıldığını” belirterek ayrıca kırmızı ve mavi renklerin büyüleri bozma, hastalık ve musibetleri kendi içlerine alıp hapsedme yani yok etme özellikleri de bulunduğunu, bununla birlikte hastalık ve kirliliğin dereceleri de yine renklerle ifade edildiğini yazmıştır. Buna göre siyah, yeşil ve sarı kimi zaman hastalığın ve kirliliğin şiddetini ifade etmek için kullanılmıştır.

Hristiyanlığın sarıya olumsuz anlam yüklemesinin sebebi eski çağlarda Doğu kültüründe sevinç ve övüncün simgesi olduğu için Hristiyanlık, sarıya bir tepki oluşturmuş ve böylece de sarı çekememezliği, ihaneti ve kıskançlığı çağrıştıran bir renk olarak kabul edilmiştir. Yehuda'nın resimlerde sarı giysiler giymiş, olarak gösterilmesi bundan ötürüdür (Sözen, 2003: 73). Yehuda, İsa peygamberin on iki havarisinden birisidir. O, İsrail'i düşmanlarına ispiyonlayarak ihanet etmiştir. Hz. İsa'nın yakalanıp çarmıha gerilmesine sebep olmuştur. Yüzyıllar sonra Leonardo da Vinci “Son Yemek” tablosunu resmettiğinde bu bilgiden faydalanmış (sarı ihanetin rengidir) ve Yehuda'nın kıyafetini sarıya boyamıştır (Soygüder, 2013).

Orçan (2011: 69), Pastoureau'nun “kırmızı rengin Hristiyan inanışta İsa tarafından ve onun için dökülen kanı, İsa'nın ıstıraplarını, şehitliği, kurbanı ve tanrı aşkı çağrıştıran şekilde göstergesel sunum gerçekleştirdiğini ifade ettiğini” aktarır. Albayrak (2008), bununla ilgili “Amerika'da kırmızı renkli cübbe, üst sınıf dindar Hristiyanlarca İsa'nın kendini feda etmesinin, yani kanını dökmemesinin sembolü

olmasından dolayı tercih edilmekte ve bunun doğal sonucu olarak ilahiyat diploması alanlarca kırmızı renkli kostüm giyilmektedir” şeklinde yazar.

Batı sanatında İsa biri mavi, diğeri kırmızı iki meleğin arasında resmedilmiş ve kimi araştırmacılara göre mavi olan şeytani temsil etmektedir. Bazen mavi renk, isyan eden melek figürü olurken, sık sık Bakire Meryem’in de rengi olmuştur. Mozaiklerde Meryem’e mavi kanatlı dört melek tarafından eşlik edildiği görülür. Ancak 15. yüzyılın ortalarına ait bir mozaikte İsa’nın ikisi mavi olan üç melek tarafından vaftiz edildiği çizilmeye başlanır (Link, 1995: 109-110). Batı kültürü şeytan tasvirlerinde, şeytan genellikle çıplak ve çoğu zaman siyahtır.

Ressam Raffaello’nun çizdiği resimde Papa X. Leo parlak kırmızı olan lal rengi ile resmedilmiştir. Bu renkle temsil edilmesinin altında yatan sebep ise antik geçmişe duyulan düşünlüğü ve şimdiki zamanın büyüklüğünü göstermesi aynı zamanda Roma imparatorlarının kullandığı bu rengi kullanarak Papa’nın zaman içerisindeki zaferini ilan etmesidir (Delamare ve Guineau, 2007: 71).

4. MODA TASARIMINDA RENK SEMBOLİZMİ

4.1. Görsel İletişim Dili Olarak Moda

İnsan görme duyusuyla, yaşamdaki her şeyin bilincinde olur. Bu bilinç çevremizdeki bazen siyah-beyaz, bazen rengarenk, bazen basit, bazen karmaşık biçimde imgelerle donatılan, doğrudan algılanabilir bir gerçekliği ortaya koyar (Ellul, 1998: 22). Birey büyük oranda görme sayesinde çevresi ile iletişim kurar. Bu iletişim süreci içinde görsel algı gelişir ve bireyin kişisel seçimlerini oluşturmada rol oynar (Ayaydın, 2012).

Görsellik evrensel bir dildir. Görsel iletişimin her şey demek olduğu bir dönemde yaşıyoruz. Görsel iletişim adeta günlük yaşantımızın bir parçası haline gelmiştir. İnsanoğlunu diğer canlılardan üstün kılan düşünce yapısı ve kendini ifade etme şekli, görsel iletişimde semboller ve renkler ile birleşince altyapısal unsurların aktarımında derin anlamları ortaya koymaya yönelik duyuşsal bir bileşen haline gelmiştir. Televizyon, dergi, sosyal medya, billboardlar... Kişisel ya da evrensel algılar görsel iletişim unsurları ile kuşatılmış durumdadır.

Sembollerin taşıdığı anlam alıcı-verici arasındaki iletişimi kurabilmesi için alıcının bu anlamın farkında olması gerekir (Ayaydın, 2012). Bu bağlamda sezonlar içinde “moda” adı altında topluma sunulan her ürün bir şeyi sembolize eder diyemeyiz. Fakat bununla birlikte modayı hayatımıza dahil ederken toplumsal bilincin farkında olarak hareket etmeliyiz. Fischel ve diğ. (2013: 51), bununla ilgili Malmesbury'nin şu söylemini yazmışlardır: “İngilizler, Fransızlara benzemek için giydikleri kıyafetleriyle kendilerini gülünç duruma düşürdüler.”

Moda olgusu da ilk önce göze daha sonra duyulara hitap eden bir olgu olduğundan, evrensel iletişimde bir dil haline gelerek bu kuşatma içerisinde yadsınamaz bir öneme sahip olmuştur. Örneğin; orta çağda tunik her yerde giyilebilen bir giysiydi. Fakat kullanılan kumaşın kalitesi, renklerin parlaklığı tuniği giyen kişilerin ekonomik durumunun göstergesiydi.

Modalar, topluluğu belirleyen varlıksal biçimlerdir: Giyinmek, beslenmek barınmak vb. Moda ihtiyaçtan çok tüketim malı üreten bir toplumda önem kazanır. Dolayısıyla ihtiyaçtan fazla olan bu ürünlerin bolluğu, bu ürünleri temel işlevlerinden koparır. Örneğin; giyim biçimimiz, arabamız, evimiz, parfümümüz toplumdaki yerimizin birer göstergesidir (Guiraud, 1994: 116).

Griffin (2008: 122), modanın iletişimde dilini şu şekilde ifade eder:

Giysiler sadece kullanışlı değildir. Bedenimize giydiğimiz şeyler başkalarına 'konuşur', niyet edilenleri ve ortak noktaları ifade eder, aynı zamanda kartvizit gibidir, başkalarına, hatta yabancılara bile, bizim kim olduğumuzu ya da en azından neyin rolünü yapıyorsa onu anlatır. Ama giysiler sadece bunu yapmakla kalmaz. Koruma ve ifade etme dışında giyim kuşam bir kültürün 'zeigest'ını (genel görüşünü), sürekli değişen ruhunu anlatan bir işaret olarak da okunabilir. Gerçekten de moda zamanın birincil göstergelerinden biridir. Bir dönem arzulanan, bir sonrakinde kabul edilemez olabilir. Hangi rengi seçeceğinizi bilmek, eteğinizin boyuna karar vermek, nereye hangi ayakkabınızı giyeceğinize karar vermek, 'şimdi' konusunda kesin bir bilince sahip olmayı gerektirir.

Günümüzde moda insanların yaşam biçimini ve toplumdaki konumlarını belirlemektedir. Öyle ki moda insanların dünya görüşünü yansıtan bir ayna gibidir. Modacılar da toplumun eğilimlerinin yönünü yakalayarak, toplum tarafından benimsenecek geçici yenilikler sunarlar. Sundukları bu yenilikler önce üst tabaka tarafından benimsenir, gittikçe yayılan bu yenilik orta tabakaya hatta en alt tabakaya ulaştıkça, üst tabaka artık bunu demode olarak kabul eder. Böylelikle modacılar yeni bir "geçici yenilik" sunma sürecine girerler ve kısır döngü bu şekilde işler (Uzoğlu, 1999: 122).

Moda, toplum hayatına tüketim alışkanlıkları kazandırmanın en albenili yollarından biridir. Günümüzde moda denilince akla hemen giyim kuşam gelse de aslında dünya çapında her türden yaşamsal faaliyeti kapsayabilecek bir olgudur. Evrensel nitelikteki her olaydan etkilenerek toplumlara mal olur ve değişikliklere yol açar. Sanat akımları, teknolojik gelişmeler, siyasi olaylar, ekonomik değişimler, din, dil, kültür gibi birçok etken modaya yön verir.

Güncel filmler, politik liderler, popüler müzikler ve sanatçılar, medyada öne çıkan ünlüler gibi unsurlar da modanın toplum bilincini etkileyen faktörlerindedir. Tasarımcılar ve modayı takip edenler bu unsurlarda kullanılan kıyafet ve aksesuarları gözlemleyerek yeni biçimler ve renklerden esinlenir. Örneğin bu konuda İngiltere

Kralı VIII. Edward rahat ve şık tarzı ile 1930'ların erkek modasının belirleyici isimlerinden olmuştur.

Moda değişen, gelişen, kendi içerisinde çatışmalar yaşayan canlı bir olgudur. Bu olgu, varlığını sürdürürken insanların psikolojik yapılarından, demografik özelliklerinden, kültürlerinden etkilenmekte ve yeni boyutlar kazanabilmektedir.

Modanın bireysel ve sosyolojik boyutla düşünülmesi, onu gerek kişiler, gerek kitleler ve gerekse de kültürlerarası birer iletişim aracı olarak anlaşılmasını sağlayacaktır. Bu anlamda modanın iletişim boyutu açığa çıkmaktadır (Bat, 2008: 153).

Moda trendleri, hangi modanın hangi doğrultuda ilerlediğini belirlemektedir. Bir sezondan bir sonrakine göre, modada yaşanan değişikliklere örnek olarak, eteklerin uzun ya da kısa, kravatların geniş ya da dar olması, mavi rengin mi yoksa sarı rengin mi moda olacağı gibi değişimler gösterilebilir. Toplum ve kişiler sürekli bir değişim içinde olduğuna göre, modanın da bu değişime dahil olması kaçınılmazdır. Çoğunlukla giyim tarzlarımız, renk tercihlerimiz ve yaşam stillerimiz kişiliklerimize işaret etmekte ve içinde bulunduğumuz toplumun tavrı ile ilgili ipuçları barındırmaktadır (Güntürkün, 2010: 37).

4.2. Moda ve Renk

Modanın içerisinde giyim alanında renk faktörü en önemli unsurlardan biridir. 2000'li yıllardan önceki dönemlerde, moda tarihine de bakıldığında her dönemde ayrı bir rengin popülerite kazanarak trend döngüsüne katıldığı gözlemlenmektedir. Bugün tek bir renk için içinde bulunduğumuz dönemin moda rengidir veya bu sezonun sembolik rengidir ifadeleri yeterli olamamaktadır. Gelişen teknoloji ve hayatın hızlı akışı içerisinde renklerdeki çeşitlilik artmıştır.

Modada renk konusu, rengin göze hoş görünmesi ve toplum bilincinde kabul edilebilir ve kullanılabilir olması ile ilgili olduğu kadar; sosyolojik açıdan kültürel olaylarla, boyarmadde olarak kimyasal olaylarla ve uygulama olarak teknik uygulamalarla da ilgilidir. Bu bağlamda hızla değişen moda, teknolojinin de gelişmesine katkı sağlamaktadır. California Üniversitesi Berkeley araştırmacıları, ışığın kırılma açıları ile çeşitli deneyler yaparak renk değiştirebilen süper ince bir silikon film ürettiler. Geliştirilen bu teknoloji tekstil sektörüne özel değildir fakat

rengin aktif bir şekilde rol oynadığı moda için kullanışlı ve yeniliklere yol açacak bir uygulamadır.

Kişilerin giyim ve aksesuarda seçtiği renkler moda ve kişisel değerlere, ayrıca mevsimlere, yaşa, cinsiyete, kullanım amacına, vücut ölçülerine de bağlıdır. Kurallarla belirli değildir, fakat doğru kullanım için geçerli olan bu koşullar rengin, dolayısıyla kişinin kendini ifadesinde belirleyici olacaktır.

İş hayatındaki kadınları 30 yıldız giydiren Özdenak (Hatırası, 2014), Milliyet Gazetesi'ndeki röportajında iş görüşmesine giderken derli toplu olunmasından ve kırmızının terfi zamanları giyilmesi gereken bir renk olduğundan bahsediyor.

Bunun gibi nihai durumlar dışında, modada renk konusu günlük yaşantıda kurallara bağlı olmaktan yavaş yavaş çıkmaktadır. Kışın daha koyu renkler, yazın daha canlı ve açık tonlar giyilir; zayıf görünmek için koyu renkleri tercih ediniz; boyuna çizgiler uzun gösterir, gibi tanımlamalar doğru olsa da günümüzde moda sadece bunlarla sınırlı kalmamaktadır. Renk, biçimle bütünleşerek kuralları yıkmaktadır. Şekil 4.1'de dünyaca ünlü Kim Kardashian'ın yuvarlak hatları ile giydiği enine detaylı beyaz Balmain elbisesi ile buna örnektir.



Şekil 4.1: Kim Kardashian Beyaz Balmain Elbisesi ile
(Kaynak:<http://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/kim-kardashian-wows-custom-balmain-3722152>, Erişim Tarihi: 24 Kasım 2015).

4.2.1 Renk Trendlerinin Belirlenmesi

Renk çeşitliliğindeki artış, belirli dönemlere hakim olmasını sağlamıştır. Renk trendlerinin belirlenmesi işi, bugün bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat 20. yüzyılın başlarından itibaren gelişen bir sektör olan renk tahminciliğinden önce, renklerin dönemsel olarak popüler olması kumaş üreticilerine bağlıydı. Ondan bir önceki giysinin stil olarak değerlendirilmeye başladığı uzun tarihsel dönemde ise renk belirleyicileri sosyolojik bağlamda devlet yöneticileri, ekonomik güç ve sosyal statüler olmuştur. Şöyle ki; Antik Mısır'da Kraliçe Nefertiti, yüzyıllarca aynı kalan Antik Mısır stilini 18. Hanedanlık Dönemi'nde değiştirmiştir; Akitanyalı Eleanor VIII. Louis'le evlenip Paris'e yerleştikten sonra Paris'i çok gri buldu parlak maviye boyanmış ipek ve renkli mücevherleri ile dönemin geleneklere meydan okuyan moda ikonu olmuştur; I. Elizabeth'in tarzı ile İngiliz modası daha süslü hale gelmeye başladı; Marie-Antoinette'nin giydiği kırmızı uzun ve kabarık giysiler gücü simgeliyordu ve tarzı halk tarafından taklit ediliyordu.

Yaşamın her alanında aktif olarak var olan renk, doğadan materyale geçişinde geçmişten bugüne çeşitliliğini arttırarak ve sayısını yükselterek çoğalmaktadır. Gök renk olarak yeşil ve maviyi aynı isimde gruplandırılan söz öbeği çok eski dönemlerde kalmıştır. Bugün renk araştırmacı firmalar, renkleri isimlendirmekle birlikte kodlandırarak kullanmaktadırlar.

Renkler ton, doygunluk ve parlaklık değerleri kullanılarak çeşitli kimyasal işlemler ile çoğaltılmaktadırlar. Gözün gördüğü bir yaprağın üzerinde yeşil diye adlandırdığımız renk, ışığın yansıması ile aslında binlerce değerden oluşur ve neredeyse her renk değeri sektörde moda olarak karşımıza çıkar. Şekil 4.2'de bir yaprak fotoğrafı ile şekil 4.3'de aynı fotoğrafın bir bölümünün %3200 yaklaştırılıp piksellerine ayrılması, nesnenin ışık ile nasıl değer kazandığına örnektir.



Şekil 4.2: Yaprak (Kaynak:<http://elgranenganyo.com/wp-content/uploads/2014/11/MSwanson-Wide-Leaf-27.jpg>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015).



Şekil 4.3: Yaprak Fotoğrafının Bir Bölümünün %3200 Yakınlaştırılmış Hali.

Bir yaprak fotoğrafının küçük bir bölümünden basit bir bilgisayar programı ile 200'e yakın renk edildiğine göre, günümüzün ilerleyen teknolojisinde renk uzmanları ile milyonlarca renk elde edilebilmektedir. Bu bağlamda sezon renklerin belirlenmesinde evrensel algı dikkate alınarak belli bir birikim, değerlendirme, analiz ve yorumlama ile ilerlemek gerekmektedir.

Günümüz endüstrisinde renk ve moda tahminciliği daha büyük ve önemli bir unsur haline gelmiştir. Tasarımcılar, üreticiler, tüketiciler ve özellikle endüstride kendi trend önerisini pazarlamak isteyen kuruluşlar, mevcut bu sistemden faydalanmaktadır (Güntürkün, 2010: 55). Toplanan bilgilerin ve yorumlamaların renk sonuçları sektörlere sunulmaktadır. Renk belirleyici firmaların belirlemeleri evrensel kabul edildiğinden, endüstride bu bilgiler yön belirleyici ve ilham kaynağı

olarak kullanılır. Firmalarda tasarımcılar bu bilgileri, firmanın kendi profiline uygun olarak kullanırlar.

Moda ve renk trendlerinin belirlenmesinde kendi bünyesinde her firma çalışmalar yapabilir. Bununla birlikte renk ve trend belirlemede çeşitli profesyonel kurum ve kuruluşlar, fuarlar öne çıkmaktadır.

4.2.1.1. Amerika Birleşik Devletleri Renk Derneği (CAUS)

Caus, 1915 yılında kurulan, sanayi genelinde küresel renk istihbaratı kuran, New York merkezli ve üyelik tabanlı bir organizasyondur. Tekstil firmalarına hizmet vermek için kurulmuş olup bugün sayıları 73'e varan çeşitli sektörlerde çalışmaktadır.

4.2.1.2. Color Marketing Group (CMG)

1962 yılında kurulan CMG, kar amacı gütmeyen bir uluslararası bir renk tasarım grubudur. Rekabetçi olmayan bir araştırma anlayışı ile ürünlerin fonksiyonelliğini, satılabilirliğini ve kalitesini artırmak amacıyla renk tasarımcılarıyla çalışan bir organizasyondur. CMG tahminleri, tüketiciye sunulan ürünlerden eğlence sektörüne kadar birçok kurumsal ve kamusal alana yönelik hizmet vermektedir.

4.2.1.3. Global Color Research (GCR)

GSR, 1999 yılında kurulan, renklerin evrensel dilini araştırarak bu konuda markaların oluşumu ve ilerlemesini, renklerle doğru tasarımlar yapmasını sağlamak için kurulmuş bir organizasyondur. Sektöre yaklaşık iki yıl öncesinden trend ve renk paletleri öneren, tasarım öngörülerinde bulunan, ayrıca Mix Trends ve Mix Magazine adlı dergileri yayınlayan Mix Publications'un yaratıcısı olan bir kuruluştur. Pantone ve Natural Color System gibi tanınmış renk firmaları bu kuruluşun ortaklarındandır.

4.2.1.4. Pantone

Pantone, 1963 yılında Lawrence Herbert tarafından kurulan, sanayide doğru renk seçimi ve iletişimi için renk ve renk sistemleri sağlayan bir firmadır. Renkler ile ilgili iletişimde standart bir dil haline gelmiştir. PANTONE VIEW Color Planner,

sezondan yaklaşık iki yıl önce renk öngörülerini belirten bir yayındır. Çeşitli sektörlerle yönelik çok çeşitli renk katalogları ve eşleştirme sistemleri bulunmaktadır.

4.2.1.5. Uluslararası Renk Komisyonu (Intercolor)

Intercolor, 1963'te kurulan, kar amacı gütmeyen, moda ve ürün tasarımında küresel bağlamda toplumlar için çalışan disiplinler arası bir gruptur. Uluslararası renk kartları oluşturmak için 15 ülkeden (Çin, Finlandiya , Fransa, Almanya , Büyük Britanya, Macaristan , İtalya, Japonya, Kore , Portekiz , İspanya, İsviçre , Tayland , Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri) üyelerin bir araya geldikleri bir komisyondur. Yılda iki kez intercolor komisyonları kurulur ve her üye kendi ülkesi ile ilgili güncel gelişmeleri paylaşır. Yaşam tarzları ve güncel gelişmeler doğrultusunda renk eğilimlerinin gelişimi ile ilgili fikir alışverişleri ile iki günlük toplantının sonunda iki yıl öncesinden otomotivden kozmetiğe bir çok sektör için renk öngörülerini geliştirilir. Ülkemizden Ümit Ünal ve Özlem Süer, Uluslararası Renk Komisyonu üyesidirler.

4.2.1.6. Natural Color System (NCS)

NCS, 35 yıldır kurumsal olarak sektörde hizmet veren, renk yüzeyi, pigmentler ve ışık üzerinde çalışarak 10 milyondan fazla renk saptayan bir kuruluştur. Adobe sistemlerinde de kullanılan renk sağlayıcı organizasyonlardan biridir.

4.2.1.7. WSGN (Moda Trend Tahminleri ve Analizleri)

WSGN, 1998'de kurulan web tabanlı, üyelik sistemine dayanan, dünya çapında 6000'den fazla işletme tarafından güvenilir bulunan, 450'nin üzerinde sektör uzmanı ile dünya çapında hizmet veren bir analiz kuruluşudur.

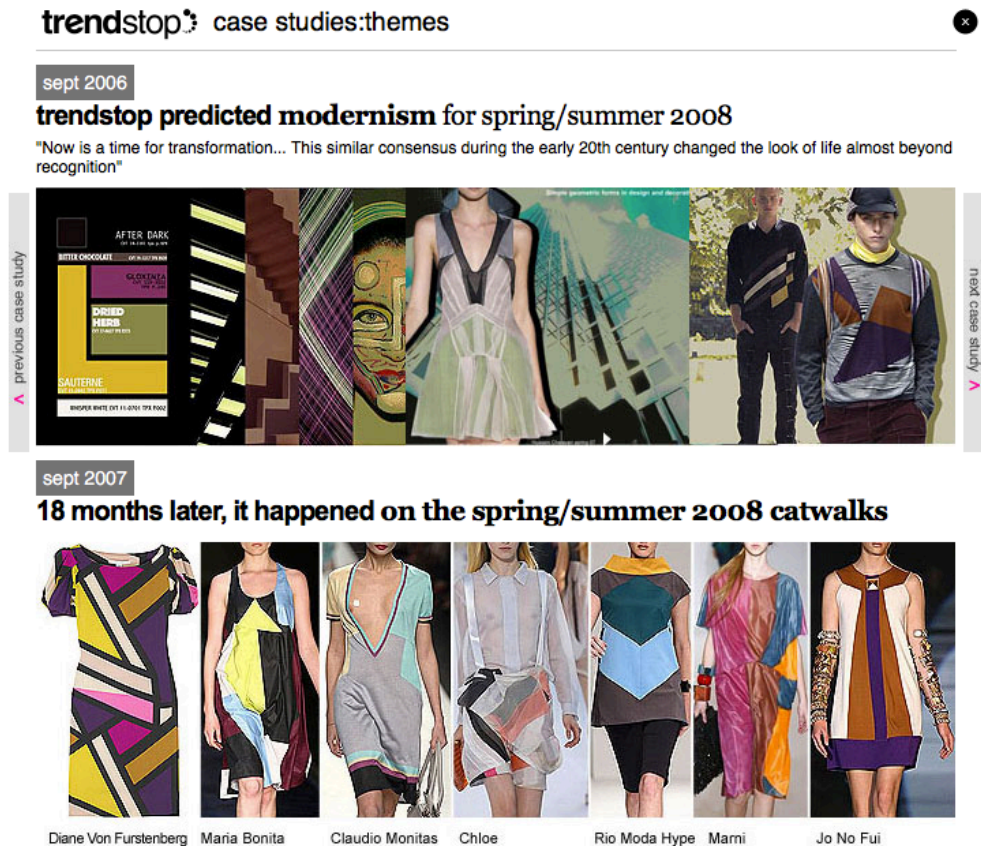
Gelecekteki moda eğilimleri tanımlamak için kültürel bakış açılarını baz alarak hedef belirlemeden pazar araştırmasına kadar hizmet verir. Her yıl 200'ün üzerinde ticari gösterileri ve fuarları takip ederek iki yıl öncesinden trend öngörülerini sunar.

4.2.1.8. Première Vision

Première Vision, 1973'ten beri tekstil ve moda sektörü için dünyanın çeşitli yerlerinde fuarlar düzenlemektedir. Fuarlarda ilgili sezonun renkleri, kumaşları, desenleri ile ilgili bilgiler sunulur. Detaylandırılmış alanlarda çeşitli forumlar düzenlenerek ilgili sezonu ifade eden bilgiler çeşitli kombinasyonlarla binlerce kişiye sunulmaktadır.

4.2.1.9. Trendstop

Trendstop web tabanlı çalışan, sezondan 18 ay önce ilgili sezona ait renkleri, desenleri ve kombinasyonları öngören, çıkış noktalarını analizlerle açıklayan ve hizmetten faydalanan müşteriler için raporlar sunabilen bir kuruluştur. Trendstop'un öngördüğü renk ve desenlerin daha sonrasında sezonda ifadesi aşağıdaki şekil 4.4 ve 4.5'de verildiği gibidir.

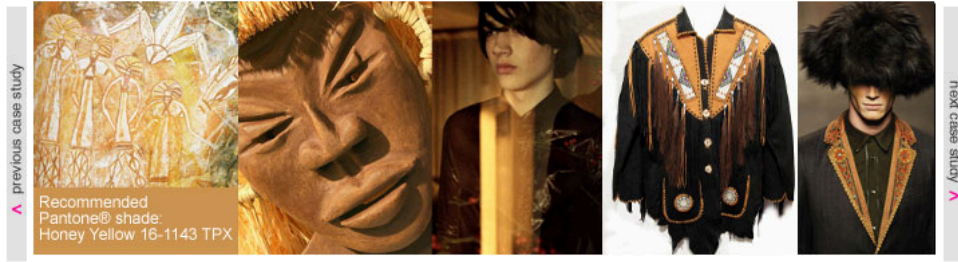


Şekil 4.4: Trendstop Öngörülleri ve İlgili Sezonun Örnekleri
(Kaynak: http://www.trendstop.com/case_studies, Erişim Tarihi: 31 Aralık 2015)

march 2008

trendstop predicted honey yellow for fall 2009-10

"Honey Yellow was one of the twenty two 'base color' shades in our On the Buffalo Trail forecast story for Fall 2009-10. We also published key shades covering fashion brights, highlights as well as key colors combinations around this theme."



jan 2009

10 months later, it happened on the fall/winter 2009-10 catwalks

Şekil 4.5: Trendstop Öngörüleri ve İlgili Sezonun Örnekleri
(Kaynak:http://www.trendstop.com/case_studies, Erişim Tarihi: 31 Aralık 2015).

Günümüzde moda olan farkındalıkta artış görülmektedir. Özellikle dünya genelinde internet kullanıcılarının sayısının artması, moda ilgi ilgili verilere ulaşmayı çok daha kolay hale getirmiştir. Bugün oturduğumuz yerden dünyanın herhangi bir yerindeki moda gösterisini internet aracılığı ile izleyebilir, ünlülerin ve hatta devlet büyüklerinin sosyal medya hesapları ile her anlarını takip edebiliriz. Bu sayede trendlerden ve dolayısıyla rengin evrensel anlamda konumundan haberdar olmak pek zor değildir.

4.3. Modanın Tarihsel Sürecinde Renk Sembolizmi

Tarihin ilk çağlarından beri incelendiğinde görülmektedir ki, renk; her zaman bir şeyleri ifade etmek için kullanılmıştır. Bu ifadelerin içerisinde giyinme alışkanlıklarında da renk olgusu tarihin ilk dönemlerinden bu yana dikkat çeken unsurlardandır. Çeşitli dönemlerde çeşitli renkler ve bu renklerin birlikte kullanımları sembolik bağlamda belirgin özellikler taşır.

Burada belirtmek gerekir ki yerel ve gelişmemiş toplumlarda modadan bahsetmek zordur. Moda tarihinde renk sembolizmi incelenirken daha çok soyluların ya da zengin sınıfın giydiği kıyafetlerin değerlendirilmesi, moda ya da çok ilgi gösterdiklerinden kaynaklanmadır. Yol göstermesi için örnek alınan portreler yönetici sınıfa mensup üst sınıf insanlara aittir. Halkın da resmedildiği tablolara bakıldığında rengin moda bağlamında sembolleşmesi ile ilgili belirleyici özelliklere rastlanmamıştır.

Antik çağ; tarihçilerin, arkeologların hala araştırmaları içinde oldukları bir dönemdir. O döneme ait resimler, heykeller, günlük yaşantıda kullanılan eşyalar, giysiler ve takılar antik çağda nasıl yaşandığının bilir kişiler tarafından yorumlanması ile günümüze o dönemle ilgili ışık tutmaktadır.

Birkaç renkli olarak yapılan duvar resimlerinden sonra, renk olgusuna ilk olarak doğada bulunan renkli taşların değerlendirilmesi ile yapılan aksesuarlarda rastlanır. Altına diğer materyallerden daha fazla değer verilmeden önce en değerli aksesuarlar renkli camlardan ve doğal taşlardan yapılırdı. Şekil 4.6. MÖ 2051-2030 yıllarına ait altın, akik, gümüş, cam, mavi macun, feldispat, ametist, yeşim, kaya kristali, reçine, keten sicim ve deri kullanılarak yapılmış Antik Mısır takılarıdır. Renkler ile ilgili belirgin bir ize rastlanmamaktadır. Fakat MÖ 1900' lü yıllarda kırmızı yeşim taşı, akik ve lal taşı gibi yarı değerli taşların kullanımı çoğalmıştır. Kullanımı yaygınlaşan taşların yoğunlukla kırmızı olması dikkat çekmektedir. Kırmızı canlı ve ayrıntıda dikkat çeken bir renk olduğundan kullanıldığı düşünülebilir. Hayat döngüsünün de ifadesi olan kolyeler, yaşamın bir parçası haline gelmiş ve ölen sahibi ile birlikte gömülmekteydi.



Şekil 4.6: Antik Mısır Takıları (Kaynak:<http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/590944?rpp=30&pg=4&ft=antique+egypt&pos=94>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015).

Bugün de olduğu gibi altının zenginlik ve sosyal statü sembolü olması o dönemlerde de karşımıza çıkar. Kumaşın kalitesi ile üzerine takılan altın ve renkli taşlar ait olunan sınıfın göstergesi kabul edilirdi.

Berlin Mısır Müzesinde bulunan Kraliçe Nefertiti'nin büstünde bulunan işlemlerde göze çarpan altın rengi sarı ve kırmızı da bunun göstergesidir. Bununla birlikte kare, sağlamlık ve durağanlık hissi ile Dünya'yı ve maddeyi temsil etmektedir. Ölümsüzlüğün sırrını arayan Mısırlılarda, Nefertiti'nin bir anda ortadan kayboluşunun rivayeti, başlığında sembolize edilmiş gibi görünmektedir.



Şekil 4.7. Kraliçe Nefertiti Büstü (Kaynak:<http://www.egyptian-museum-berlin.com/c53.php>, Erişim tarihi: 31 Aralık 2015).

Antik Mısır'da kırmızı ile birlikte lapis lazuli adı verilen mavi taşın da çokça kullanıldığı bilinmektedir. Ayrıca tozlarından gözlere sürülen makyaj maddesi de elde edilirdi. Eski dönemlerde mavinin gök rengi olarak algı oluşturduğuna bakacak olursak, kutsal güce ortak olan renk olarak kullanıldığını görebiliriz.

MÖ yaklaşık 150 – 50 yılları arasında kullanıldığı düşünülen perçinlenmiş bir savaş başlığının da süslemelerinin kırmızı olduğu düşünülmektedir.



Şekil 4.8. Boynuzlu Savaş Başlığı (Fischel ve diğ., 2013: 14).

Roma toplumunda erkeklerin ne tür kıyafetler giyeceğini belirleyen birtakım kıstaslar söz konusuydu. Rütbe ve statü, toganın kimler tarafından giyileceğini ve bu togaların ne renk olacağını belirleyen etkenlerden biriydi (Fischel ve diğ., 2013: 34). Öyle ki sıradan Romalıların toga giymesi yasaktı. Zor elde edilen ve Tiran moru ya da Tire moru adı verilen renk sadece Romalı hakimler, papazlar ve imparator togalarında kullanılan bir renkti. Glowacki ve diğ. (2012), 1.4 gr tire moru için 12.000 salyangozun kullanıldığını belirtir.

Bazı genç ve bekâr kişilerin de giydiği togaların sadece kenarlarında yer almasına izin verilmiştir. Böylece tiran morunun toplumsal konum ile tehlikelerden koruma inancının bir simgesi olarak kullanıldığı dikkati çekmektedir (Osborne, 2003: 49-50). Sadece kenarlarda yer alan mor bordürlere Clavus olarak adlandırılır.



Şekil 4.9: Roma Togası (Fischel ve diğ., 2013: 34).

Antik Çağda mor renk elde etmenin bir diğer yolu ise kumaşı mavi ve kırmızı renklerle arka arkaya boyamaktan geçiyordu. Yeşil renk aynı şekilde arka arkaya mavi ve sarının boyanması ile elde edilirdi. Fakat bu renkler hem kumaşın yıpranmasına hem de rengin solmasına neden oluyordu.

Mavi renk genel olarak çivit otundan elde ediliyordu ve kolay elde edilen bir renkti. Fakat ilk sentetik pigment olan Mısır mavisini kimyasal olarak “kalsiyum bakır silikat” olarak bilinmektedir (Çilingiroğlu, 2014: 138). Mısır mavisini olarak bilinen bu renk kızılötesi ışınlar yayma özelliği ile gündeme gelmiştir. Mısır mavisinin antik dönemde kullanıldığı yerlerde ölüleri onurlandırmak için kullanıldığı bilinmektedir.

Kırmızı renk kırmızı böceğinden elde edildiği için bu ismi almıştır ve Orta Çağda da oldukça pahalı bir renktir. Özellikle bu dönemde kırmızı rengin kumaş yüzeylerinde geniş alanlarda kullanıldığı görürüz. Bu bir anlamda ekonomik anlamda üstün olmanın ve bu bağlamda gücün simgesi haline gelmiştir. Şekil 4.10’da

görülen tezhipte Kutsal Roma İmparatoru III. Otto, son derece pahalı olan kırmızı ile boyanmış giysisi ile betimlenmiştir.



Şekil 4.10: III. Otto (Fischel ve diğ., 2013: 46).

Renklerin çeşitlenmeye başladığı bu dönemde otoriter ve soylu kesim çok renkli giysiler giymeye başlamıştır. Ne kadar çok renk o kadar çok soyluluk anlamına geliyordu. Bu dönem betimlemelerinde de sıkça kırmızı ve altın rengine rastlanmaktadır.



Şekil 4.11: İmparator Şarlman - MS 794-800 (Kaynak: <http://www.nkfu.com/sarlman-hayati/>, Erişim Tarihi: 31 Aralık 2015).

İngiltere’de 1042’de tahta geçen Kral Edward ile kısa tunikler moda olmuştur. Tuniklerde kullanılan altın işlemler ve parlak renkler pahalı boyaların kullanıldığını gösterdiğinden zengin kesim tarafından kullanılıyordu. Sıradan insanların ve işçilerin tunikleri genellikle bitkilerden elde edilen mat gri, kahverengi yada yeşildi. Tuniklerdeki renklerin parlaklığına göre sınıfların belirlenmesi o dönem için geçerliydi.

1100 ve 1200’lü yıllardan itibaren pahalı kırmızı renkli kumaşlardan yapılmış giysiler halkın da üzerinde görülmeye başlanmıştır. Bu durum eskimiş soylu giysilerinin yeniden değerlendirilmesini akla getirmektedir.

1380 – 1450 yılları arasında siyah, kıyafete gittikçe daha fazla para harcamaya başlayan orta sınıfın en çok tercih ettiği renk haline geldi (Fischel ve diğ., 2013: 72). Bu durum o dönemde son derece abartılı giyinen soylulara tepki gösteren din adamlarının da öfkesini kazanmadan şık olmanın bir yoluydu.



Şekil 4.12: Van Eyck Tablosu - Siyahlar İçindeki Flaman Kıyafetli İtalyan Tüccar
(Kaynak:http://www.milliyetsanat.com/allimages/news/071020121206206125929_3.jpg, Erişim tarihi: 31 Aralık 2015).

Rönesans Dönemi'nde renk tercihlerine bakıldığında rengin tamamen kişisel bir tercih olduğunu, altın renginin çokça kullanıldığı görülmektedir. Bu dönemin görsel çeşitliliği çok fazladır. Canlı renkler yoğunlukla görülür. Rönesans'ta sembolizm, renklerden çok kullanılan giysilerde kullanılan aksesuarlarda görülür. Dantel ve inciler, ipeklerin üzerine ne kadar altın işlendiği sembolik dönemin ihtişamını gösterir. Fakat kırmızı renk hala zenginliğin bir sembolü olarak karşımıza çıkmaktadır.

16. yüzyılda yaşanan dini bölünmeler ile birlikte, Katolik ve Protestan kiliseleri üyeleri takva, tevazu ve itidalı simgeleyen siyah rengi kullanmaya başladılar. Kıyafetleri gerçek siyaha boyamak oldukça pahalı ve zaman isteyen bir iş olduğundan bu renk, ruhani değerlerin yanında, zenginliği de simgeliyordu (Fischel ve diğ., 2013: 108). Halkın giydiği gündelik kıyafetler maliyeti dolayısıyla boyanmayabiliyordu. Siyah paltolar sosyal bakımdan üstün sınıf tarafından giyilen bir giysiydi.

Barok ve Rokoko Dönemlerinde renklerin daha koyulaştığı bununla birlikte altın işlemelerin ve dantellerin çoğaldığı görülmektedir. Kırmızılar, sarılar, maviler, yeşiller yine parlaktır fakat bir koyulaşma söz konusudur. Bu durum renklerin koyulaştıkça asaletin sembolize edilmesinin açık bir göstergesidir. 1630 yıllarının ortalarında zeytin yeşilinin de popüler olduğu görülmektedir ki bu da yeşilin daha karanlık bir tonudur.



Şekil 4.13: Anthony van Dyck, Koyu Mavi Elbisesi ile Henrietta Maria Portresi (Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/Henrietta_Maria_of_France, Erişim tarihi: 31 Aralık 2015).

1700'lerde renklerde eski ağır koyuluk yerini pastelere bırakmaya başlamıştır. Mavi, gri ve kahverenginin yoğunlukla kullanıldığı görülmektedir. Bunun nedeni bu renklerin altın ve gümüş işlemler için uygun birer zemin oldukları düşüncesidir. Şekil 4.14'de Wolfgang Amadeus Mozart'ın hikayesinin anlatıldığı ve dönemin modasını çokça yansıtan Amadeus filminden bir sahnede kahverengi ceket ve mavi yeleği ile Mozart rolünde Tom Hulce görülmektedir.



Şekil 4.14: Amadeus filminde Mozart (Forman, 1984).

1800 yıllarına doğru Antik Yunan ve Antik Roma tarzından esinlenme ile neoklasisizm tarzı doğmuş ve beyaz en çok kullanılan renk olmaya başlamıştır. Sade biçimlerde görülen beyaz elbiselerde kullanılan kırmızı şeritler devrimcilere destek verildiği anlamına geliyordu (Fischel ve diğ. 2013: 168).

Viktorya Dönemi ile sanayinin yükselişi giysilerdeki renkleri de etkilemiştir. Artık renklerde istenen tonlar daha kolay elde edilebiliyordu. Bununla birlikte bu dönem her türlü cinsel konuya çekinik bir dönemdir. Bu nedenle kadınların giysilerinde fazlaca bir kapalı olma durumu söz konusudur. Elbiselerde kabarıklık yine vardır fakat cinsel mesaj vermemesi için kalçadaki kumaş toplanarak elde edilen abartılı görüntü azalmaya başlamıştır.

Viktorya Dönemi'nde kırmızı ve siyah renge çokça rastlanmaktadır. Özellikle kırmızının yoğun ve karanlık değerlerine rastlanmaktadır. Parlak kırmızının cinsel olgulara işaret edeceği düşüncesi ile kadınlık ifadesini bozmadan bu uygulamaya gidilmiş olabilir.

Yine bu dönemde yas kıyafetleri için belirli kısıtlamalar getirilmiştir. Fischer ve diğ. (2013: 204), yas dönemi Viktorya tarzı elbiseler için şunları belirtir:

Yas tutan kraliyet ailesi üyeleri ve akrabaları için belli kurallar vardı. Moda endüstrisi siyaha boyama konusunda eskiye nazaran çok gelişmişti. Bu da siyah bürümcük ve bombazen kumaşlar, kurdeleler, boneler, duvaklar ve kuş tüylerinin üretimini kolaylaştırmıştı. Mağazalarda hazır yas kıyafetleri satılıyordu. Yas için ışığı emen yün kıyafetler tavsiye ediliyordu. Yas dönemi sonlarında da gri, beyaz ve mor kıyafetler giyilebiliyordu.

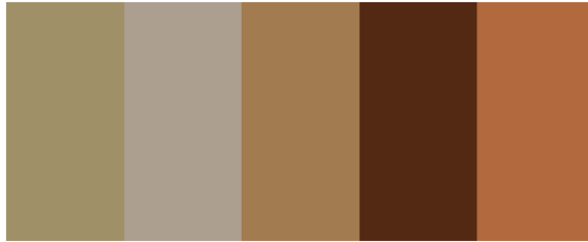


Şekil 4.15: Viktoryan Dönemi Yas Kıyafeti (Kaynak:<http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/159185?=&imgno=0&tabname=label>, Erişim tarihi: 24 Aralık 2015).

1900'lü yıllara doğru tenis, at biniciliği, bisiklet kullanmak, yürüyüşler kadınlara daha çok hitap etmeye başlamış ve buna yönelik kıyafetler hazırlanmıştır. Giysilerde kullanılan renkler genellikle boz renkten koyu kahverengine dönük bir skala içerisinde. Bu tonlar doğa ile iç içe olmayı ve aktivitenin bir parçası olmayı sembolize etmektedir. Bunlarla birlikte bir de deniz araçlarına binerken ve sahilde yürüyüş yapmak için giyilen lacivert ve beyaz çizgili, denizcileri andıran kıyafetler giyilirdi.



Şekil 4.16: Mavi - Beyaz Çizgili Yürüyüş Elbisesi (Fischer ve diğ., 2013:215).



Şekil 4.17: Dönemin Spor Giysilerinde En Fazla Kullanılan Renkler

20. yüzyılda moda, biçimlerde ve renklerde değişim göstermeye başladı. Artık giysilerde sadeliğe gidilmeye başlanmıştı. Korseler hala geçerli fakat fazlaca kabarık etekler artık görülmemektedir. Bu dönemin başlangıcında özellikle kraliyet ve aristokrasi, Hollywood'un doğması ile parlayan yıldızlar, Poiret'nin geçmişin çizgilerini reddeden rahat giysilerin olduğu illüstrasyonları trendleri belirlemede öncü olmuşlardır.

Bu dönemin başlarında eskiden işçi sınıfı için kullanılan koyu renkler; erkeklerde ciddiyeti ve asaleti simgelemek için çok parçalı kullanılan takım elbiselere yansımıştır. Siyah, fûme, gri, gri-mavi, kahverengi, lacivert 20. yüzyılda şehirli erkeğin renkleri olmuştur.

Bu dönem ayrıca I. Dünya Savaşı'na denk gelen dönemdir. Savaş sonrası dönemde Coco Chanel, savaşın kadınların üzerinde bıraktığı koyu renkli giysilerden esinlenerek rahatlık ve işlevselliği ön planda tutan, ayrıca kadın giyiminde değişime giden tasarımlar yapmıştır. Chanel tasarımlarındaki kumaşları yumuşak tonlu siyah, beyaz, gri, lacivert ve bejlerden seçiyor, aksesuar olarak metal düğme ve zincirli çantalardan yararlanıyordu. O dönemin bakışı ile bakıldığında bu renklerin tamamen savaş dönemini avantaja dönüştüren bir stil olduğu görülmektedir.

1918'te savaşın bitmesiyle Avrupa'da koyu renklere bürünen kadınlar, aynı zamanda savaşın olumsuzluklarını atmak için tekrar renklenmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak bu dönemden hemen sonra ortaya çıkan Flapper's adı verilen ve rengarenk saçaklı giysileri içinde dans eden Bob saçlı kızlar ortaya çıkmıştır. Bunun savaşın etkilerini atmak isteyen kadınlığın zor dönemden sonra kendini ifade etme şekli olarak değerlendirebiliriz.

Bu dönemlerden sonra renkler çoğalmaya başlamış ve 21. yüzyıla kadar çeşitli renkler ilgili sezonun ana renklerini oluşturmuştur. Bazı sezonlarda kozmetik ürünlerle birlikte kadınlar baştan aşağı turuncu olurken, bazı dönemlerde erkekler bebek mavisi diye adlandırılan ceketlerle görülmüştür. Bu moda renkleri sembolik ifadelerden çok şıklık ve zarafet için tasarlanıp giyilen dönemin akımına uygun giysilerde kullanılırdı.

4.4. Renk Sembolizminin Günümüz Modasına Yansıması

Renklerin tarihte geçmişteki insanlar tarafından nasıl yorumlandığı ve kullanıldığını belirtilmiştir. Bu bağlamda bu renklerin ifade ettiklerinin moda tasarım alanında günümüzde nasıl sembolik anlamlar taşıdığı analiz edilmelidir. Bu sayede kültürel bilinç artacak, verilmek istenen mesajın bilincinde olunacaktır.

Moda dünya ekonomisini etkileyen bir sektördür. Bu bağlamda kültürel bileşenleri yansıtmaktan önce ticari amaçları doğrultusunda hareket eder. Bu nedenle çoğunlukla sembolik olmaktansa, sembolik olanı güzelleştirerek halkın beğenisine sunarak bunu ticari bir unsur haline getirmekle ilgilenir.



Şekil 4.18: İnanç Sistemlerinin Modayı Etkilemesi

(Kaynak: <http://uk.blouinartinfo.com/news/story/892051/personal-jesus-is-fashion-finding-its-religion>, Erişim Tarihi:21 Aralık 2015).

Siyah, beyaz, kırmızı, sarı ve mavi ana renkler olarak tanımlanan beş renk ve bu beş rengin kombinasyonları geçmişten günümüze en çok kullanılan renkler olmuşlardır. Bu renklerin içerisinde özellikle kırmızı ve siyah ve beyaz, manevi ve ruhani değerleri de fazlasıyla sembolize etmeleriyle ortaya çıkar. Bu renklere Türk geleneklerinde ve dünya kültüründe yüklenen anlamlar halen varlığını sürdürmektedir.

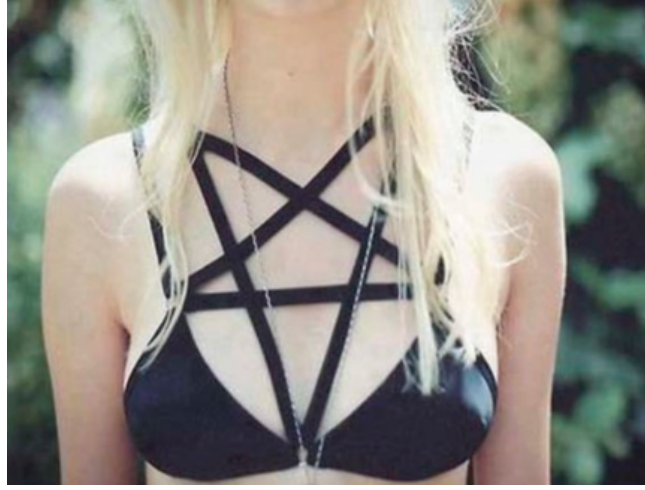
Bu anlamda siyah ile sembolize edilen karanlık günümüz modacılarının sıkça kullandığı, bazılarının tamamen koleksiyonlarını oluşturduğu renktir. Hayatın sonundaki ışıksızlık olarak da tanımlanan renk siyah, modada aynı zamanda asaletin de ifadesinde kullanılmaktadır. Resmîyet ve ciddiyet belirtilmek istenen ortamların içindeki kıyafetlerin tanımlaması çoğunlukla siyah olmuştur.

Siyah renk giyside kolay bir renktir. Hemen hemen her renk ile kombine edilebilir, siyah bir elbise ile çoğu yere gidilebilir, kusurlar dikkatlice örtülebilir ve bunlarla birlikte asil bir görünüm elde edilebilir. Siyah renk asalet ve zarafet ile anılsa da içinde bulunduğu form ile asi bir yapıya da bürünebilir. Çeşitli fikirlerin vermek istediği mesajlarda da siyah renk karşımıza çıkar.

Batı kültüründe şeytan tasvirinde kullanılan siyahın Satanizm bağlantılı moda ya yansımaları görülmektedir. Şeytana tapmak manasına gelen bu düşünce yapısının moda ile birleştiği sıkça görülmektedir. Sembolü siyah daire içinde ters yıldızdır ve genellikle şekil itibarıyla bakılarda ve aksesuarlarda görülmektedir. Şekil 4.20'deki gibi bazen şekil olarak da sembolizmine rastlanabilir.



Şekil 4.19: Satanizm Sembolü



Şekil 4.20: Satanizm Sembollü Siyah Büstiyer
(Kaynak:<http://wheretogot.it/look/29129>, Erişim tarihi: 1 Ocak 2016).

Ruhaniyette derin anlamlar barındıran beyaz, modada aydınlık bir görünüm elde etmek için kullanılan başlıca renklerdenidir. Özellikle Marilyn Monroe'nun elbisesinin formu ile birlikte saf mutluluğu sembolize eder. Beyaz kumaşın tek başına drape ile vücutta form bulması ile Antik Roma kültürünün modernize edilmiş bir göstergesi olarak algıda şekillenir.



Şekil 4.21: Modernize Edilmiş Antik Roma Giysisi Tasarımı (Kaynak: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/2e/a2/46/2ea246d13f67e56a0f883981b681078f.jpg>, Erişim tarihi: 1 Ocak 2016).

Yaşamsal döngünün ifadesi olan kırmızı, Türk kültürü geleneklerinde sıkça kullanılan bir renktir. Düğünlerde gelinin üzerinde kuşak, kına gecelerinde başörtüsü, lohusa kadınlarda taç olarak karşımıza çıkan kırmızının bunlar gibi hayatın devamlılığını sağlayan geleneksel etkinliklerde sıkça kullanılması tesadüf değildir. Kötülükleri uzaklaştırır inancı ile kırmızının kazandığı anlamlar, geleneklerden modaya tutku, aşk ve gücün sembolü olarak geçer. Gerçek anlamda modada bir dil haline gelmiştir. Adeta, bana bakın buradayım, mesajı içeren bir renktir.

Giysilerde kullanılan siyah tüllerin altından görünen ten, her ne kadar zihinde cinsel olguların ifadesi gibi gelse de renk sembolizminde karanlığın altındaki ışık, yaşam olarak anlamlandırılması modanın ruhuna daha çok yakışacaktır.



Şekil 4.22: Valentino Sonbahar/15 Tasarımı (Kaynak: <http://fashionbombdaily.com/hot-or-hmm-olivia-palermos-valentino-mirabilia-romae-fall-2015-couture-fashion-show-valentino-fall-2015-black-sheer-high-neck-tulle-gown/>, Erişim Tarihi: 1 Ocak 2016).

Siyah renk ayrıca tüm dünyada rock müzikle özdeşleşmiş bir renktir. Rock müzik dinleyen siyah giymek zorundadır gibi bir ifade yoktur ancak müziğin doğasındaki aykırılık siyahın anarşizmle sembolize edilmesi gibi bir algı ile bütünleşme oluşturmuştur.

Spiritüel olarak Avrupa resimlerinde karşımıza çıkan sarı renk moda da ilham kaynağı olmuştur. Şekil 4.23’deki Gaultier tasarımında La Belle Epoque dönemini yansıtan floral kumaş süslemeleri ve başındaki hale ile model, adeta Orta Çağ’dan İsa’nın ruhunu yansıtmak isteyen bir temsilciyi sembolize etmektedir.



Şekil 4.23: Gaultier Tasarımı – 2007 (Kaynak:<https://s-media-cache-ak0.pinning.com/236x/c2/80/23/c280233ec0df82509fe72456467c4c27.jpg>, Erişim Tarihi: 22 Aralık 2015).

Şekil 4.24’deki Numero dergisi için Miles Aldridge’nin fotoğrafladığı ve Immaculéé olarak özel adla adlandırdığı karede, sarı hale, kırmızı dikenli taç ve mavi örtü ile Meryem portresini betimler gibidir.



Şekil 4.24: Immaculeé (Kaynak:<http://reflexamsterdam.com/wp-content/uploads/2012/09/Immaculee-3-Numero-2007.jpg>, Erişim Tarihi: 1 Ocak 2016).

Altının zenginlik ve güç sembolize ettiğinden önceki bölümlerde bahsedilmiştir. Kültürel anlamda oryantalist görünümünü benimsemiş bölgelerde bunun hala aynı durumu sembolize ettiği gözlenmektedir. Daha yenilikçi çizgileri takip eden kültürlerde altın ve diğer parlak renkler lüks göstergesi olarak değil, fütüristik bir akım olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada renklerin ifadesini birbirinden ayıran formlarıdır.



Şekil 4.25: Sedefli Plakalar ile Fütüristik tasarım (Kaynak: <https://brklyngirl.files.wordpress.com/2010/03/00110big1.jpg>, Erişim Tarihi: 1 Ocak 2016).



Şekil 4.26: Altın Plakalar ile Fütüristik Boyunluk (Kaynak: <http://in1.ccio.co/H6/TD/c6/66217056992496778Iy9ZUmS9c.jpg>, Erişim Tarihi: 1 Ocak 2016).

Sıra dışı olarak görülen ve metalik renklere sahip her tasarım fütüristik olmamakla birlikte, her fütüristik tasarım da sıra dışı görünümde ve metalik renkli değildir. Beyaz renk bu akımda çok karşılaşılan bir renktir. Geleceğe yönelik tasarımlar ile uzay çağını tasarıma dönüştüren bu akımda, bütün renklerin doğmasını sağlayan beyaz sembolik olarak sıklıkla kullanılmaktadır.



Şekil 4.27: Beyaz Renkli Fütüristik Tasarım (Kaynak:<http://img.weburbanist.com/wp-content/uploads/2013/01/Futuristic-Fashion-Whiteness-Julia-Krantz.jpg>, Erişim Tarihi: 1 Ocak 2016).

Toprak tonları modada rahat ve özgür bir ifade sunar. Bu konuda 1960'lı yıllarda ortaya çıkan Hippi akımında, doğada saf bulunan renklerin çeşitlemeleri ile dünya üzerindeki doğal varoluşun tamamıyla insanlığa ait olduğunu savunan özgürlükçü fikirler sembolize edilir.



4.28: Hippi'ler (Kaynak: <http://cdn.playbuzz.com/cdn/c72b91d7-963d-4492-890c-4057c6a65f08/3a93a618-d37a-47cd-8a53-1bbb1d2cc802.jpg>, Erişim Tarihi: 2 Ocak 2016).

Sarı rengin altını simgelemekle birlikte eski dönemlerde hastalık sembolü olarak da kullanıldığı önceki bölümlerde aktarılmıştır. Modada hastalık halleri sembolize etmek için genellikle siyah renk kullanılır. Çünkü modada hastalığa genellikle bedensel değil ruhsal olarak bakılır ve insan duygu durumlarının karmaşık olmasının ifadesi siyah ile formlar oluşturularak beden bulur.

Hitit büyülerinde hastalığın ve kirliliğinin şiddetini ifade etmek için kullanılan siyah renk, bugünün yaşam sorunlarında Steven Meisel'in fotoğrafladığı su ve yağ temalı fotoğraflarda görülmektedir. Körfez yağlarının insan hayatını olumsuz yönde etkileyişini moda fotoğrafları ile ifade etmiştir.



Şekil 4.29: Su & Yağ – Meisel (Kaynak:<http://projectavalon.net/forum4/showthread.php?4584-Sick-Fashion--Gulf-Oil->, Erişim Tarihi: 21 Aralık 2015)

4.5. Duygu Durumlarının Giyinmeye Etkilerinde Renk Sembolizmi

Bir durumun kişide yarattığı algı, geçmişte yaşanan olayların analizi ile ulaşılan sonuçlara dayanarak gerçekleşir. Bu koşullarda durumlar duyuları, değerlendirmeler de algıyı ifade eder.

Algıda seçicilik denen kavram, renklerle ilgili kararlarımıza etki eden bir faktördür. Renk kavramları ile ilgili bazı şartlanmalar vardır ki (kırmızının kan rengi

olması gibi) kesinlikle değişmez. Fakat modada bu algılar aynı şekilde çalışmaz. Giyside seçilen renkler sadece algımızdaki şartlanmalar ile ilgilidir. Bu şartlanmaları kişinin kendisi yaratmış olabileceği gibi dışarıdan verilen uyarılarla da sağlanmış olabilir.

Renklerin kanıtlanmış etkileri yadsınamaz ancak mutsuz insan siyah giyer, sarı aksesuarlar mutluluk verir gibi tanımlamalar kişilerin renk seçimini etkileyen durumları ifade etmek için doğru olmayan tanımlamalardır. Kişisel algı, yaş, cinsiyet, inanç, estetik değerler gibi faktörler kişinin renk seçiminde kendi şartlanmaları ile ilgili faktörlerdir. Bunlarla birlikte moda, güncel olaylar, trendler, içinde yaşanan coğrafya ve toplumun değer yargıları, dışarıdan etki eden ve renk seçimindeki algıyı ilgilendiren olgulardır.

Renklere karşı verilen tepkilerde kullanıcı kimliği önemlidir. Renklere karşı her insan farklı tepkiler gösterir. Verilen tepkilerde yaşantı ve aile hayatı, kişilik oluşum süreci, eğitim düzeyleri, bilinç altı gibi birçok faktör belirleyici olmaktadır. Ayrıca rengin neden seçilmesi gerektiği bilgisi de gereklidir.

Renk seçiminin evrensel kültürde önemli olduğu bazı durumlar vardır: İş görüşmeleri, cenaze törenleri gibi. Bu gibi durumlarda duygu durumlarının yarattığı algıların görmezden gelinmesi gerekmektedir. Örneğin iş görüşmesine fıstık yeşili pantolonla kırmızı ayakkabıyı kombinleyerek gitmemeniz gerektiği hiçbir kanunda yazmaz, fakat bilmekteyiz ki düz renklerle yapılan bir görüşme ciddiyetinizi daha iyi gösterecektir. Bu kabul görülebilme için yapılması gerekli olan yazısız kanun gibidir.

Kişisel algılamaların ters etki yaratabileceği durumların dışında giyimde renklerin ifade ettiği evrensel anlamlar bulunmaktadır. Siyah, giyinmede en sık kullanılan renklerden biridir. Duygu durumları ne olursa olsun modada 'kurtarıcı' sıfatı ile bütünleşmiş durumdadır. Psikolojik etkenler dikkate alındığında siyah giyinmek dış dünyaya kapalılığı ifade eder. Cenaze törenlerinde siyah tercih edilmesinin de nedeni budur. Fiziksel rahatsızlıkların dışında takılan simsiyah büyük gözlükler moda haline gelirken, kişilerin kendilerini toplumdan soyutlamasını da sembolize eden bir aksesuar olmuştur. Siyah gibi siyaha yakın koyu renklerde de benzer etkiler görülmektedir.

Düğünlerde damat giysileri, makam arabaları genellikle siyahtır. Devletteki makam arabalarının koyu renkte ve hatta bakanların, valilerin arabalarının siyah olması bir anlamda devlet ile ilgili olanların asaletini, gücünü vurgulamaktadır (Yağbasan ve Aşkın, 2006).

Kırmızı, ilgi çekici ve heyecan verici bir renktir. Cesareti ve hayatta kalmayı sembolize eder. Çok yoğun kullanımda tehlikeli bir görünüme neden olabilir. Evrensel uyarıcı olarak durmayı sembolize eden kırmızı, giyside genellikle hayatlarında aktif olan kişiler tarafından tercih edilir. Dikkat çekilmek istenen durumlarda tercih edilmesi uygun bir renktir. Terfi zamanları için uygun görülmesi bundan kaynaklanır.

Beyaz, bir açıklık ve şeffaflık idealini yansıtır (Martel,1995: 85). Beyaz ve beyaza yakın açık renkler diğer renkler ile kombinlenmesi kolay bir renktir. Güzelliği arttırdığına inanılmasından dolayı olumsuz anlamlar içermeyen toplumlarda gelinlik rengi olarak tercih edilir.

Sarı, en parlak renk olarak kabul edildiğinden canlılığı sembolize eden güçlü renklere aittir. Mavi, stabil olmayı ifade eder. Bunu yansıtabilmek amacı ile devlet çalışanlarının giysilerinde sıklıkla görülen bir renktir. Sarı ile mavinin karışımından elde edilen yeşil, genel olarak sakinleştirici bir etkiye sahiptir. Bu nedenle ameliyathanelerdeki görev kadrosu yeşil önlükler giyer.

Kahverengi, doğayla bütünleşen bir renk olarak olgunluğu ifade eder. Kahverenginin içerisine sarının enerjisi katılan taba rengi kahverenginin olgunluğunu kırarak giysilerde daha hareketli bir görünüm kazanmaktadır.

4.6. Görsel Sanatlarda Sembolizm Akımının Modaya Yansıması

Sembolizm, 19. yüzyılda ortaya çıkan ve neredeyse 20. yüzyılın sonlarına kadar süren, özellikle edebiyatı önemli ölçüde etkileyen bir akımdır. Kültürel bağlamda modernizmin bir etkisi olarak doğmuştur. Realizmin nesnel bakış açısını reddederek, olguları belirsiz ve güçlü bir şekilde ifade etmeye yönelik bir akımdır.

Görsel sanatlarda sembolizm, günümüzde sembolün ifade ettikleri gibi, düşüncelerin yansıttığı algıların yaratıcı bir şekilde ifade edilmesi ile maddede hayat bulur. Yani olgunun hayatın içine girmesi için önemli olan gerçekler değil, algıdır.

Goya, romantizm akımıyla ön plana çıksa da sanatının son yıllarında sembolizme yönelmiş ve bu akımın öncülerinden olmuştur. Balenciaga markasının kurucu moda tasarımcısı Cristobal Balenciaga'nın koleksiyonlarında tasarımlarının ve kullandığı renk paletlerinin Goya'nın etkisinde olduğu bilinmektedir. Balenciaga Goya'nın renkleri ve eserleri ile o kadar özdeşleştirilmiştir ki, 1962'de Vogue dergisindeki Balenciaga tasarımı, Goya'nın kadınlarının bir yansıması olarak görülmüştür.



Şekil 4.30: 1962 – Vogue Dergisinde Balenciaga Tasarımı (Kaynak: <https://www.pinterest.com/pin/137570963593279456/>, Erişim Tarihi: 2 Ocak 2016).

Sembolist akımın bir başka popüler ismi de Gustav Klimt'tir. Eserlerine bakıldığında kadın düşüncelerinin ve ifadelerinin tabloların esas konusunu oluşturduğu görülür. Yoğunlukla kullandığı altın renk, kadının karanlık dünyasının içindeki zenginliği anlatır gibidir.

Moda tasarım alanına Gustav Klimt'in eserlerindeki kadınlar da yansımıştır. Bu konuda özellikle Galliano'nun Dior 2008 için tasarımları dikkat çekmektedir.



Şekil 4.31: Galliano 2008 Gustav Klimt Tasarımı (Kaynak: <https://s-media-cache-ak0.pinning.com/736x/68/62/e7/6862e70cb2022f53ddc942430abfc8ce.jpg>, Erişim Tarihi: 2 Ocak 2016).



Şekil 4.32: Galliano 2008 Gustav Klimt Tasarımı (Kaynak: <https://leconfident.wordpress.com/2012/07/14/klimt-150-years/>, Erişim Tarihi: 2 Ocak 2015).

Paul Guigin de sembolik ressamlardanır. Ressamın hem desenleri hem de renkleri Şekil 4.33’de Paul Guigin’in The Sorcerer of Hiva Oa adlı tablosunun Aquilano Romandi 2004 koleksiyonu ile modaaya yansıması görölmektedir.



Şekil 4.33: Aquilano Romandi 2004

(Kaynak: <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-ready-to-wear/aquilano-romondi/slideshow/collection#12>, Erişim Tarihi: 2 Ocak 2016).

Arnold Böcklin, Evdard Munch, Henri Fantin Latour, Jan Troop, Max Klinger, Gustave Moreau, Odilon Redon, Victor Vasnetsov da sembolik ressamlardanır. Eserlerinden bazıları baskı teknikleri ve boyama yöntemleri ile modaaya yansımıştır ve günlük kullanım eşyalarında görölmektedir.

4.7. Moda Pazarlamada Renk Sembolizmi

Pazarlama, üretim faaliyetlerinde bulunan her alandaki firma için dikkatlice yol alınması gereken bir sektördür. Üretimden önce başlayan ve üretim sonrası da satış desteği için devamlılığı bulunan stratejik bir süreçtir.

Her gün birçok yolla yüzlerce farklı ürün ile karşılaşılır. Ürün ile tüketici arasında iletişim kuran en önemli faktörlerden biri de renktir. Bu bağlamda moda, hem bir bakış açısı hem de ticari bir unsurdur. Pazarlama stratejilerinde rengin dikkate alınması, belirleyici özellikler ile tanınmayı ve dolayısıyla tercih edilme derecesini de belirleyecektir.

Özellikle hazır giyim sektöründe ürünlerin hitap ettiği kesimlerin tercihleri analiz edilerek gelinecek sonuçların yapısına uygun seçilecek ürün, reklam, yazı ve ambalaj resimleri markanın diğerlerinden ayrılan hedefe yönelik tavrını gösterirken satın alma davranışını da etkileyecektir.

Günümüzde birçok markanın belirleyici renkleri bulunmaktadır. Lacoste'un yeşili; GAP'in mavisi; Victoria's Secret'in pembesi; Harley'in kahverengisi; Tommy Hilfiger'in lacivert, kırmızı ve beyazı; Burberry'nin beji ve karamel, siyah, beyaz ve kırmızı ekosesi, kendi markalarını sembolize eden birer ifadeye dönüşmüştür. Renklerde odak stratejisi bütün dünyada ürünün ve markanın tanınırlığını sağlamaktadır.

Renkler insan davranışlarını belirleyen durumlar için biçimden daha etkilidirler. Bu nedenle mağazaların tüketiciye sundukları etkileri de belirler. Ürünlerin hedef kitlesine göre seçilecek mağaza renkleri, satın alma öncesinde dikkatte uyarı oluşturarak tüketicinin yönelimini sağlayacaktır. Bu bağlamda kırmızı ve sıcak diğer değerler dikkat çeken renkler olduğundan özellikle satın alma davranışı içinde olup olmadığı belli olmayan gençlere yönelik mağazalarda dikkat çekme açısından kullanılır. Mavinin daha dingin ve pozitif bir renk olması rahatlatıcı etkilere sahip bir alışveriş sağlar.

Ürün fiyatları yüksek olan markalarda kırmızı rengin mağaza içi düzenlemesinde çok fazla kullanılmadığını görürüz. Bunun nedeni halihazırda yüksek fiyatlar ile sunulan ürünlerin daha da fazla heyecan yaratmaması gerektiğidir. Gençlere yönelik markaların bazılarının logolarında kırmızı ile mavinin bir arada olması kırmızının neden olduğu yüksek kan basıncının mavi ile dindirilmeye çalışılması ve

bu sayede dengeli duygu durumları ile alışverişin sağlanmaya çalışılmasından kaynaklanır.

İhtişamlı ürünler sunmaya yönelik mağazalarda mor renk ile çoğunlukla karşılaşırız. Tarihte imparatorluk rengi olan bu renk, günümüzde de özellikle altın sarısı ile birlikte gösterişli bir görünüm sağlarken zenginliği de sembolize eder.

Bunlarla birlikte bazı renkler sembolize ettikleri anlamları ile tüketiciyi kendinden uzaklaştırabilir. Örneğin 18. yüzyıldan itibaren popüler hale gelen ve kız çocukları için yoğunlukla kullanılmaya başlanan pembe renk, algıda ‘kız rengi’ olarak kodlanmıştır ve erkeklerde kullanılması geleneksel toplumlarda kabul görmemektedir. Bu nedenle yerel kültürlerin yerleşik olduğu yerlerde bu renkte erkek giysileri üretilmemektedir. Aynı şekilde aynı markanın farklı yerlerde bulunan mağazalarında da aynı ürün bazen görülmez. Bunun nedeni yine tüketici talepleri ve ürünün satılıp satılıp satılmaması ilgili bir durumdur.

Ürünlere ve tüketicilere yönelik seçilen renklerin doğru veya yanlış olması tüketicilerin satın alma eğilimlerine göre değişmektedir. Bu nedenle renklerin pazarlamada tüketicilerle olan ilişkileri ne denli etkilediğinin araştırılması ve elde edilen analizlerin sonuçlanması, doğru hedefin doğru yönlendirilmesini sağlayacaktır.

5. SONUÇ

Uzay boşluğunda ışık patlaması ile evrenin var oluşunu başlatan, yeryüzünde insanın bilincine yerleşen, doğadan getirdiği algılar ile şekillenen ve kişisel algılar ile tekrar yapılandırılan, her yerde görebileceğimiz, olmasa da ışık yansımaları ile algılayabileceğimiz bir olgu olan renk, arketipsel bir şekilde en eski çağlardan günümüze ulaşmıştır.

Eski topluluklara bakıldığında nihai hayat amacı olan yaşamın sürdürülebilirliği ve doğanın güçlerine karşı acizlik ve bunun getirdiği hayranlık renklerin bir ifade biçimi olmasını sağlamıştır. İnsanlığın dünyaya hakim olması ve hayatta kalma mücadelesi ile renkler de önem kazanmaya başlamıştır. Atmosferdeki moleküllerin ışık ile yansması gökyüzünü maviye boyar. Gökyüzünün mavisine suya yansır ve suyu maviye boyar. Su berekettir, hayat içeceğidir. İlk insandan bugüne maviye yakın olma bereketi çağırır. Ya da çok parlak ve değişik renkte olan bazı canlılar insan hayatını tehlikeye sokan zehirlere sahiptirler ve bunlardan uzak durulması gerekir. Kırmızı ve doğurganlık, mavi ve ulu kudret, yeşil ve sonsuzluk anlamları geçmişten gelen kültürlerin şekillendirmesiyle zihnimize imgenmiştir ve yine doğanın renklerinin psikolojik etkilerine de dayanmaktadır. Renkler, evrene hakim olan, gözle görülen her şeyin kategorize edilmesinde kullanılırlar. Dünyanın her yerinde ağaçlar ilkbaharda yeşillenir, güneş batarken yeryüzünü sarıya boyar. Bu örnekler gibi sebeplerden doğan algılamalar ile evrensel bir dil oluşur, renklerin iletişimde etkisi büyük bir önem teşkil eder.

Doğadan hayat biçimlerine ve sonrasında kullanılan eşyalara ve nihayetinde insan karakterine belirleyici bir unsur olarak geçen renkler, ten renginden saç rengine insan kategorize etme bilincine kadar hayatımızın ayrılmaz bir parçası olarak anlam kazanır. Edebiyata, sanata, bilime ve sosyolojiye her dönemde konu olan, algısının olumlu ve olumsuz yönleri tartışmalara yol açan hayatın bir bütünü, evrenin algısal bir parçasıdır.

Gözle görülen her şeyin tek bir rengi olsaydı evrensel ifadede rengin ifade ettiği anlamlar muhtemelen biçimlere yüklenerek daha karmaşık bir hal alacaktı. Anlaşılması ve ifade edilmesi sözlerle de yetersiz kalan ya da daha güçlü etki bırakılmak istenen durumların en sadık yardımcıları renklerdir. Bir ülkede dalgalanan bayrağın rengi ile verdiği duygunun başka bir şekilde alınması imkansızdır.

Genel olarak renklerin sembolik ifadesine bakıldığında parlak ve canlı renklerin dikkat çekici özelliklerinden dolayı fark edilme algısı yaratılmaya çalışılan durumlarda kullanıldığı görülmektedir. Kırmızı halının üzerinde yürüyen kişinin özel olması, trafikte kırmızı işaretin dur olması gibi örneklerle farkına varılan bir durumdur. Bununla birlikte bazı algılamaların bilincinde olunması için her kültür anlayışının derinine inilmesi ve yaşantıların gözlenmesi gerekir.

Renklerin yarattıkları görüşler kullanılmaları ile mümkün hale gelmektedir. Yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelen renkler, bu şekilde sembolize ettikleri durumların bir yansıması olarak giysi ve aksesuarlarda karşımıza çıkıp topluma mal olarak modayı ve dolayısıyla tekstil sektörüne de etki eder. Toplum bilincinin algısı renklerin kullanım alanlarında olumlu ya da olumsuz tepkiler almasına yol açtığı için güncel olayların bilincinde olarak trendlerin karar verilmesi gerekmektedir. Bu konuda önceki bölümlerde bahsedilen renk kuruluşları, bünyesinde barındırdıkları renk uzmanları ve uluslararası bağlantılar ile dünya genelinde ülkeler ile iletişim ve işbirliği içinde renk belirlemelerinde bulunmaktadır. Bu sayede toplumsal algının yol açacağı tepkilerin belirlenmesinde ön araştırmalar bilinçli bir şekilde gerçekleştirilir.

Evrensel anlamda; kültürel ve sosyolojik konular güncel moda yansıdığı zaman belirli renkler trend adı altında öne çıkarak kendilerine bir ifade şekli bulurlar. Toplumsal olaylarla ve belli inanışlarla bu renkler modada sembol haline gelirler. Aynı zamanda renklerle ifade şekli de giyinme konusuna yansyarak moda bilinci oluşturmaktadır. Yani bazı durumlarda toplumdaki renkler moda algısını etkilerken, bazı durumlarda da modanın renkleri toplumu etkileyerek belirli bir görüş oluşturur.

Dini inançlar ve siyasi konular moda tasarımında sembolizme etki eden başlıca konulardandır. Giyside biçimsel özelliklerden sonra ilk olarak öne çıkan unsur olan renk, kullanılan biçimle bütünleşerek öne çıkar. Örneğin 2014 yılında H&M markasının sonbahar/kış koleksiyonundaki zeytin yeşili tulumların, belde kahverengi kemer ve askeri botlar ile kombin edilerek koleksiyonda sunulması, dönemin önemli konularından olan terörle bağdaştırılarak, halkın olumsuz yönde büyük tepkisine yol açmıştır. Modanın sembolik anlamlar ile bağdaşması istenmeyen durumlarda biçim ve

rengin birlikte kullanılırken doğru amaca hizmet ettiğinden emin olunması gerektiği de görülmektedir.

İnanç sistemlerinde de çeşitli renklerin ön plana çıkması moda sektörüne yön veren önemli durumlardandır. Kişilerin inandığı dinlerde manevi anlam yüklü renkler, inancın yoğun olarak yaşandığı toplumlarda öne çıkar.

Tarihin en eski zamanlarında toplumsal hiyerarşinin belirleyicilerinden olan renk, benzer işlevini günümüzde de sürdürerek bütün dünyada ortak konuşulan bir dil olan modada kişisel tercihlerde rol alarak olmazsa olmaz bir unsur haline gelmiştir. Küreselleşen dünyada rengin gün geçtikçe gelişen skalası, modanın da daha çok algıya hitap etmesini sağlamaktadır. Felsefesinde, yaratılan imaja dahil olunması beklenen moda; renklerin sembolik etkileri ile kalıcı stillerin başlangıcı haline gelmektedir.

KAYNAKLAR

Akkaya, A. (2013). Alıp Manaş Destanında Renkler. *Tarih Okulu Dergisi*. Yıl: 6, Sayı: 15. 527-544. Erişim Tarihi: 31 Aralık 2015, <http://www.johschool.com/DergiTamDetay.aspx?ID=289>

Alakuş, Y. Z. (2009). *Renk Olgusu ve Günümüz Mimarisindeki Yeri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: MSGSÜ. Fen Bilimleri Enstitüsü.

Albayrak, K. (2008). Millî Dinlerde Renk Fenomeni, *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. Sayı: 1, Cilt: 8. 1-41. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2015, http://ilahiyat.cu.edu.tr/tr/dergi/2008_8-1/K.Albayrak.pdf

Albayrak, K. (2010). *Dinlerin Rengi Renklerin Dili*. (e-Kitap). Ankara: Sarkaç Yayınları.

Altınkaynak, E. (2008). *Urum Folklor ve Halk Edebiyatı*. Ankara: Kültür Ajans Yayınları.

Arabacı, M. (2014). Kur'an ve Işık. *Haber Ajanda Dergisi*. Sayı: 90. Yıl: 2014. 98-101. Erişim Tarihi: 21 Nisan 2015, <http://www.haberajanda.com.tr/contents/files/dergiler/mayis2014/files/assets/basic-html/page101.html>

Atasağun, G. (1997). Sembol ve Sembolizm. *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. Sayı:7. 369-387. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2015, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/neuifd/article/view/5000125701/5000115500>

Bayat, F. (2002). Oğuz Kağan Destanı Üzerine Yeni Düşünceler. *Türkler*. H. Güzel, K. Çiçek ve S. Koca (Ed.). Cilt: 3, 520-526. İstanbul: Yeni Türkiye Yayınları.

Bayraktar, N. (2006). Kavram ve Anlam Boyutunda Sarı ve Tonları. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi. Sayı : 20. 209-218. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2015. http://sbedergi.erciyes.edu.tr/sayi_20/16_%20209-218_%20syf.pdf

Birren, F. (1961). *Color, Form And Space*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Birren, F. (1982). *Light, Color, And Environment*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Chevalier, J. ve Gherbrant, A. (1996). *Dictionary of Symbols*. John Buchanan- Brown (Çev). İngiltere: Penguin Books.

Çalışkan, N. ve Kılıç, E. (2014). Farklı Kültürlerde ve Eğitimsel Süreçte Renklerin Dili. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*. Sayı: 3, Cilt 15. 69 – 85. Erişim Tarihi: 23 Nisan 2015, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/aeukefd/article/viewFile/5000086780/5000080709>

Çalışlar, İ. (2000). *1001 Renk Masalları*. İstanbul: Mavi Jeans Yayını.

Çoruhlu, Y. (2002) *Türk Mitolojisinin Ana Hatları*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Delamare, F., Guineau, B. (2007). *Renkler Ve Malzemeleri*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Eliade, M. (1992). *İmgeler ve Simgeler*. Mehmet Ali Kılıçbay (Çev.). Ankara: Gece Yayınları.

Eminoğlu, H. (2014). *Türkçede Renkler Sözlüğü*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Ersoy, N. (1990). *Semboller ve Yorumlarla Görünenden Görünmeyene*. İstanbul: Ersoy Yayın Dağıtım.

Finlay, V. (2002). *Renkler – Boya Kutusunda Yolculuklar*. Ankara: Dost Kitabevi.

Frazer, J. G. (1933). *The Fear of the Dead in Primitive Religion*. Amerika: Biblo and Tannen.

Genç, R. (1997). *Türk İnanışları ile Milli Geleneklerinde Renkler*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınevi

Goethe, J. Wolfgang Von (2000). *Theory Of Colours*. London: M.I.T Basım.

Hatırasu, S. (2014). Terfinin Rengi Kırmızı. *Milliyet.com.tr*. Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015, <http://www.milliyet.com.tr/terfinin-rengi-kirmizi/ekonomi/ydetay/1967398/default.htm>

İnan, A. (1987). *Makaleler ve İncelemeler*. Cilt: 1. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

İskenderzade, L.A. (2007). Dede Korkut Hikayelerinin Türk plastik sanatlara yansması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı: 17. 319 – 340. Erişim Tarihi: 31 Mart 2015, http://turkoloji.cu.edu.tr/kavram_dizini/dede_korkut_list.php

İzgören, A. Ş. (2000). *Dikkat vücudunuz konuşuyor*. Ankara: Academyplus Yayınevi.

Jones, S. J. (2009). *Moda Tasarımı*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.

Kılıç, Y. ve Başol, S. (2014). *Hitit Büyülerinde Sayı ve Renk Sembolizmi*. International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic. Erişim Tarihi: 2 Nisan 2015,
http://www.turkishstudies.net/Makaleler/160806881_5KılıçYusuf-vd-trh_S-51-64.pdf

Koca, E. ve Koç, F. (2008). Çalışan Kadınların Giysi Seçimleri ve Renk Tercihleri. Cilt: 7, Sayı: 24. 171-200. Erişim Tarihi: 6 Kasım 2015. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi veritabanı*.

Kandinski, V. (1993). *Sanatta Zihinsellik Üstüne*. (2. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Koca, S. (2002). *Eski Türklerde Bayram ve Festivaller*. Ankara: Yeni Türkiye Yayınları

Korkmaz, E. (2010). *Ansiklopedik Simgeler Sözlüğü*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Küçük, S. (2010). Eski Türk Kültüründe Renk Kavramı. *Bilig: Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*. Ahmet Yesevi Üniversitesi. Sayı: 54. 185-210. Erişim Tarihi: 6 Kasım 2015,
https://www.academia.edu/7978871/_Eski_Türk_Kültüründe_Renk_Kavramı_Salim_Küçük

Link, L. (1995). *The Devil: A Mask Without a Face*. Londra: Reaktion Books.

Mankhe, F. H. (1996). *Color, Environment, and Human Response*. New York: John Wiley & Sons Yayınevi

Mazlum, Ö. (2011). Rengin Kültürel Çağrışımları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Sayı: 31. 125-137. Erişim Tarihi: 23 Nisan 2015,
http://birimler.dpu.edu.tr/app/views/panel/ckfinder/userfiles/17/files/DERG_/31/125-138.pdf

Momen, M. (1999). *The Phenomenon of Religion*. Londra: Oxford Üniversitesi Yayınları.

Muradoğlu M. (1992). *Yapı Fiziği Açısından Renk Olgusunun Konut İç ve Dış Mekanlarda Malzeme Seçimine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: M.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Okcu, A. (2007). Kur'an'da Renkler. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. Sayı: 28. Erişim Tarihi: 2 Nisan 2015, <http://e-dergi.atauni.edu.tr/atauniilah/article/viewFile/1020002839/1020002738>
- Orçan, S. (2011). *Türk Masallarında Renk İmgesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ögel, B. (1984). *Türk Kültür Tarihine Giriş*. Cilt 6. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları
- Ögel, B. (1991). *Türk Kültür Tarihine Giriş*. Cilt: 4. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Ögel, B. (1998). *Türk Mitolojisi*. Cilt 1. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Özkan, A.R. (2002). Türk Kültüründe Yönler. Türkler. H. Güzel, K. Çiçek ve S. Koca (Ed.). *Türkler*. Cilt: 3 427-433. İstanbul: Yeni Türkiye Yayınları.
- Pastoureau, M. (2005). *Mavi - Bir Rengin Tarihi*. İ. M. Uysal (Çev). Ankara: İmge Kitabevi.
- Per, M. (2012). Renk Teorilerine Tarihsel Bir Bakış. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi. Sayı: 8. 17-26. Erişim Tarihi: 23 Nisan 2015, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/yedi/article/view/5000087316/5000081164>
- Saydam, A. (1999). *Osmanlı Medeniyeti Tarihi*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Sezgin, S.Ç. (2013). Denizcilik Gelenekleri (e – makale). *taussmarine.com*. Erişim Tarihi: 22 Aralık 2015, <http://www.taussmarine.com/seyirdefteri/index.php/denizcilik-gelenekleri/>
- Soygüder, Ş. (2013). Bir Dil Olarak “Sarı” Rengin Anlamı ve “Sarı Basın” Neden “Sarı”? *E-Journal of New World Sciences Academy*. Yayın Numarası: 4C0164. 184 – 206. Erişim Tarihi: 2 Nisan 2015. NWSA Akademik Yayınlar veritabanı.
- Şahinler, N. (2002). *Siyah Ve Yeşil (Kuran'da Renk Sembolizmi)*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Şapolyo, E.B. (1970). Atatürk ve Bayrak. *Türk Kültürü Dergisi, Atatürk Sayısı*. Sayı: 97. 29-31. Ankara: Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü.
- Sözen, M.(2003). *Sinemada Renk “Sembolik Anlamlar”*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tachikawa, M. (2004). *Three Mountains and Seven Rivers*. Delhi: Motilal Banarsidass Yayıncılık.
- Thuan, X.T.(2010). *Işığın Kalbine Yolculuk*. Aslı Genç(Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Tutar, H. (2002). Tarihte ve Mitolojide Nevruz. H. Güzel, K. Çiçek ve S. Koca (Ed.). *Türkler. Cilt: 3* 611-621. İstanbul: Yeni Türkiye Yayınları.

Uçar, T. F. (2004), Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılap Yayınevi

Ulaş G. (2002). İç Mekan Renk Düzenlemeleri. *Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: M.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü.*

Willins, P. (1984). Renk Terapisi. İstanbul: Altın Yayınları.

Yağbasan, M. ve Aşkın, N. (2006). Renklerle İletişim ve Ulusal TV Logolarının Göstergebilimsel (Dilbilimsel, Grafikselsel, Renksel) Analizi. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*. Fırat Üniversitesi. Sayı: 2, Cilt: 4. 126 – 134. Erişim Tarihi: 23 Nisan 2015, <http://web.firat.edu.tr/daum/default.asp?id=85>

Yazıcıoğlu İ. (1990). *Renk Teorileri ile İlgili Tarihsel Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldırım, A. (2006). Renk Simgesiliği ve Şeyh Galib'in Üç Rengi. *Milli Folklor Dergisi*. Sayı: 72. 129-140. Erişim Tarihi: 2 Nisan 2015, http://turkoloji.cu.edu.tr/ESKI%20TURK%20%20EDEBIYATI/ali_yildirim_renk_simgesiligi.pdf

ÖZGEÇMİŞ

1988 yılında doğdu. İlk ve orta öğrenimlerini İstanbul'da aldı. Lise öğrenimini Cağaloğlu Anadolu Moda Tasarım Meslek Lisesi'nde tamamladı. Gazi Üniversitesi Moda Tasarım Öğretmenliği bölümünde 2006 yılında başladığı lisans eğitimini 2010 yılında tamamladı. Lisans eğitimini tamamladıktan sonra Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı İstanbul Sancaktar Hayrettin İlköğretim Okulu'nda Görsel Sanatlar ve Teknoloji Tasarım derslerinin öğretmenliğinde görev aldı. 2012 yılında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı mesleki eğitim kurslarında "Kadın Giysileri Artistik Çizimleri" dersi için usta öğretici olarak eğitimlik yaptı. 2013 yılında İstanbul Moda Akademisi'nde "Moda Çizimlerinde Photoshop ve Illustrator" derslerini başarı ile tamamlayıp sertifikasını alarak, tekstil sektörü için grafik tasarımları yapmaya başladı. 2014 yılında Haliç Üniversite'sinde Tekstil ve Moda Tasarım bölümünde başladığı yüksek lisans eğitimine devam etmektedir.