

GİRESUN ÜNİVERSİTESİNDEKİ ÇALIŞAN KADIN PERSONELİN RENKLERE BAKIŞI*

Sevilay KILINÇARSLAN¹

Mehmet FİDAN²

ÖZET

Renkler, insanoğlu dünyaya gözünü açtığı andan itibaren çoğu kez farkında olmadan onun hayatının parçası olarak yerlerini alırlar. İnsanın çevresi ile etkileşimini, sağlığını, günlük hayatının akışını, iş hayatındaki motivasyonunu, psikolojik durumunu etkilerler. Kamu kurumlarında çalışan kadınların renklere yönelik algıları ile renklerin psikolojik etkileri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla Giresun Üniversitesi'nde çalışan 127 kadının konuya ilişkin görüşleri alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre çalışan kadınların en sevdiği renk sırasıyla siyah, kırmızı, yeşil, mavi, mor, pembe, beyaz, gri, sarı, turuncu, lacivert olmuştur. Çalışan kadınların en sevdiği rengin hissettirdiği duygu öncelikle kendine güven, sonra huzur ve güzel olmuştur. Bu çalışmada kadınların renklere yönelik algılamaları ile medeni durum, statü, eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Anahtar kelimeler: Renk algısı, renklerin psikolojik etkileri, kamu kurumunda çalışan kadınlar

A VIEW OF WOMEN STAFF TO COLORS IN GİRESUN UNIVERSITY

ABSTRACT

Beginning from the birth, colors become a part of human life often unwittingly. The concept of color has an effect on the interaction of people with their environment, health, the flow of daily life, the motivation at work and psychology. In order to specify the meanings that women associate with colors, clothing color preferences of women at work and the factors that determine the colors woman prefer to wear at work, 127 women who are working at Giresun University were interviewed. The results of the research show that the women mostly prefer to wear classic and sports clothing; body sizes, seasons, the activity level and personality have an effect on women's clothing color preference at work. According to the results, it is seen that black is the favorite color of the women who were interviewed and these women prefer to wear mostly black, white, grey, blue and dark blue clothes.

Keywords: Color perception, the psychological effects of colors, working women at state institutions

* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen yüksek lisans tez özeti.

¹ Öğr. Gör. Sevilay Kılınçarslan, GÜ. Alucra MYO, sevilay.kilincarslan@giresun.edu.tr

² Doc. Dr. Mehmet Fidan, Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, fidan@selcuk.edu.tr

1. Problem

Bir kurumun verimliliği üzerinde en güçlü etkiye iş görenler sahiptir. Kurum için iş görenlerin becerileri ve motivasyon dereceleri onların eğitim düzeyleri kadar önemlidir. İş görenlerin ihtiyaç, beklenti ve amaçları ile ilgilenen insan kaynakları yöneticisinin yapacağı ve çalışanları güdüleyecek politika, çeşitli programlar kuruma ivme kazandıracaktır (Yumuşak, 2008 : 242).

Bu bağlamda iş görenlerin motivasyonlarının artırılmasında renklerden faydalanılabilir. Çalışanların renk tercihleri, renklere yükledikleri anlamlara bağlı olarak psikolojilerini olumlu yönde değiştirmeye yönelik çalışmalar yapılabilir.

Türkiye Psikiyatri Derneği Bursa Şubesi Başkanı İbrahim Afif Karakılıç, kişilerin renk tercihlerine bağlı olarak kişilerin psikolojik durumları hakkında bilgi sahibi olunabileceğini söylemiştir (<http://www.aktuelpsikoloji.com>). Renklerin beden ve fikir üzerinde çeşitli etkiler meydana getirdiği psikoloji bilimince de ispat edilmiştir” (Kalmık, 1964:38).

Sözsüz iletişimin unsurlarından olan renk, doğduğumuz andan itibaren bizimle her an birlikte olan ancak çoğu zaman etkilerinin farkına varamadığımız gizli gücümüzdür (Koca ve Koç, 2008:172). Hayatta var olan, görülen ya da görülemeyen her şeyin bir rengi vardır ve bunlar renklerle anlam bulmaktadır. Gerçekleşmesi çok zor olan hayallere pembe hayaller, söylenen küçük yalanlara da beyaz yalanlar denilerek kişiler yaşadıkları ruh halini bile renklerle anlamlandırmaktadır. Renkler hayatı ışıltılarıyla, farklılıklarıyla, kişilerde yarattıkları hislerle değer katarlar.

İnsanoğlu doğduğu ilk aylardan itibaren çevresindeki renkleri ayırt etmeye başlar. Yaşam içerisinde bu renklerin onun için bir anlam ifade etmesi; onu duygusal anlamda etkilemesine, onda iz bırakmasına, ilgi ve anımsama kaynağı olmasına bağlı olarak gerçekleşir (Zillioğlu, 2007:182)

Literatürde renk psikolojisi ve kadınların renklere yüklediği anlama yönelik Emine Koca ve Fatma Koç'un (2008) yapmış olduğu araştırmalara rastlanmaktadır. Ancak bu araştırmalar salt kamu kurumlarında çalışan kadına yönelik değildir. Koca ve Koç, kamu ve özel kurumlarda çalışan kadınların giysilerde tercih ettikleri

renklere odaklı çalışma yapmışlardır. Bu nedenler, kamu kurumlarında çalışan kadınların renk algısına yönelik çalışma gerekliliğini ortaya koymaktadır.

2. Amaç

Renk, çalışma ortamının insanların psikolojik duyarlılığına yanıt vermesi, iş verimliliğini artırması açısından önem taşıyan ergonomik bir faktördür. Etkin, kaliteli, verimli ve güvenli bir çevre sisteminin oluşturulmasında rengin bilinçli kullanımı; iş ortamında sıklıkla karşılaşılan yorgunluk, stres, iş hevesi kaybı, monotonluk, sosyal beklentiler gibi sorunların çözümlenmesinde faydalı olacaktır (Sağocak, 2008: 80). Araştırmacı A.Ketchman bir sesin şiddetinin mekânın rengine bağlı olarak farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Örneğin dinleyiciler sesi, mor renkteki bir odada beyaz renk bir odaya göre daha yumuşak ve güçsüz duyduklarını söylemişlerdir (Aktaran: Özdemir,2005: 392).Mekân ve insan arasında dengeleyici rolü üstlenen renk, bazı mekânların insanlar üzerinde yarattığı olumsuz etkiyi azaltabildiği gibi bilinçli şekilde kombine edilerek insanlar üzerinde heyecanlandırıcı, keyif verici bir etki de bırakabilir (Sema, 2006: 74).

Yapılan çalışmalarda renklerin odaklanma, dikkatli olma, saldırganlık seviyesi ve stres üzerinde etkili olduğu saptanmıştır (Keskin, 2006:24).

Bu çalışma ile renklerin psikolojik etkisi ve kamu kurumlarında çalışan kadınların renklere yönelik algıları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi ve bu algılamamanın ışığında çalışma ortamlarının şekillendirilmesi, ikna süreci açısından görsel sunumlardaki renklerin dizayn edilmesi, renk psikolojisinin öneminin fark edilerek iş verimliliğinin artırılmasında renklerden faydalanılması amaçlanmaktadır.

Diğer kamu kuruluşlarını temsilen alınan Giresun Üniversitesi'nde çalışan kadınların renklere yönelik algılamaları bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Yine bu amaca bağlı olarak;

- Kamu kurumlarında çalışan kadınların en çok sevdikleri rengin ne olduğunu tespit etmek,
- Çalışan kadınlara en sevdikleri rengin ne hissettirdiğini anlamak,

- Çalışan kadınlar için kırmızı, sarı, mavi, yeşil, turuncu, mor, pembe, lacivert, siyah, beyaz ve gri renklerin ne anlam ifade ettiğini anlamak,
- En sevilen renk ile kadınların medeni durumu, statüsü, eğitim durumu arasındaki ilişkinin saptanması hedeflenmektedir.

3. Önem

Kurum ve işletmelerde mal ve hizmetlerin üretilmesinde en önemli üretim faktörü “insan” dır (Sabuncuoğlu ve Tokol, 1992: 67). Çalışanların motivasyonunu artırabilmek, işletmenin imajını güçlendirebilmek kurumların paylaştıkları temel amaçlardandır. Bu amaçların gerçekleştirilebilmesi ancak “işgücünün verimli kılınması” ile sağlanabilir (Yumuşak, 2008 : 241).

Günümüzde işgücüne önem veren, işgücünün bireysel gelişimiyle ilgilenen kurum ve kuruluşlar yüksek bir performans göstererek rakiplerinden ciddi şekilde sıyrılmaktadırlar. Bu durum gücünü çalışanların sadakatinden, zekasından alarak kendine has bir kültür yaratan kurum ve kuruluşların başarısını taklit etmenin oldukça zor olmasıyla açıklanabilir. Dünyada yaşanan küreselleşme ve yoğun rekabet ortamı, kurumların başarılarını ve yaşamlarını sürdürebilmeleri için onları hızlı bir değişime ve yenilemeye zorlamaktadır. (Özdamar, 1998: 242)

Sermaye kullanmadan, bir bedel ödmeden hayatımıza olumlu değer katacak çok az şey vardır. Bunlardan biri de renklerdir. İlk çağlarda yaşayan insanlar bile renklerin etkisini fark etmiş ve hayatlarını renklerle bütünleştirmişler hatta sağlık sorunlarını renkleri kullanarak çözümlenmeye çalışmışlardır. (Sun, 1998: 89). Aynı şekilde de günümüzde hem iş hayatında hem de sosyal hayatta verimlilik sağlama açısından renklerin kullanımı önem arz etmektedir.

4. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evreni Giresun Üniversitesi'nde çalışan 187 kadındır. Bu kadınlardan 127 tanesi araştırmaya katılmış ve örneklemi oluşturmuştur. Araştırmaya katılmayan kişiler zaman yetersizliğini öne sürerek çalışmaya katılmamıştır. Örneklem belirleme basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir.

Öncelikle soru formu hazırlanmış ve bu soru formu yüzey geçerliliğinin belirlenebilmesi için 3 uzmana incelenmiş ve onların değerlendirmeleri dikkate alınarak soru formu yeniden düzenlenmiştir. Gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra 20 adet anket formu dağıtılmıştır. Bu anketler toplanarak bunlara güvenilirlik ve geçerlilik testi yapılmıştır.

5. Kadınların İş Hayatında Renk Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Alan Araştırması Bulguları

Bu bölümde Giresun Üniversitesi'nde çalışan kadınların renk algısına yönelik uygulanan alan araştırmasının sonuçları yer almaktadır. Bu bağlamda öncelikle araştırmaya katılanların demografik özellikleri belirtilecek daha sonra, katılımcıların renk beğenilerine ilişkin veriler yorumlanacaktır.

5.1. Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

Bu başlık altında araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerine ilişkin sorulmuş olan sorulara verilmiş cevaplar yer almaktadır.

Ankete katılan kadınların 18-25 % 21.3, 26-30 % 27.6, 31-35 %29.1, 36-40 %18.9, 41 yaş ve üstü %3.1 oranındadır. Bu kurumda çalışan kadınların %56,7'si 26-35 yaş aralığındadır. Bu kurumun genç yaşta kadınlardan oluşan çalışanlarının olduğu görülmektedir. Bu durum bu üniversitenin yeni kurulan üniversitelerden olmasıyla açıklanabilir.

Ankete katılan kadınların statü dağılımına bakıldığında %36.2'sinin öğretim görevlisi, % 26.8'inin idari çalışan, % 22,8'inin diğer çalışan, %11.0'nin öğretim üyesi, %3,1'inin idari yönetici statüsünde olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda öğretim üyesi sayısının az olmasının nedeni üniversitenin yeni bir üniversite olmasıyla açıklanabilir.

5.2. Araştırmaya İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Tablo 1: En sevilen renk

Renk	Sayı	Yüzde
Cevapsız	1	0.8
Siyah	32	25.2
Kırmızı	18	14.2
Yeşil	17	13.4
Mavi	16	12.6
Mor	14	11.0
Pembe	11	8.7
Beyaz	10	7.9
Gri	3	2.4
Turuncu	2	1.6
Sarı	2	1.6
Lacivert	1	0.8
Toplam	127	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi ankete katılanların %25.2’sinin en sevdiği renk siyah %14.2’sinin kırmızı, %13.4’nün yeşil olmuştur. En az sevilen renk % 0.8 ile lacivert olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2: En sevilen rengin yarattığı his

His	Sayı	Yüzde
Kendine güvenen	54	42,5
Huzur	42	33,1
Güzel	40	31,5
Canlı	36	28,3
Mutlu	36	28,3
Rahat	29	24,2
Çekici	20	15,7
Sakin	18	14,2
Başarılı	12	11,8
Zeki	10	7,9

Tablo 2'ye bakıldığında ankete katılanların sevdikleri rengin yarattığı his %42,5 oranında kendine güvenli olmuştur. Bu oranı %33,1 ile huzurlu, %31,5 ile güzel hissi izlemektedir. Bu verileri dikkate alarak bu kadınların kendilerini iyi hissetmeleri için öncelikle kendilerine güven duymaya sonra huzurlu ve güzel hissetmeye ihtiyaç duydukları söylenilebilir. Ankete katılanların zeki olma hissini sevdikleri renkle bağdaştıramadığı da görülmektedir.

5.2.1. Kırmızı Rengin İfade Ettiği Anlam

Kırmızı renk; tutkulu ve tehlikeli insanların rengidir (Sampson, 1995:82). Bu araştırmada kırmızı rengin kadınlar üzerinde yarattığı psikolojik etkilere bakıldığında bu renk % 29,1 oranında canlı, % 19,7 çekici, % 9,4 ateş, % 7,1 heyecan, % 5,5 dikkat çekici, sevgi ve aşk, %3,9 saldırgan, %3,1 kızgınlık, seksi, uyarı %1,6 basit ve tehlike hissi, %0,8 hiçbir şey hissi etkisi yaratmaktadır. Koca ve Koç'un (2008: 193) yapmış olduğu araştırmaya katılan kadınların çoğunluğu kırmızı renk için tutku,

heyecan, samimiyet, uyarı etkisi dışında hiçbir duygudan söz etmemekteyken bu araştırmada kırmızı renk için 12 farklı duygudan bahsedilmektedir.

5.2.2. Sarı Rengin İfade Ettiği Anlam

Sarı renk; parlaklık, neşe, heyecan, hırs, özgürlük, açık görüşlülük, ilham, bilgellik, entelektüel bir bakış, yöneticilik duygularını yansıtır (Andrews, 1995: 33). Ankete katılanlar için sarı renk %11,8 oranında huzur, %11 sıcaklık ve hiçbir şey, % 6,3 bahar, neşe ve soluk, % 4,7 rahatlık, % 3,9 canlılık, hastalık, sıkıcı, sakin, huzursuz, % 3,1 aptallık, yaz, ilgi, eğlence, çekici ve enerji % 2,4 kararsızlık ve hüznün, % 1,6 uyarı ve aydınlık % 0,8 anlamsız ve cesaret hissi ifade etmiştir. Ankete katılanlar sarı renk için birbirine zıt hisler beslemektedir. Kimine göre soluk iken kimine göre canlı bir renktir. Koca ve Koç'un (2008: 194) yapmış olduğu araştırmaya katılan kadınlar sarı rengin üzüntü, samimiyet, uyarı, sabır, azim duyguları yarattığını bunun dışında bir duygu hissettirmediğini belirtmiştir. Bu araştırmadaki kadınlar ise sarı renk için 24 farklı duygudan bahsederek ortak duygu noktasında birleşmemiştir.

5.2.3. Mavi Rengin İfade Ettiği Anlam

Mavi renk; özgürlüğü, huzuru, sakinliği, güveni, sadakati, yeteneği, güzelliği, barışı, sevgiyi, derin ruh dünyasını, şifayı ve görev bilincini sembolize eder. Mavi rengi sevenler düzenli, sabırlı kişilerdir ve paylaşımına açıktırlar (Koca ve Koç, 2008:175). Clinton'a Büyük Jüriye ifade verirken güven yaratmak amacıyla mavi renk bir kravat takması danışmanlarınca önerilmiştir (<http://www.rodinalper.com>). Ankete katılanlar için mavi renk %19,7 oranında huzur, %18,1 deniz, % 7,9 sakinlik, % 7,1 rahatlık, % 5,5 canlılık, %4,7 serinlik ve başarı % 3,9 sonsuzluk, % 3,1 derinlik, doğa, umut ve gökyüzü, %2,4 güzellik, mutluluk ve güven, %1,6 şıklık monoton, bilgili ve zeki %0,8 düş ve anlamsız hissini çağrıştırmaktadır. Ankete katılanların çoğunluğu mavi renk için olumlu duygular hissetmektedir. Koca ve Koç'un (2008: 193) yapmış olduğu araştırmaya katılan kadınlar için mavi renk özgürlük, duygusallık ve rahatlık ifade etmektedir. İki araştırma karşılaştırıldığında mavi renk için ortak anlam rahatlıktır. Renklerin psikolojik etkilerine göre mavi

renğin huzur, derinlik, güven yarattığı bu araştırmada elde edilen verilerle doğrulanmaktadır.

5.2.4. Yeşil Rengin İfade Ettiği Anlam

Yeşil, tabiata egemen olan, insana huzur veren, rahatlatan, iç açan bir renktir. Uyum ve güven verici etkiye sahiptir (Kaşıkçı, 2006:34). Hastanelerde de hastaları rahatlatmak ayrıca ameliyat giysilerinin parlamasını önlemek, negatif enerjiyi almak için kullanılmaktadır (Sağocak, 2008:79). Güven verici özelliği yüzünden bankaların logolarında en çok tercih ettikleri iki renkten biridir (İzgören, 2010: 185). Ankete katılanlar için yeşil renk %31,5 oranında doğa, %22,8 huzur, % 7,1 bahar, % 6,3 sakin, % 5,5 rahatlık ve canlılık, % 3,1 mutluluk, %2,4 güzel, başarı, enerjik, asker, göz, %1,6 şaşırtıcı, ölüm ve kendine güven %0,8 din ve yaşam hissini çağrıştırmaktadır. Ankete katılanların %54,3'ü -yarısından fazlası- yeşil renk için doğa ve huzur hissinde birleşmektedir. Koca ve Koç'un (2008: 194) yaptığı araştırmada kadınlar yeşil rengin samimiyet, huzur, iyimserlik ifade ettiğini belirtmektedir. İki araştırmada da yeşil renk için ortak anlam huzur olmuştur. Renklerin psikolojik etkilerine göre yeşil rengin doğa, huzur, samimiyet duygusu yaratması bu araştırmada elde edilen verilerle paralellik göstermektedir.

5.2.5. Turuncu Rengin İfade Ettiği Anlam

Turuncu renk heyecan, mutluluk verici, dinamik, dikkat çekici, çarpıcı, iç açıcı, canlılık, cesaret, güven verici ve yapıcı bir renktir (Sharma, 2007: 24). Ankete katılanlar için turuncu renk %28,3 oranında canlılık, %16,5 hiçbir şey, % 9,4 enerji, % 6,3 meyve, % 4,7 itici, % 3,9 karışık, sıcaklık ve çocukluk, % 3,1 mutlu, çekici ve uyarı, % 2,4 güneş, %1,6 güç, parlak, rahatlık, huzur, parlak %0,8 kendine güvenen, ağırlık ,hırs, kötü ,asilik hissi vermektedir. Koca ve Koç'un (2008: 194) yapmış olduğu araştırmaya katılanların çoğunluğu turuncu renk için sevinç ve tembellik yanıtını vermiştir. Renklerin psikolojik etkilerine göre turuncu rengin canlılık, heyecan, çarpıcı bir renk duygusu yarattığı dikkate alındığında bu araştırmadaki veriler bu etkileri kısmen destekler niteliktedir.

5.2.6. Mor Rengin İfade Ettiği Anlam

Mavi ve kırmızı rengin karışımı olan mor renk asilliği, zenginliği, lüksü, ihtişamı, hayal gücünü, konsantrasyonu arttırmayı ve kendine güveni simgeler. Mor renk; duyarlı, hayalci, iyi dinleyicilerin rengidir (Sampson, 1995:85). Uyuşturucu kullanan rock sanatçılarının, çılgın olarak nitelendirilen solistlerin makyajlarında bu rengi sıkça kullandığı gözlenmiştir (Sarıkaya ve Sütütemiz, 2010 : 224). Ankete katılanların mor renk için verdikleri yanıtlar birbirinden farklı ve çok çeşitlidir. Mor renk için katılımcılar 33 farklı duygu söylemiştir. Katılımcılar %12,6 oranında karamsar, %7,9 sıkıcı, % 5,5 güzel, % 6,3 gizem ve soğuk, % 3,9 şiddet, durgunluk, uçukluk, canlılık %3,1 hüznün ve başarı, % 2,4 çekici, mistisizm, menekşe, zenginlik, güç, huzur, mutluluk, ucuz ve farklı %1,6 asalet, özgüven, enerji, ihtişam, sevimli, hoş ve rahatlık, % 0,8 romantizm, tutku, zeka, moda ve sanat yanıtlarını vermiştir.

Koca ve Koç'un (2008:194) yapmış olduğu araştırmadaki katılımcılar bu araştırmanın tersine mor renk için özgürlük ve samimiyet yorumunda bulunmuşlardır. Giresun Üniversitesi'nde çalışan kadınlar için mor rengin çağrıştırdığı anlam karışıktır ve yanıtlara bakıldığında bu renk için 7 olumsuz ifadenin olduğu görülmektedir. Renklerin psikolojik etkilerine göre mor rengin asalet, zenginlik, hayal gücü, ihtişam gibi etkilere sahiptir. Ancak bu araştırmadaki veriler bu etkileri tamamen destekler nitelikte değildir.

5.2.7. Pembe Rengin İfade Ettiği Anlam

Pembe rengin insanlar üzerinde güven yarattığı bu yüzden de insanların pembe renk giyen kasiyerlere daha rahat ödeme yaptığı tespit edilmiştir (Sarıkaya ve Sütütemiz, 2010 : 224). Ankete katılanlar pembe renk için %25,2 oranında çocukluk, %9,4 canlılık, % 7,9 sevimli % 7,1 mutluluk ve masumiyet, %3,9 şeker ve sevgi, % 3,1 huzur, değişiklik, hayal, % 2,4 sempati, yumuşaklık, gençlik, eğlence ve çılgın, % 1,6 başarı, aptal, pozitiflik, kararlılık, güzel ve rahat, % 0,8 hafif, şımarıklık, şıklık, aşk ve ayrılık yanıtını vermiştir. Pembe renk için araştırmaya katılanların çoğunluğu olumlu ifadeler kullanmıştır. Koca ve Koç'un (2008: 194) yaptığı araştırmaya bakıldığında ise pembe renk için duygusallık, huzur, iyimserlik ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Renklerin psikolojik etkilerine göre pembe

renk; canlılık, duygusallık, neşe, hayal, heyecan, çarpıcı bir renk duygusu yaratmaktadır. Bu araştırmadaki veriler de bu görüşleri destekler niteliktedir.

5.2.8. Lacivert Rengin İfade Ettiği Anlam

Bu renk sonsuzluğun ve otoritenin rengidir (Fidan, 2009:206). Ankete katılanlar lacivert renk için %40,2 oranında ciddiyet, % 6,3 asalet, %4,7 karamsar, sinir bozucu, otorite % 3,9 ağır, başarılı, sadelik %3,1 olgunluk, gece, %2,4 sakin, kendine güven, kir, nefret, güven, %1,6 rahat, mutlu, kalite, zeka %0,8 otorite anlamında birleşmiştir.Koca ve Koç'un (2008:195) yapmış olduğu araştırmada katılımcılar lacivert rengin azim duygusu ifade ettiğini söylemiştir. Renklerin psikolojik etkilerine göre lacivert rengin otorite, karizma, güçlü bir renk duygusu yarattığı dikkate alındığında bu araştırma verileri bu görüşleri destekler niteliktedir.

5.2.9. Siyah Rengin İfade Ettiği Anlam

Siyah renk; hüznün, ölümün, ağırlığın, ciddiyetin, karamsarlığın rengi olarak bilinmesinin yanı sıra gücü, soyluluğu, ağırbaşlılığı, otoriteyi,gücü, gizemi de temsil etmektedir. Bu renk, kararların daha kolay alındığı bir renktir çünkü aydınlık insanların dikkatinin dağılmasına ve düşüncelerini toparlayamamasına neden olmaktadır (Kaşıkçı, 2006: 32) Ankete katılanlar siyah renk için %18,9 oranında saygın, %17,3 resmi, % 6,3 asilik, uyum ve zarafet, % 5,5 içine kapalı, % 4,7 rahatlık, % 3,9 sakin, güç, % 3,1 tarz, matem, öfke, sıkıntı, %2,4 kendine güven, olgunluk, ölüm, güven, % 1,6 mutlu ve otorite, % 0,8 huzur ifadesini kullanmıştır. Koca ve Koç'un (2008:195) yapmış olduğu araştırmada katılımcılar siyah rengin çoğunlukla ciddiyet ve otorite duygusu ifade ettiğini söylemiştir. Bu araştırmadaki veriler renklerin psikolojik etkilerine göre siyah rengin otorite, asalet, ciddiyet duygusu yarattığı düşüncesi ile paralellik göstermektedir.

5.2.10. Beyaz Rengin İfade Ettiği Anlam

Beyaz renk açıklığın, doğruluğun rengi olması nedeniyle sıklıkla tercih edilir (Dinçer, 1998: 25). Ancak beyaz renk giyen kişiler giysilerini temiz tutmaya çalışırken işlerine odaklanmada zorluk çekerler (Kaşıkçı, 2006:32). Özellikle siyaset alanında çalışan ve üzerinde şaibe bulunan kişilerin bu rengi kullanması onların temiz, masum olduğu hissini vermektedir (İzğören, 2010: 195). Ankete katılanlar

beyaz renk için %22,8 oranında saflık, %21,3 temizlik, % 6,3 sade, % 5,5 aydınlık, % 3,9 kendini ispat ve huzur, % 3,1 ferah, dürüstlük, ölüm, doğal, cesaret ve mutluluk, % 2,4 sakin, gelinlik, sağlık ve asilik, % 1,6 akıcılık, rahatlık, % 0,8 yaz, şık, canlı ve güven anlamında birleşmiştir. Koca ve Koç'un (2008:195) yapmış olduğu araştırmada katılımcılar beyaz renk için temizlik, uyarı ifade ettiğini söylemiştir. Renklerin psikolojik etkilerine göre beyaz rengin temizlik, saflık, masumiyet duygusu yarattığı dikkate alındığında bu araştırma verileri bu görüşleri destekler niteliktedir.

5.2.11. Gri Rengin İfade Ettiği Anlam

Gri renk, alçak gönüllülüğü, uzlaştırıcılığı, dengeyi, ciddiyeti sembolize etmektedir. Bu rengi seven insanlar sakinliği, hareketsizliği seven, olaylardan uzak duran, kuralcı, tutucu kişilerdir (<http://www.renkcenter.com>). Ankete katılanlar gri renk için %18,1 oranında belirsizlik, %15 anlamsız % 3,9 yağmur, rahat, sade, ciddiyet, %3,1 sis, karamsarlık, her şey, kabul, kasvet, sakin, %2,4 durgun, soluk, bulut, sıkıntı, ağır, çekicilik, monoton, %1,6 zarif, bunalım, sıradan, genel, bütünlük, canlı, soğuk, yalan, % 0,8 düşünmek, uygun, kendine güven, asil, ölüm, spor, farklı, kapalı yanıtını vermiştir. Görüldüğü gibi gri renk için çoğunlukla olumsuz ifadeler kullanılmıştır. Koca ve Koç'un (2008:195) yapmış olduğu araştırmada katılımcılar gri rengin tembellik, rahatlık ifade ettiğini söylemiştir. Renklerin psikolojik etkilerine göre gri rengin alçakgönüllülük, denge, uzlaştırıcılık ve ciddiyet duygusu yarattığı dikkate alındığında bu araştırma verileri bu görüşleri destekler nitelikte değildir.

Tablo 3: Ankete katılanların sevdiği renk ve medeni durumu arasındaki ilişki

		Kırmızı	Sarı	Mavi	Yeşil	Turuncu	Mor	Pembe	Lacivert	Siyah	Beyaz	Gri	TOPLAM
Evli	N	8	0	4	8	2	6	4	0	15	3	1	51
	%	15,7	,0	7,8	15,7	3,9	11,8	7,8	,0	29,4	5,9	2,0	100
Bekar	N	10	2	12	9	0	8	7	1	17	7	2	76
	%	13,2	2,6	15,8	11,8	0,0	10,5	9,2	1,3	22,4	9,2	2,6	100
Toplam	N	18	2	16	17	2	14	11	1	32	10	3	127
		14,2	1,6	2,6	13,4	1,6	11,0	8,7	0,8	25,2	7,9	2,4	100

Renklerin medeni durum ile ilişkisi incelendiğinde Tablo 3'te görüldüğü gibi ankete katılanlardan evli olanların %29,4'ü siyah rengi, % 15,7'si kırmızı ve yeşil rengi; bekar olanların %22,4'ü siyah rengi, %15,8'i mavi rengi sevmektedir. Verilere bakılarak renk beğenisinin yaşa bağlı olarak değiştiğinden pek söz edilemez. Hem evliler hem bekarlar birinci sırada siyah rengi beğenmektedir.

Tablo 4: Ankete katılanların sevdiği renk ve öğrenim durumu arasındaki ilişki

Öğrenim		Kırmızı	Sarı	Mavi	Yeşil	Turuncu	Mor	Pembe	Lacivert	Siyah	Beyaz	Gri	TOPLAM
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lise	N	1	0	5	0	0	2	0	0	4	2	1	15
	%	6,7	,0	33,3	,0	,0	13,3	,0	,0	26,7	13,3	6,7	100
Üniversite	N	10	2	4	11	0	9	8	0	17	5	1	67
	%	14,7	2,9	5,9	16,2	,0	13,2	11,8	,0	25,0	7,4	1,5	100
Y. Lisans	N	6	0	2	3	2	2	3	1	9	2	0	30
	%	20,0	,0	6,7	10,0	6,7	6,7	10,0	3,3	30,0	6,7	,0	100
Doktora	N	1	0	5	3	0	1	0	0	2	1	1	14
	%	7,1	,0	35,7	21,4	,0	7,1	,0	,0	14,3	7,1	7,1	100
Toplam	N	18	2	16	17	2	14	11	1	32	10	3	127
	%	14,2	1,6	12,6	13,4	1,6	11,0	8,7	,8	25,2	7,9	2,4	100

Renklerin eğitim durumu ile ilişkisi incelendiğinde Tablo 4'te görüldüğü gibi ankete katılanlardan lise mezunu olanların %31,3'ü mavi rengi, üniversite mezunu olanların %25'i siyah rengi, yüksek lisans eğitimi almış olanların %30'u siyah rengi, doktora yapmış olanların %35,7'si mavi rengi sevmektedir. Bu verilere bakılarak öğrenim durumu ile sevilen renk arasında bir ilişkinin olmadığı söylenebilir.

Renklerin statü ile ilişkisi incelendiğinde Tablo 5'de görüldüğü gibi ankete katılanlardan öğretim görevlilerinin %39,1'i siyah rengi, öğretim üyelerinin %42,9'u mavi rengi, idari çalışanların %26,5'i kırmızı rengi, idari yöneticilerinin %65'i mor rengi, bu statülerin dışında kalanların %31'i siyah rengi sevmektedir. Bu verilere bakılarak statü ile sevilen renk arasında bir ilişkinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 5: Ankete katılanların sevdiği renk ve statüsü arasındaki ilişki

Statü		Kırmızı	Sarı	Mavi	Yeşil	Turuncu	Mor	Pembe	Lacivert	siyah	Beyaz	Gri	TOPLAM
Öğretim Görevlisi	N	7	0	2	5	1	4	5	0	18	4	0	46
	%	15,2	,0	4,3	10,9	2,2	8,7	10,9	,0	39,1	8,7	,0	100,0
Öğretim Üyesi	N	0	0	6	5	0	1	0	0	1	0	1	14
	%	,0	,0	42,9	35,7	,0	7,1	,0	,0	7,1	,0	7,1	100,0
İdari çalışan	N	9	1	6	2	0	3	5	0	4	2	1	34
	%	26,5	2,9	17,6	5,9	,0	8,8	14,7	,0	11,8	5,9	2,9	100,0
İdari Yönetici	N	0	0	1	0	0	2	0	1	0	0	0	4
	%	,0	,0	25,0	,0	,0	50,0	,0	25,0	,0	,0	,0	100,0
Diğer	N	2	1	1	5	1	4	1	0	9	4	1	29
	%	6,9	3,4	3,4	17,2	3,4	13,8	3,4	,0	31,0	13,8	3,4	100,0
Toplam	N	18	2	16	17	2	14	11	1	32	10	3	127
	%	14,2	1,6	12,6	13,4	1,6	11,0	8,7	,8	25,2	7,9	2,4	100,0

Sonuç Ve Öneriler

Sözün yetersiz kaldığı, sesin anlamını yitirdiği anlarda güvenilir araç olarak sözsüz iletişim unsurları devreye girmektedir. Sözsüz iletişim unsurlarından renk unsuruna yönelik yapılan bu çalışmada Giresun Üniversitesi'nde çalışan kadınlar incelenerek kamu kurumlarında çalışan kadınların renge ilişkin algılamaları saptanmaya çalışılmıştır.

Giresun Üniversitesi, kadın çalışanlarının çoğunluğunun 26-35 yaş aralığında olduğu, çok az sayıda öğretim üyesine sahip gelişmekte olan yeni üniversitelerden biridir. Bu üniversitede gerek idari, gerek akademik alanda görev yapan kadınların en sevdiği renk siyah olmuştur. Ayrıca bu renk kadınlar için saygınlığı,asaleti ve resmiyeti simgelemektedir.

Araştırmaya katılan kadınların en çok sevdikleri renkler sırasıyla siyah, kırmızı, yeşil, mavi, mor, pembe, beyaz, gri, sarı, turuncu, lacivert olmuştur. Çalışan kadınların en sevdiği rengin hissettirdiği duygu öncelikle kendine güven, sonra huzur ve güzel olmuştur.

Çalışan kadınlarda sarı, mor ve gri rengin yarattığı psikolojik etki literatürdeki kaynaklarla tam olarak uyumlu değildir.

Bu çalışmada kadınların renklere yönelik algılamaları ile medeni durum, statü, eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Renklerin psikolojik etkisi konusunda eğitim verilerek kurumdaki çalışanlar bilinçlendirilebilir. Böyle bir çalışmanın maliyeti kurum açısından düşük olacaktır ve bu düşük maliyetle yapılabilecek çalışma, çalışanların yorgunluk, stres, saldırganlık ve monotonluk gibi olumsuz duyguların en aza indirgeyerek onların psikolojik durumları üzerinde olumlu etki sağlayabilir.

Renklerin mekan ve kişi arasındaki dengeleyici rolü baz alınarak kurumdaki duvarların, mobilyaların, kullanılan malzeme ve araçların renk seçimine dikkat edilerek çalışma ortamının fiziksel koşulları değiştirilerek çalışanların motivasyonu yükseltilip verimlilikleri artırılabilir. Hatta böyle bir eğitim, çalışanların yalnızca iş yerindeki verimliliğini artırmakla sınırlı kalmayıp -hayatın her alanında renkler var olduğu için- onlar renklerin psikolojik etkilerini kendi evlerinin dekorasyonunda, aksesuarlarında, giysilerinde kullanarak daha keyifli bir hayat sürebilirler.

Renklere yönelik yapılabilecek bu tür çalışmalar çalışanın gün geçtikçe daha önemli olduğu iş dünyasında kurumun kendine has bir kurum kültürü yaratarak diğer kurumlardan daha başarılı bir performans sergilemesine katkıda bulunabilir.

KAYNAKÇA

ANDREWS, Ted (1995). Renklerle Tedavi, (Çev: Tuğrul Ökten), İstanbul: Arıtan Yayınevi.

DİNÇER, Müjde Ker (2002). Kazanan İmajınız. İstanbul: Alfa Yayınları.

FİDAN, Mehmet (2009). İletişim Kurmak İstiyorum. Konya: Tablet Yayınevi.

İZGÖREN, Ahmet Şerif (2010). Dikkat Vücudunuz Konuşuyor! Ankara: Elma Yayınevi.

KALMIK,ERCÜMEND (1964). Renklerin Armoni Sistemleri, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Matbaası.

KESKİN, Burhanettin (2006). “Renk Terapisi Üzerine Bir İnceleme”, A.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, C: 10, 23-27.

- ÖZDAMAR, Serpil (1998). “İnsan Gücü Potansiyelimizin En verimli Biçimde Değerlendirilmesi Öncelikli Hedeflerimiz Arasındadır”, İşveren Dergisi 8.sayı.
- ÖZDEMİR, Tülay (2005). “Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler”, Ç.D. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C: 14 No: 2, 391-402.
- KAŞIKÇI, Erdal (2006). İmaj İletişim& Beden Dili, İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- KOCA, Emine ve KOÇ, Fatma; (2008). Çalışan Kadınların Giysi Seçimleri ve Renk Tercihleri, <http://www.esosder.org>, Erişim Tarihi: 05.08.2010.
- RODİN, Alper Bingöl (2005). Renklerin Hayatımıza Etkileri. <http://www.rodinalper.com/blog/tag/renk/> , Erişim Tarihi: Kasım 2008.
- SABUNCUOĞLU, Zeyyat ve TOKOL, Tuncer (1992). İşletme I, Bursa: Rota Ofset.
- SAĞOÇAK, Mehtap Duran (2005). Ergonik Tasarımda Renk. <http://www.trakya.edu.tr/Enstituler/FenBilimleri/fenbilder/index.php>, Erişim Tarihi: 21.02.2011.
- SAMPSON, Elleri (2005). İmaj Faktörü, (Çev: Hakan İlgün), İstanbul: Rota Yayınları.
- SARIKAYA, Nilgün, SÜTÜTEMİZ Nihal (2006). Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Ve Yaşam Tarzı Üzerinde Renklerin Etkisine Yönelik Bir Araştırma <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/05-03.pdf>, Erişim Tarihi: 10.04.2010.
- (2012). Ruhsal Durumun Renk Tercihine Etkisi. http://www.aktuelpsikoloji.com/haber.php?haber_id=5160, Erişim Tarihi: 24.07.2012.
- SEMA, Tuncay (2006). Mimarlık ve Renk Kavramı, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- SHARMA, Rashmi (2007). Renklerle Tedavi, (Çev: Elçin Kafalı), İstanbul: Nokta Kitap.
- SUN, Howard ve SUN, Dorothy (1992). Hayatımızı Renklendirin: Renk Yansıma Okumaları İle Gerçek Kişiliğinizi Keşfedin, (Çev: Arzu E. Songör, Murat Demirci), İstanbul: Beyaz Yayınları.

ÜSTER, Metin Yahya (2009), Renk Psikolojisi, <http://www.renkcenter.com/renkpsikolojisi/default.asp>, Erişim Tarihi: 07.08.2009.

YUMUŞAK, Sedat (2008). “İş Gören Verimliliğini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, S.D. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y.2008 C : 13 No: 3, 241-251.

ZILLIOĞLU, Merih (2007). İletişim Nedir? (3. Baskı), İstanbul: Cem Yayınevi.