

PAPER DETAILS

TITLE: ÇALISAN KADINLARIN GIYSI SEÇİMLERİ VE RENK TERCİHLERİ

AUTHORS: Emine KOCA,Fatma KO

PAGES: 171-200

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/70024>



ÇALIŞAN KADINLARIN GİYSİ SEÇİMLERİ VE RENK TERCİHLERİ

CLOTHES CHOICES AND COLOUR PREFERENCE OF WORKING WOMEN

Yrd. Doç. Dr. Emine KOCA*

ekoca@gazi.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Fatma KOÇ*

fturan@gazi.edu.tr

Öz

Renklerin insanın hayatına yön verdiği, çoğu kez farkında olmadan renklerin kişileri yönlendirdiği bilinmektedir. Kişilerin çevresi ile ilişkilerini, iş faaliyetlerini, günlük stres ve moral durumunu, tüketim ve üretim durumunu, etkinlik ve yaptırım gücünü etkileyebilen renk olgusunun, çalışan kadınların yaşamında da önemli yeri olduğu düşünülerek yapılan bu çalışmada; çalışan kadınların giysi seçimleri ve giysi rengi tercihlerinin belirlenmesi amacıyla 300 çalışan kadının konu ile ilgili görüşleri alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; çalışan kadınların çoğunlukla klasik ve spor giyim tarzını tercih ettikleri, giysilerinde monokromatik ve kontrast renk armonilerini kullandıkları, pembe, mavi, lacivert, beyaz ve kahverengi, kırmızı renklerin giysilerinde tercih ettikleri ilk beş renk olduğu tespit edilmiştir. Giysi rengi tercihlerini vücut yapısı, vücut şekli, kişilik özellikleri ve giysinin kullanım alanının öncelikli etkilediği, kadınların meslek ve yaşları ile giysi renk tercihleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Giysi seçimi, Renk tercihi, Giyside renk armonileri, Renklerin psikolojik etkileri, Çalışan kadınların giysileri.

Abstract

It is a well-known fact that colours direct the people's way of life and direct them without letting realize it. In this study, in which the phenomenon of colour, which may affect the relations of people with their environment, their work, daily stress and morale status, production and consumption status, activity and sanction power, is thought to have an important place in the lives of working women, 300 women were interviewed in order to set forth the opinions of women on clothes choice and colour preference. The results of the study suggest that women at work usually prefer classic and casual clothes and use monochromatic and contrast colour harmonies and among the top five colour are pink, blue, dark blue, white and brown, red for their clothes. It was found out that the primary factors affecting the colour preferences are body shape and structure, personal traits and where the clothes will be used. Also, it was found out that there is a statistically significant relationship between occupation with age and colour preferences.

Key words: Clothes choice, colour preference, colour harmonies for clothes, psychological effects of colours, clothes of working women

* Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Giyim Endüstrisi ve Moda Tasarımı Eğitimi Bölümü

1. GİRİŞ

İnsanların kişisel özelliklerini yansıtmalarının yanı sıra, statü belirleyici özelliği de olan giysiler, kadınların seçimine özen gösterdikleri ve çoğu zaman destek alma gereği duydukları bir yaşamsal gereksinimdir. Kadınların doğası gereği süslenme ve estetiğe verdikleri önem, giysilerinin renk, biçim ve model özelliklerinin çeşitliliği, giysi tercihlerinin erkeklerden daha geniş kapsamlı olmasına neden olmaktadır. Buna rağmen kadınların giysi ve renk tercihlerini kısıtlayan bir takım etkenler olabilmektedir.

Renkler, çok eski çağlardan beri simgesel iletişim olmuştur. Eski insanlar renkleri, büyüsel amaçlarla, tapınma sırasında görsel etkileycilik için, kendilerini düşmanlardan gizleyebilmek ya da korkunç görünebilmek, beğenilme ve güzelleşme içgüdüsüne cevap verebilmek için kullanılmışlardır (Sun,1994:145). İlerleyen zamanla birlikte insanlar, toplumsal yaşamda grup üyelerinin birbirlerini kolayca tanımalarını sağlamak, birbirlerine bağlılıklarını pekiştirmek, diğer kişilerden ya da gruplardan kendilerini farklı kılmak için de insanlar boyanmışlardır (Coşkuner, 1995:22).

Renkler insanların algı alanı sınırları içinde bulunan, her an birlikte yaşanan, ama çoğu zaman etkilerinin farkına varılmayan güçlerdir. Yaşamın her alanında insanları etkilemede, estetik ve rahatlık görüntüsü sağlamada denge unsuru olarak kullanılan renk, giysilerin tasarımında da önemli öğelerden biridir. Fonksiyonel ve sembolik değerleri ile bir bütün oluşturması gereken giysi tasarımlarının, taşınması gereken sembolik değerlerin oluşturucularından biri renktir. Renkler, kişinin zevkini, renk uyumundaki bilgi ve becerisini ve kendine olan güvenini ifade ettiği gibi, giyim tarzı, ruh hali ve kişiliğini de yansıtarak giysilerin sembolik değerlerini oluştururlar.

Renk beğenisi kültür düzeyine, yaş ve cinsiyete göre değişmektedir. İnsanlar psikolojik olarak doygun ve sıcak renklere olumlu, soğuk renklere olumsuz tepki gösterirler (Koçak ve Paksoy, 2004; 105). Günün moda eğilimleri kadınların giysi formu ve renk tercihlerinde etkili olurken, diğer yandan kişisel istek ve beğeniler, yaş, vücut biçimleri, sosyal yaşam, statü gibi faktörler de bu tercihlerde etkili olmaktadır. Renk, giysilerin ilk göze çarpan ve akılda kalan özelliği olması nedeniyle, giysi seçiminde kişileri etkileyen en önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir.

Kadınların çalışma yaşamının içinde daha çok yer almaya başlamasıyla, çalışma ortamı ve kendi konumları açısından, giyim tarzları kadar, giysilerinde tercih ettikleri renkler de daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle orta yaş grubu kadınların kilo problemleri, vücut formlarında istemedikleri değişiklikler, daha genç görünme ve kendine güven duygusunun artırılması açısından renklerin rolü büyüktür. Kadınların, giysi seçiminde vücut yapılarına uygun

ve doğru renk tercihleri yapabilmeleri için, renklerin psikolojik etkileri, renk armonisi, renklerin özellikleri nedeniyle giysilerin görünümünde yarattığı görsel etkileri ve giysinin kullanım alanına göre renk seçimi ile bilgilere sahip olması gerekmektedir.

1.1. Renk Armonileri

Genel anlamı, bir bütünün parçaları arasındaki uyum olarak bilinen armoni; sempatik, düzen, denge, göze hoş gelen anlamına gelmektedir (Misman, 1976:20). Renk armonisi ise, renklerin efektif olarak nasıl birlikte kullanılabileceğini, göze hoş görünen temel renk armonilerinin ne şekilde oluşturulabileceğini gösteren renk düzenlemeleridir (Mete, 2004).

Giysi tasarımı oluşturma sürecinde alan, çizgi, biçim, şekil, renk gibi tasarım elemanları ve bütünlük, denge, zıtlık, tekrar, uyum gibi tasarım ilkelerinin kullanıldığı dikkate alındığında, giysi tasarımlarında armoninin önemi ortaya çıkmaktadır. “Renk”, bir giysi tasarımının ifadeci gücünü belirleyen önemli bir tasarım elemanıdır. Giysi tasarımlarında renk armonileri farklı şekillerde gruplandırılabilir gibi, tasarım ilkelerine göre genellikle renk armonileri genellikle 6 grupta incelenir (Bulgun,2000:82).

Monokromatik renk armonileri: Aynı rengin tonlarının kullanımıyla oluşan bu renk karışımları, giysiye birlik getiren hoş uyumlu ve doğal görüntü oluştururlar. Bir rengin en açıkından en koyusuna geçişteki armoni ton armoni olarak adlandırılır(Deliduman, 2006 :59).

Giyside tek renk kullanımı ya da monokromatik renklerin, yani aynı rengin açık koyulu tonlarının kullanımında renklerde bir bölünme yaşanmayacağından, giysiyi daha ince ve uzun gösterecektir. Giyside birden fazla renk kullanıldığında, göz bir renkten diğerine geçişte giysiyi ayrı parçalara böleceği için, giyen kişiyi daha kısa gösterecektir. Bedende kullanılan farklı renkte çizgiler göğüs çevresini daha geniş gösterebilir. Bunun aksine, çok uzun boylu kişileri daha kısa göstermek için vücudun üst veya alt kısmında parlak ya da zıt renkler kullanılarak giysi bölünebilir (Mete, 2004).

Kontrast renk armonileri: Renk çemberindeki karşılıklı zıt renklerin kullanılmasıyla oluşan, giysilere parlak canlı ve dikkat çekici görüntü sağlayan renk karışımlarıdır. Ancak renklerin tonları değiştirilerek farklı etki yaratılabilir. Örneğin; mavi beyazla açılıp gök mavisi, oranj ise siyahla koyulaştırılıp kahverengi olduğunda, renklerin tam zıt olmasına rağmen etki sakin ve yumuşaktır (Bulgun,2000). Siyah ve beyaz giysi tasarımlarında yaygın olarak kullanılan en keskin zıtlıklardandır. Renkler bilinçli kullanıldığı takdirde giysilere farklılık yaratacak ve üstünlük sağlayacak özellikler kazandırılabilir. Zıt renklerin bir arada kullanılmasıyla giysiye daha çarpıcı özellik kazandırılarak, kişi üzerinde heyecan verici etkiler yaratılabileceği gibi, koyu soğuk ve donuk renklerle tam tersi etki yaratılabilir.

Komşu renklerle armoniler: Renk çemberinde yan yana olan, birbirine benzemekle beraber, aynı renklerden oluşmayan renklerin bir arada kullanılmasıdır. Kırmızı-mor ve kırmızı, kırmızı ve oranj, oranj ve sarı, sarı ve yeşil, yeşil ve mavi komşu renklerle armoninin örnekleridir. Bu tür armoniler kontrast armoniler kadar çarpıcı olmamasına rağmen, monokromatik armonilerden daha dikkat çekicidirler (Bulgun, 2000). İnsan ruhu üzerinde rahat, sakin bir etki yaratırlar. Başarılı bir uyumda, bir rengin hakimiyeti sağlanarak, renklerin değişik değer ve şiddette kullanılması gerekir (Altınöz ve Süvari, 2000).

Giyimde komşu renklerin kullanılması, genellikle kolay, emin ve daha ilginç bulunduğundan, zarif bir uyum oluştururlar. En çok beğenilen renk kompozisyonu, renk halkasında yan yana olan komşu renkler uyumudur. Ancak dikkat edilecek özellik, üçten çok rengin kullanılmamasıdır (Kırzioğlu, 1992:102).

Triadik renklerle armoniler: Renk çemberinde, bir rengin karşısının yanında bulunan iki rengin kullanılmasıyla oluşan üçlü armonidir. Sarı, kırmızı-mor ve mavi-mor birbiriyle armoni içindedir. Göze çok hoş görünmeyen bu karışımlar yumuşak ve soğuk etkiye sahip olmalarına rağmen, açık tonlu karışımlar bıkırtıcı etki yaratmazlar. Canlı renkler bir arada kullanılarak egzotik görüntü oluşturulabilir. Giysinin geniş alanında triadik armoni oluşturan bir rengin açık ve koyu tonu kullanılırken, daha küçük alanlarında diğer iki renk kullanılarak farklı vurgu ve etkiler yaratılabilir (Deliduman, 2006; Bulgun, 2000; Mete, 2004).

Tonal renkli armoniler: Tüm renklerin pastel, koyu ve grileştirilmiş tonları olan bu armonilerde pek çok renk bir arada kullanılarak sakin görüntü oluşturulabildiği gibi, pastel tonların arasında parlak renk kullanılarak veya tonlar eşit olmayan miktarda kullanılarak daha canlı kombinasyonlar oluşturulabilir (Bulgun, 2000). Kullanılan parlak renk giysiyi monoton görüntüden uzaklaştırarak, dikkat çekici özellik kazandırır.

Kompleks armoniler: Doğada bulunan renklerin, seyrek olarak yan yana sıralandığı bu karışımlarla ekzantrik temalar oluşturmak mümkündür. Bu tip kombinasyonlarda renkler, tonları açıldığında veya koyulaştırıldığında soğuk görüntü verirler. Kahverengi ile zeytin yeşili, viole ile açık mavinin birlikte kullanımı kompleks armonilere örnek olarak verilebilir (Bulgun, 2000).

1.2. Renklerin Psikolojik Etkisi

Renkler içerdikleri düşük yada yüksek titreşimli enerjileri ile insanın duygusal, zihinsel ve fiziksel dünyasını etkileme gücüne sahiptirler. Renk psikososyal gereksinimlerin sağlanmasında da etkili olmaktadır. Bu nedenle renkleri yapısal olarak incelemek kadar psikoloji açısından da incelemek gerekmektedir. Bu özellikleri ile renkler, uyarıcı oldukları kadar, bunalıcı, yapıcı oldukları kadar da yıkıcı, itici ya da çekici olabilmektedirler. “Dünyayı pembe

görmek, kara görmek gibi yapılan tabirler insanın ruhi durumunun renklerle ifadesidir. Renklerin beden ve fikir üzerinde çeşitli etkiler meydana getirdiği psikoloji biliminde de ispat edilmiştir”(Kalmik, 1964:38).

İnsanlar içinde bulundukları durumu, seçtiği renklerle yansıtmaya çalışır. Duyguları ile uygunluk göstermeyen renklerle, iç içe olunduğunda rahatsızlık duyulabilir. İnsan farkında olmadan yaşadığı dünyayı, iç dünyasını, o sıradaki duygularını renklerle anlatır (Berk, 1990).

Psikolojik etkilerine göre renkler sıcak ve soğuk olarak sınıflandırılır. Sıcak renkler, daha çabuk algılanabildikleri ve görsel düzen içinde görünebilir oldukları için kişiye yakın olma hissi uyandırır. İzleyeni uyarır ve neşelendirir, fiziksel gücü, dinamizmi artırır, metabolizmayı hızlandırır; fazlası ise heyecan, yorgunluk, şiddet, saldırganlık ve konsantrasyon güçlüğü yaratabilir. Örneğin, Amerikan otomobil kuruluşu kırmızı renkli otomobil kullananların diğer renklerde aracı kullananlara göre daha fazla kaza yaptıklarını belirlemiştir. Mavi ağırlığı taşıyan soğuk renkler ise durgun ve dinlendiricidirler nesneleri olduğundan daha uzak ve küçük gösterirler ve uzaklık hissi yaratırlar (Sağocak, 2005).

Renklerin insanlar üzerindeki yarattığı psikolojik etki sebebiyle, iş dünyasında örneğin, firmaların logo renklerinin seçiminde, pazarlamada ürün ambalajlarının seçiminde, mekanların iç ve dış dekorasyonunda, kişiler arası iletişimde ve daha pek çok alanda etkili olduğu, farklı özellikler, durumlar ve hareketlerle özdeş hale geldiği bilinmektedir. Ayrıca, insanların kişilik yapısının da renk seçimini etkilediği ifade edilmektedir. Neşeli insanlar turuncuyu tercih ederken, atletik yapıdakiler kırmızıyı, entelektüeller maviyi, egoistler sarıyı seçmektedir. Yaş durumu göz önünde bulundurulursa, bebekler parlak renklere (kırmızı ve sarı), daha büyük yaştaki çocuklar ise kırmızı ve mavi renkleri tercih etmektedirler. Olgunluk dönemiyle birlikte mavi ve yeşile yönelim olmaktadır (İzgören, 2000:66).

Sigmund Freud maviyi okyanussal, sakin diye nitelemektedir. Faber Birren ise tansiyonu düşürdüğünü söylemektedir. Soğuk bir renk olan mavi, genişlik, rahatlık ve huzur verir (Oğuztörel,1995:398). Maviyi seven insanlar düzenli, sabırlı ve hayatlarının bir amaç duygusu çerçevesinde geliştiğini düşünürler. Arkadaşlarıyla, yakın hislerini-duygularını paylaşmaktan hoşlanırlar ve ilişkilerinin gelişmesine katkıda bulunurlar. “Düşünme, karar verme kabiliyetini artırır. Yaratıcı fikirlerin doğmasına sebep olur. Edilgen bir renktir. Açık mavileri kullananların sinir sistemleri kuvvetli olur. İnsana huzur ve mutluluk verir. Rahat bir ortamda çalışma olanağı verir” (Artut, 158:160).

Sarı renk canlılığı, iyimserliği, coşkuyu ve hareketliliği içerir. Çok yönlü kişiliği ile, değişik uğraşlarla, ısrarlı arayışlarla, kendini tatmin edecek başarılarla ulaşma şansına sahip

kişiliği ifade etmektedir (Sun,1994:167). Umudun, ilginin, iyimserliğin ve evrensel aşkın rengi olan sarıyı sevenler, genellikle herkesle konuşan, geniş bir kültür hazinesine sahip sosyal tiplerdir. Elbiselerinde bu rengi tercih edenler, iyimser ve neşeli kimselerdir (Altıntaş, 2001:139). Sarı, zeytuni yeşile bakan kirli bir renk aldığı zaman korkaklığı, haset ve kıskançlığı temsil eder. Sarı aynı zamanda karantina ve bulaşığı hastalıkların da sembolüdür (Çığa, 2000:56).

Renklerden titreşimi en kuvvetli ve en dinamik olanı kırmızıdır. Kırmızı renk aktif, girişkenlik, önderlik ve güçlülük özelliklerine sahiptir. Saltanatın ve iktidarın simgesi olarak kabul edildiğinden asillerin rengi olmuştur. Aynı zamanda sevgi ve nefret duygularını birlikte içerir (Kalmık,1964:34) Kırmızı renk, tansiyonu yükselten ve kan akışını hızlandıran özelliğinden dolayı, gençliğe hitap eden markalar tarafından logo ve ürünlerinde tercih edilmektedir.

Yeşil, sarı ile mavinin karışımıdır ancak her iki rengin özelliklerini çok az taşımaktadır. Doğayı çağrıştıran bir renk olan yeşilin, sessiz, huzur verici, iyimserlik, üstünlük ve özgüven gibi bazı temel özellikleri bulunmaktadır (Berk,1990:106).

Kahverengi, kırmızı ve siyahın karışımından elde edilen bir renk olup, psikologlara göre; kahverengiyi tercih eden kişilerin duygusal tatmine, kendi kültüründen, kendisine yakın insanların arkadaşlığına, yaşamın yıkıcı ve yorucu etkilerinden kendilerini korumaya, dinlenmeye, rahatlamaya, yalnızlıktan ve ayrılıktan uzak kalmak için kendisini güven içinde hissedebileceği bedensel rahatlık sunan güvenli bir ortama ihtiyaçları vardır (Coşkun,1995:89).

Turuncu, sarı ile kırmızının karışımından oluşan ve özelliklerini taşıyan bir renktir. Turuncu kişilik sıcakkanlı oluşu, girişkenliği, yürekliliği, iyimserliği, coşkuyu ifade eder. Turuncu giyen bir kişi cesur ve maceracı bir kişiliğe sahiptir. Turuncu, çabuk dikkat çeker. Turuncu, bir ürün veya markada kullanılmışsa, bu ürün herkes için imajı verilmektedir. İnsanlar o kapıdan daha rahat girebileceklerini hissetmektedirler. Portakal rengi bulunduğu grubu sayıca çok gösterir (Sarıkaya, 2006:223).

Beyaz saflığı, doğruluğu, istikrarı, devamlılığı, iyiliği ve temizliği simgelemektedir. Tüm renklerin birleştiricisidir. Gelinlik ve hemşire giysilerinin beyaz olması bu masumiyet ve temizlik duygularını yansıtmaktan kaynaklanır. Beyaz giyen kişiler çevrelerinde temiz, sabırlı, saygılı kişilik özelliği ile tanınırlar.

Kırmızı ve beyazın karışımından oluşan pembe insana güven duygusu verir. Uyum, neşe, şirinliğin ve sevginin simgesidir. Rahat hissettiren ve dinlendiren bir renktir.

Kırmızı ile mavinin karışımından oluşan mor renk netliği ve berraklığı kaybolmuş, mavi ve kırmızının özelliklerini taşır. Korku, stres, şok gibi durumlarda tercih edilen renktir. İnsanlar kendilerini güvende hissetmedikleri dönemlerde bu renge gereksinim duyulabilir. Ayrıca mor renk nevrotik duyguları ortaya çıkardığı, insanları bilinçaltında korkuttuğu tespit edilen bir renktir. İntihar eden, uyuşturucu kullanan rockçıların, uçuk solistlerin makyajlarının mor olduğu gözlenmiştir (Sarıkaya, 2006:223).

Gri, olgun, temkinli ve rahatlık hissi veren bir renktir. Yanında yer aldığı renklerin iyi belirlenmesini sağlar (Güngör, 1972) Beyaz ile siyah rengin birleşmesinden meydana geldiği için beyaz rengin kamaştırıcı parlaklığı yanında gri renk daha ağırbaşlı bir yumuşaklık ifade eder. Bununla beraber siyahın basıcı ağırlığını da taşımaz ve her renk için mükemmel bir fon oluşturur. Gri renk temkinli, rahat ve olgun bir yaşam sembolüdür (Maitland, 1951:409). Kozmik renk olarak kabul edilen lacivert sonsuzluğu, otoriteyi, verimliliği simgeler. Lacivert giyen kişiler kendilerini çok daha karizmatik ve inandırıcı hisseder. Bu renk, insanların üzerinde başarılı ve güçlü imajı bırakır. Özellikle önemli iş görüşmelerinde tavsiye edilen bir renk tonudur.

Siyah, yaygın olarak duygusallığı ve hüznü simgelediği hissi vermesine rağmen, gücü ve tutkuyu da temsil eder. Matem ve yas rengi olarak kabul edilmiş olan siyah aynı zamanda, gücü, tutkuyu, hırsı, ağırbaşlılığı, resmiliği de temsil etmektedir. Küçük yüzeyler halinde kullanıldığında canlılık, büyük yüzeyler halinde kullanıldığında endişe ve korku hissi doğurur (Kamış,1994:22). Bizde ve batıda siyah, matemi simgelerken Japonya’da mutluluğun simgesidir. Fonda da kullanıldığında karamsarlığı çağırıştırır. Siyah ayrıca konsantrasyonu sağlayan renktir.

1.3. Renklerin Giysi Tasarımları Üzerindeki Etkileri

Giysilerde kullanılan renklerin kişinin formunu ve ölçülerini etkilediği bilinmektedir. Bu nedenle giysi seçimi yapılırken, kişinin vücut yapısı ve yüz şeklinin yanında, renk kombinasyonlarına da dikkat etmek gerekir. Işık rengi, yoğunluğu, kumaşın doku ve yüzey özelliklerinin renk armonilerini etkilediği, kaba ve pürüzlü yüzeylerin renkleri olduğundan mat, parlak yüzeylerin renkleri daha canlı gösterdiği, kumaşın baskı yüzeyinde farklı renklerdeki puan ve noktaların yan yana geldiklerinde değişik renk alabildikleri dikkate alınmalıdır.

Oluşturulacak renk armonileri ve seçilen renklerle vücut hataları kapatılabileceği gibi, vücut formu olduğundan ince ve uzun görünebilir. İri vücut yapısına sahip ve şişman kişileri açık renk giysiler olduğundan daha şişman göstereceği için, koyu ve mat renkleri tercih etmeleri, kontrast renklerden kaçınmaları gerekmektedir. Kalça ve bedeni arasında oran sorunu olan kişilerin, geniş olan kısımlarında koyu renkleri, dar olan kısımlarında açık renkleri tercih etmeleri,

vücutlarının daha oranlı görünmesine neden olacaktır. Uzun boylu zayıf kişilerin kontrast renkleri kullanması görüntüleri açısından daha uygundur.

Aynı renk giysi giyen iki kişinin uzakta olanı daha açık, yakında olan ise daha koyu görünür. Bu nedenle açık renkler uzak, koyu renkler yakın hissi oluştururlar. Giysilerde eşit alanda ve yoğunlukta kullanılan renkler daha güçlü etki yarattıklarından, göze hoş görüntü elde etmek için koyu ve açık renk alanların birbirine eşit kullanılması pek tercih edilmez (Wolfe,1993). Renk çemberi incelendiğinde kırmızı mordan, sarı yeşile kadar olan renklerin hepsinde kırmızı veya sarı egemenliği görülür. Bu yüzden bunlar sıcak renkler olarak kabul edilir. Sıcak renkler uyarıcı ve heyecanlandırıcıdır. Bunlar nesneleri olduklarından daha yakın ve daha büyük görünmelerini sağlarlar (Şirel,1981:16).

Sıcak renkler insan üzerinde daha olumlu, neşeli, canlı bir etki uyandırırken soğuk ve nötr renklerin bıraktığı etki sıcak renklerin tam tersidir. Ayrıca sıcak renkler soğuk renklere göre daha yakında hissedildiklerinden, vurgulanmak istenen giysi bölümlerinde soğuk renkler kullanıldığında vurgulanan bölüm ile tasarımın bütünlüğünün ilişkisi tamamen ortadan kalkabilmektedir. Ya da mavi ve turuncu gibi tamamlayıcı renklerin kullanıldığı bir tasarım görsel titreşim oluşturduğundan daha dikkat çekici ve dinamik olmaktadır.

Giysilerin renk tercihi kullanılacağı mevsimlere ve yere göre yapılır. Moda eğilimlerine göre belirlense de ışıklı renkler ilkbahar yaz, koyu ve ağır renkler sonbahar kış renkleridir (Yıldırım, 1989).

Kısa boylu zayıf kişiler; hafif tüylü, parlak renkli kumaşları, ince, uzun çizgili, açık renkli ve küçük desenli kumaşlardan yapılan giysileri tercih etmelidirler (Altınöz, 2000:44). Kontrast renklerden ve iri desenlerden kaçınılmalıdır. Canlı renkler ise üst beden ile aynı tonlarda olmak kaydıyla kullanılabilir. Tek renk ve enine kesikleri olmayan, boydan elbiseler kısa boyluları daha uzun gösterir.

Vücudun dikkat çekmesi istenmeyen bölgelerinde koyu ve soluk renkler, diğer kısımlarda açık ve çok az miktarda parlak renkler kullanılarak dikkatler bu alanlara çekilebilir. Düzgün vücut hatlarına sahip kişilerde parlak renkler etkin olarak kullanılarak dikkat çekici özellik kazandırılabilceği gibi, yaka veya robada kullanılan parlak renklerle dikkat yüze çekilerek farklı bir renk armonisi oluşturulabilir(Mete, 2004).

Kişilerde doğal yüz güzelliğini artırmak ve daha çekici bir görünüm kazandırmak için giyside kullanılan renk önemlidir. Genelde koyu tonlar yüzü soluk gösterir, açık tondaki renkler cilde renk verir. Çok açık renkli kişi, soluk rengin karşıtı renkte koyu tonda giyim ile solukluğunu hafifletebilir. Esmer kişi de, açık renk giyim ile esmerliğin hafif görünmesine

yardımcı olabilir. Saçın renginden daha açık ve daha koyu karşıt renkler, saçın rengini kuvvetlendirirler. Saç rengiyle aynı renkte giyim, saçın görünüşünü önemsizleştirir, zayıflatır. Saçın tamamlayıcı rengi, saçın renginin kuvvetini artırır. Giyside göz rengi kullanılarak gözler ön plana çıkabilir. Giysinin büyük bölümünde kullanılan parlak renkler, göz renginin donuk ve sönük görünmesine neden olur. Aynı renk, küçük alanlarda kullanılırsa, gözün rengini kuvvetlendirir. Kahverengi gözler yeter derecede kuvvetli olduklarından, giyilen rengin karıştığı ve kuvvetliliği ile donuklaşmazlar. Ela gözler çevrenin rengini ve parlaklığını aksettirirler (Kırzioğlu, 1992).

Renkler giysilerde tek başlarına ya da planlanmış bir duyguyu, bir etkiyi ya da ritmik bir hareketi temsil etmesi için kullanılabilir. Parlaklıkta ve değerinde güçlü zıtlıkları olan renkler yan yana kullanıldığında dramatik bir etki yaratır. Yakın değerlerdeki nötralize gölgeler zarafet ve çekim hissi verir. Renklerle verilen etki onları seçme ve yerleştirme yeteneğine bağlıdır (Çığa, 2001:18).

1.4. İş Hayatında Giysi ve Renk Tercihi

Kişilerin doğru şekilde giyinebilmeleri için kişilik özellikleri ve çevreye vermek istedikleri mesajları doğrultusunda giysi ve renk tercihlerini yapmaları gerekir. Bu nedenle çalışan kadınların giysilerinin biçimi kadar rengi de çok önemlidir. İş yaşamında giyilen giysiler, normal yaşamda giyilen giysilerden biçim ve renk bakımından daha ağır ve resmi giysiler olarak bilinmesine rağmen, son yıllarda bu kavram değişmeye başlamıştır. Klasik takımlar, koyu ve ağır renkler yerini, moda trendleri doğrultusunda değişikliğe uğramış modern takımlara ve moda olan renklerin hâkimiyetine bırakmıştır. Çalışan kadınların çoğu, biçim ve renk açısından, kişiliklerini yansıtan, moda olan, şık, fark edilen, kendilerini rahat hissettikleri giysileri tercih etmektedir.

Çalışma hayatının erkek egemen bir ortama sahip olması kadınların kadınca giyinmesini engellememeli, iş kolunun geleneklerine uygun ama kendi stilini yansıtan bir tarz belirlenmelidir. Kişinin vücut yapısı ile uyumlu, zarif, temiz, giysiler seçilmelidir. Etek – pantolon - ceket takımlar, gömlekle kombine edilmiş etek ve pantolonlar, düz kesim elbiseler ideal olanlardır. Çok canlı renklerden kaçınılmalıdır ama gri tonlar içine de hapsolünmemalıdır. Gri iş hayatında çok kullanılan ve ağırlık hissi veren bir renk olmasına rağmen, aynı etkiyi bırakabilecek farklı renkler kullanılarak klasik çizgiden uzaklaşılabilir. Antrasit, mürdüm rengi, bordo, haki yeşil, bej, vizon rengi, kamel (devetüyü rengi) bu renklere örnek olarak verilebilir.

Çalışan kadınlar çok canlı, parlak ve frapan giysileri tercih etmemeli, takımlarının içine giydikleri gömlek veya giysi tamamlayıcıları ile giysilerini renklendirme yolunu seçmelidir. Koyu renkler ciddi, otoriter ve sorumluluk sahibi görüntü verdikleri için çalışma yaşamında çok

kullanılırlar. Koyu renk ceket içinde kullanılan parlak renkli fular veya ceket rengi ile armoni oluşturacak bluz rengi kişinin görüntüsünü farklılaştıracaktır.

Çalışan kadınlar için pastel renkler otorite kaybına neden olacağı için yaşından genç gösterenlere tavsiye edilmez. Yaşından genç gösterme, otorite, güvenilirlik ve kredi sağlama konularında problemi olmayan kadınlar, özellikle yaz günlerinde pastel tonları kullanabilirler; ancak yine de çok ciddi iş toplantıları için koyu renklerde takımları giymelerinde yarar vardır (Çakır, 2002). Ayrıca pastel renkler uygun saç, makyaj ve aksesuarla desteklenmediği zaman kişinin görüntüsünü olumsuz etkileyebilir.

Çevremizde, vücut yapısına, kişisel özelliklerine, bulunduğu konuma uygun olmayan giysileri, günün moda rengi olduğu için tercih eden kadınların varlığı, hazır giyim sektörünün de bu konuda gerekli özeni göstermediği, küçük bedenler için ürettiği aynı renk ve model özelliğine sahip giysiyi büyük bedenlerde de ürettiği görülmektedir.

Çalışan kadınların giysi seçimlerini ve giysilerindeki renk tercihlerini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırmanın, çalışan kadınların giysi seçimlerine ve kadın giyimi ile ilgilenen hazır giyim sektörüne renk konusunda katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Belirlenen amaca ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Çalışan kadınlar hangi tür giyim tarzını tercih ediyorlar?
- Çalışan kadınlar giysilerinde en çok hangi renkleri tercih ediyorlar?
- Çalışan kadınların yaş ve meslekleri ile giysi rengi tercihleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Çalışan kadınlar giysi rengi tercihinde renk uyumuna dikkat ediyorlar mı?
- Çalışan kadınların yaş, meslek ve eğitimleri ile giysilerinde renk uyumuna dikkat etme durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Çalışan kadınların giysi seçiminde renk tercihlerini etkileyen faktörler nelerdir?
- Renkler çalışan kadınlar üzerinde hangi duygusal etkiyi uyandırıyor?

2. YÖNTEM VE ARAŞTIRMA GRUBU

Betimsel bir çalışma olan bu araştırmanın evrenini Ankara İlinde yaşayan 20-50 yaş grubundaki çalışan kadınlar oluşturmaktadır. Ankara ilinde yaşayan 20-50 yaş grubundaki çalışan kadınlar arasından rastlantısal olarak seçilen 300 çalışan kadın araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. 42'si özel sektörde part-time çalışan öğrenci, 208'i kamu sektöründe, 50'si özel sektörde görev yapan kadınların oluşturduğu örneklem grubunun yaş, eğitim ve meslek, medeni durumları çapraz tablolarda (Tablo1-2) sunulmuştur.

Tablo 1. Çalışan kadınların yaş ve eğitim durumlarına göre dağılımı

Yaş	Eğitim											
	Orta okul		Lise		Ön lisans		Lisans		Y.lisans ve üzeri		Toplam	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
20-25	-	-	6	10,0	4	6,7	50	83,3	-	-	60	100
26-30	-	-	2	3,8	-	-	46	86,8	5	9,4	53	100
31-35	-	-	2	1,8	42	37,5	61	54,5	7	6,3	112	100
36-40	-	-	1	2,8	43	87,8	5	10,2	-	-	49	100
41-50	-	-	1	5,6	17	94,4	-	-	-	-	18	100
46-50	1	12,5	-	-	6	75,0	1	12,5	-	-	8	100
Toplam	1	,3	12	4,0	112	37,3	163	54,3	12	4,0	300	100

n=300

Tablo 2. Çalışan kadınların meslek ve medeni durumlarına göre dağılımı

Meslek	Medeni Durum											
	Evli		Bekar		Nişanlı		Dul		Boşanmış		Toplam	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
Memur	184	88,5	8	3,8	1	,5	12	5,8	3	1,4	208	100
İşçi	39	95,1	1	2,4	1	2,4	-	-	-	-	41	100
Serbest	2	22,2	7	77,8	-	-	-	-	-	-	9	100
Öğrenci	-	-	33	78,6	9	21,4	-	-	-	-	42	100
Toplam	225	75,0	49	16,3	11	3,7	12	4,0	3	1,0	300	100

n=300

Araştırmada kullanılan veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen ve iki bölümden oluşan veri toplama aracı ile toplanmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümü çalışan kadınların yaş, eğitim durumu, mesleği, medeni durumu, gelir düzeyi gibi demografik özellikleri ile ilgili sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise beşli likert tipi ölçek kullanılmıştır. Çalışan kadınların giysi tercihleri, giysilerinin renk tercihlerini etkileyen faktörler, tercih ettikleri renk uyumları ve renklerin psikolojik etkileri ile ilgili sorular sorulmuş ve görüşlerini (1)hiçbir zaman, (2)nadiren, (3)bazen, (4)çoğunlukla, (5)her zaman olacak şekilde belirtmeleri istenmiştir.

Toplanan veriler Sosyal Bilimler İstatistik Paketi (SPSS 13.00 (Statistical Package For Social Sciences))kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışan kadınların giyim tarzları, giysilerinde tercih ettikleri renkler ve renklerin kişiler üzerinde yarattığı psikolojik etkiler belirlenmeye

çalışılmış, renk tercihleri ve renk uyumuna dikkat etme durumları ile yaş, meslek, eğitim ilişkisine bakılarak kay-kare testi sonuçları tablolar halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

3. BULGULAR VE YORUM

Renksiz bir çevre düşünölemeyeceği gibi, renklerin insan yaşamındaki etkileri göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Bütün renkler kendilerini ayıran özelliklere göre karakterize edilmişlerdir. Sıcak ya da soğuk olabilirler. Sıcak renklerin parlak ve aydınlık olduklarından sıcaklık uyandırdıkları, hep ön planda yer aldıkları, soğuk renklerin ise durgun ve dinlendirici özelliklerinden dolayı nesneleri olduğundan daha uzak ve küçük gösterdikleri bilinmektedir.

Araştırma kapsamındaki çalışan kadınların tercih ettikleri giyim tarzı ile ilgili bulgular tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3. Çalışan kadınların tercih ettikleri giyim tarzlarına göre dağılımları

Giyim Tarzı	Seçenekler									
	Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		Çoğunlukla		Her zaman	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
Spor	-	-	73	24,3	44	14,7	179	59,7	4	1,3
Klasik	5	1,7	60	20,0	45	15,0	190	63,3	-	-
Abiye	95	31,7	205	68,3	-	-	-	-	-	-
Otantik	209	69,7	9	3,0	82	27,3	-	-	-	-
Diğer	-	-	-	5	1,7	-	-	-	73	24,3

n= 300

Tablo 3. incelendiğinde; çalışan kadınların %63,3’ünün klasik giyimi, %59,7’sinin “çoğunlukla” spor giyimi tercih ettikleri, %68,3’ünün ise abiye giyimi “nadiren” tercih ederken, %69,7’sinin ise “hiçbir zaman” otantik giyimi tercih etmediği görölmüştür. Ayrıca kadınların %1,7’sinin “bazen” kendilerine has oluşturdukları giyim tarzlarını tercih etmeleri, günün önemli bölümünü çalışma ortamında geçiren kadınların giyim tercihlerini klasik ve spor giyimden yana kullandıklarını, abiye giyim tarzını özel günlerde kullandıkları izlenimini yaratmaktadır.

Bu sonuçlar, klasik giyimin iş yaşamı için uygun bir giyim tarzı olduğü, spor giyim tarzının ise kişiye hareket rahatlığı sağlamasından dolayı tercih edildiği düşünülmektedir. Son yıllarda spor giysilerin fonksiyonel değerlerinin yanında sembolik değerlerinin de ön planda tutulması, spor giysilerin çalışan kadınlar tarafından eskiye oranla daha fazla tercih edilmesinde etkili olduğü söylenebilir.

Tablo 4.Çalışan kadınların mesleklerine göre giyim tarzı seçimleri kay kare test sonuçları

Giyim Tarzı	Meslek	Seçenekler										X ²	P
		Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		ounlukla		Her zaman			
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%		
Spor	Memur	-	-	69	33,2	41	19,7	98	47,1	-	-	188,656	,000
	İşçi	-	-	2	4,9	3	7,3	36	87,8	-	-		
	Serbest	-	-	2	22,2	-	-	3	33,3	4	44,4		
	Öğrenci	-	-	-	-	-	-	42	100	-	-		
Klasik	Memur	5	2,4	13	6,3	27	13,0	163	78,4	-	-	220,308	,000
	İşçi	-	-	2	4,9	14	34,1	25	61,0	-	-		
	Serbest	-	-	3	33,3	4	44,4	2	22,2	-	-		
	Öğrenci	-	-	42	100	-	-	-	-	-	-		
Abiye	Memur	45	21,6	163	78,4	-	-	-	-	-	-	107,501	,000
	İşçi	5	12,2	36	87,8	-	-	-	-	-	-		
	Serbest	3	33,3	6	66,7	-	-	-	-	-	-		
	Öğrenci	42	100	-	-	-	-	-	-	-	-		
Otantik	Memur	141	67,8	5	2,4	62	29,8	-	-	-	-	83,848	,000
	İşçi	21	51,2	-	-	20	48,8	-	-	-	-		
	Serbest	5	55,6	4	44,4	-	-	-	-	-	-		
	Öğrenci	42	100	-	-	-	-	-	-	-	-		
Diğeri	Memur	-	-	-	-	5	8,6	-	-	53	91,4	1,842	,175
	İşçi	-	-	-	-	-	-	-	-	20	100		
	Serbest	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	Öğrenci	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

n=300

p<,05

Tablo 4'e göre; işçilerin tümü ve memurların %91'4' "her zaman" diğeri giysi türlerini seçerken, öğrencilerin tümü ve işçilerin %87,3' "ounlukla" spor giyim tarzını tercih ettikleri görülmektedir. Bu sonuca göre öğrenci ve işçilerin rahat bir giyim tarzı olan spor giyimi tercih etmelerinin nedeni olarak, spor giysilerin kullanım rahatlığı ve bakım kolaylığından kaynaklandığı düşünülebilir.

Klasik giyimi memurların %78,4', işçilerin %61'i "ounlukla" tercih ederken, öğrenci ve serbest çalışanların "hiçbir zaman" tercih etmemeleri çalışma koşullarının giyim tercihlerini etkilediğı, resmi ortamlarda daha ciddi giysiler tercih edildiğini düşündürmektedir.

Tablo 4'deki kay-kare değeri incelendiğinde; çalışan kadınların meslekleri ile spor, klasik, abiye ve otantik giyim tarzlarını seçmeleri arasında gözlenen farkın [p<,000] anlamlı olduğı, diğeri tarzlarında giysi seçimi ile meslekler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

Tablo 5. Çalışan kadınların giysi seçimlerinde renk tercihlerini etkileyen faktörler

Etkileyen Faktörler	Seçenekler									
	Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		Çoğunlukla		Her zaman	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
Giysi rengini seçerken kişiliğiniz sizi etkiler mi?	-	-	73	24,3	44	14,7	49	16,3	134	44,7
Giysi rengini seçerken gelenekler sizi etkiler mi?	192	64,0	60	20,0	43	14,3	-	-	-	-
Giysi rengini seçerken moda sizi etkiler mi?	-	-	8	2,7	163	54,3	73	24,3	56	18,7
Giysi rengini seçerken yaşınız sizi etkiler mi?	46	15,3	129	43,0	48	16,0	77	25,7	-	-
Giysi rengini seçerken vücut yapınız sizi etkiler mi?	-	-	97	32,3	5	1,7	193	64,3	5	1,7
Giysi rengini seçerken vücudunuzun şekli sizi etkiler mi?	-	-	97	32,3	78	26,0	120	40,0	5	1,7
Giysi rengini seçerken t eninizin rengi sizi etkiler mi?	5	1,7	-	-	200	66,7	95	31,7	-	-
Giysi rengini seçerken saçınızın rengi sizi etkiler mi?	82	27,3	56	18,7	162	54,0	-	-	-	-
Giysi rengini seçerken gözünüzün rengi sizi etkiler mi?	138	46,0	80	26,7	9	3,0	73	24,3	-	-
Giysi rengini seçerken giyilecek yer sizi etkiler mi?	-	-	-	-	80	26,7	18	6,0	129	75,7
Giysi rengini seçerken psikolojik durumunuz sizi etkiler mi?	4	1,3	78	26,0	214	71,3	-	-	4	1,3

n=300

Tablo 5. incelendiğinde; giysilerindeki renk tercihlerinde çalışan kadınların %64,3'ünün “çoğunlukla” vücut yapılarından, %40'ının “çoğunlukla” vücut şekillerinden, %47,7'sinin “her zaman” kişiliklerinden, %71,3'ünün “bazen” psikolojik durumundan, %66,7'sinin “bazen” ten renginden, %54,3'ünün ise “bazen” modadan etkilendiği görülmektedir. Bu oranlar dikkate alındığında, çalışan kadınların giysilerindeki renk tercihlerinde vücut yapıları, vücut şekilleri ve kişilik özelliklerinin öncelikli yer aldığı, psikolojik durumları, tenlerinin rengi ve modanın ise ikinci planda kaldığı söylenebilir. Renk tercihinde vücut özelliklerinin öncelikli faktör olarak düşünülmesi, belirli yaştan sonra kilo problemi yaşayan kadınların bazı bölgelerindeki fazlalıkları renk hileleri ile kapatmayı amaçladıkları şeklinde yorumlanabilir. Eray ve Çivitci'nin (2000;70) araştırmasında da katılımcıların %53'ünün giysi rengi tercihinde kişilik faktörünün önemli olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamındaki kadınların %43'ünün giysi renklerini seçerken “nadiren” yaş faktörünün etkisinde kaldıklarını belirtmeleri, yaygın bir kanı olan “yaş ilerledikçe ağır renkler olarak bilinen koyu renkler tercih edilmeli” söyleminin artık benimsenmediği şeklinde yorumlanabilir.

Geleneklerin ve göz renginin önemli bir faktör olarak görülmediği, giysinin kullanım alanının ise %75,7 oranında “her zaman” etkili olduğu gözlenmektedir. Çalışan kadınların giysi renklerini belirlerken, giysinin giyileceği ortama bu denli önem vermeleri, çalışma ortamları ve mesleki ciddiyetleri açısından önemli ve olumlu bir sonuç olarak düşünülebilir.

Tablo 6. Çalışan kadınların giysi seçimlerinde renk tercihleri

Renkler	Seçenekler									
	Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		Çoğunlukla		Her zaman	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
Kırmızı	-	-	130	43,3	56	18,7	114	38,0	-	-
Turuncu	77	25,7	172	57,3	51	17,0	-	-	-	-
Sarı	56	18,7	171	57,0	73	24,3	-	-	-	-
Pembe	4	1,3	78	26,0	-	-	213	71,0	5	1,7
Mavi	-	-	-	-	39	13,0	183	61,0	78	26,0
Mor	39	13,0	73	24,3	183	61,0	-	-	5	1,7
Yeşil	-	-	44	14,7	146	48,7	110	36,7	-	-
Siyah	-	-	73	24,3	80	26,7	83	27,7	64	21,3
Beyaz	-	-	73	24,3	43	14,3	124	41,3	60	20,0
Gri	-	-	134	44,7	166	55,3	-	-	-	-
Lacivert	-	-	82	27,3	45	15,0	173	57,7	-	-
Kahverengi	-	-	4	1,3	168	56,0	124	41,3	4	1,3

n=300

Tablo 6. incelendiğinde; çalışan kadınların %71'inin giysilerinde pembe, %61'inin mavi, %57,7'sinin lacivert, %41,3'ünün beyaz ve kahverengini “çoğunlukla” tercih ettikleri, %1,7'sinin pembe ve mor rengi, %13'ünün ise kahverengini giysilerinde “her zaman” tercih ettikleri görülmektedir. Pembe rengin çoğunlukla tercih edilmesi, kişiye uyum, neşe ve güven duygusu veren, dinlendiren, rahatlık hissettiren karakteristiğinden kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir. Aynı şekilde, soğuk bir renk olmasına karşın, “mavi rengin genişlik, rahatlık ve huzur verici, ilişkilerin gelişmesine katkıda bulunan özelliğe sahip olması” (Oğuztörel,1995:398) kişilerin tercihlerini etkileyen nedenler olarak düşünülebilir. Eray ve Çivitci (2000;68) çalışmalarında, araştırma kapsamındaki kişilerin % 64'ünün giysilerinde mavi rengi tercih ettiklerini belirtmeleri bu yorumu destekler niteliktedir.

Çalışan kadınların %55,3'ünün gri rengi “bazen”, %57'si sarı, %57,3'ünün turuncu, %24,3'ünün ise mor, siyah ve beyaz rengi “nadiren” tercih ettiği tespit edilmiştir. Kadınların giysilerinde soğuk bir renk olan mavi rengi “çoğunlukla”, sıcak renkler olan sarı ve turuncu renkleri daha az tercih etmeleri dikkat çekici bir sonuç olarak görülmektedir. Bu sonuç çalışan kadınların giysilerinde soğuk renkleri sıcak renklerden daha fazla tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. “Sıcak renklerin parlak ve dikkat çekici özelliğinin girişkenlik, yüreklik, iyimserlik, coşku gibi özelliklerini” (Sarıkaya, 2006:223) ikinci sırada bıraktığı ve daha az tercih edilme nedeni olarak yorumlanabilir.

Araştırma kapsamındaki çalışan kadınların giysilerinde “çoğunlukla” tercih ettikleri renkler sıralandığında; ilk tercihin pembe, ikinci tercihin mavi, üçüncü tercihin lacivert, dördüncü tercihin beyaz ve kahverengi, beşinci tercihin ise kırmızı olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Çalışan kadınların mesleklerine göre renk tercihleri kay-kare test sonuçları

Renkler	Meslek	Seçenekler										X ²	P
		Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		ounlukla		Her zaman			
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%		
Kırmızı	Memur	-	-	103	49,5	9	4,3	96	46,2	-	-	218,747	,000
	İşçi	-	-	23	56,1	2	4,9	16	39,0	-	-		
	Serbest	-	-	4	44,4	3	33,3	2	22,2	-	-		
	Öğrenci	-	-	-	-	42	100	-	-	-	-		
Turuncu	Memur	73	35,1	98	47,1	37	17,8	-	-	-	-	58,642	,000
	İşçi	2	4,9	25	61,0	14	34,1	-	-	-	-		
	Serbest	2	22,2	7	77,8	-	-	-	-	-	-		
	Öğrenci	-	-	42	100	-	-	-	-	-	-		
Sarı	Memur	9	4,3	146	70,2	53	25,5	-	-	-	-	230,814	,000
	İşçi	2	4,9	19	46,3	20	48,8	-	-	-	-		
	Serbest	3	33,3	6	66,7	-	-	-	-	-	-		
	Öğrenci	42	100	-	-	-	-	-	-	-	-		
Pembe	Memur	4	1,9	58	27,9	-	-	141	67,8	5	2,4	34,311	,000
	İşçi	-	-	20	48,8	-	-	21	51,2	-	-		
	Serbest	-	-	-	-	-	-	9	100	-	-		
	Öğrenci	-	-	-	-	-	-	42	100	-	-		
Mavi	Memur	-	-	-	-	3	17,3	98	47,1	74	35,6	58,250	,000
	İşçi	-	-	-	-	3	7,3	36	87,8	2	4,9		
	Serbest	-	-	-	-	-	-	7	77,8	2	22,2		
	Öğrenci	-	-	-	-	-	-	42	100	-	-		
Mor	Memur	36	17,3	69	33,2	98	47,1	-	-	5	2,4	58,413	,000
	İşçi	3	7,3	2	4,9	36	87,8	-	-	-	-		
	Serbest	-	-	2	22,2	7	77,8	-	-	-	-		
	Öğrenci	-	-	-	-	42	100	-	-	-	-		

n=300 p<,05

Tablo 7’de; giysilerinde kırmızı rengi memurların %49,5’i, işçilerin %56,1’i, serbest meslek sahiplerinin %44,4’ü “nadiren” kullanırken, öğrencilerin tümünün “bazen” kullandıkları görülmektedir.

Öğrenci ve serbest meslek sahibi kadınların tümü, memurların %67,8’i ve işçilerin %51,2’si pembe rengi “çoğunlukla” tercih etmeleri, tüm meslek gurupları arasında pembe rengin en çok tercih edilen renk olduğunu gösterirken; işçilerin %87,8’i, serbest meslek sahiplerinin %77,8’i, memurların %47,1’i ve öğrencilerin tümü “çoğunlukla” mavi rengi tercih etmeleri, tüm meslek gurupları arasında mavi rengin ikinci tercih edilen renk olduğunu göstermektedir.

Tablo 7a. Çalışan kadınların mesleklerine göre renk tercihleri kay-kare test sonuçları

Renkler	Meslek	Seçenekler										X ²	P
		Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		ounlukla		Her zaman			
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%		
Yeşil	Memur	-	-	41	19,7	122	58,7	45	21,6	-	-	101,780	,000
	İşçi	-	-	3	7,3	22	53,7	16	39,0	-	-		
	Serbest	-	-	-	-	2	22,2	7	77,8	-	-		
	ğrenci	-	-	-	-	-	-	42	100	-	-		
Siyah	Memur	-	-	53	25,5	63	30,3	79	38,0	13	6,3	230,654	,000
	İşçi	-	-	20	48,8	17	41,5	2	4,9	2	4,9		
	Serbest	-	-	-	-	-	-	2	22,2	7	77,8		
	ğrenci	-	-	-	-	-	-	-	-	42	100		
Beyaz	Memur	-	-	53	25,5	40	19,2	106	51,0	9	4,3	237,322	,000
	İşçi	-	-	20	48,8	3	7,3	16	39,0	2	4,9		
	Serbest	-	-	-	-	-	-	2	22,2	7	77,8		
	ğrenci	-	-	-	-	-	-	-	-	42	100		
Gri	Memur	-	-	83	39,9	125	60,1	-	-	-	-	74,588	,000
	İşçi	-	-	4	9,8	37	90,2	-	-	-	-		
	Serbest	-	-	5	55,6	4	44,4	-	-	-	-		
	ğrenci	-	-	42	100	-	-	-	-	-	-		
Lacivert	Memur	-	-	78	37,5	27	13,0	13	49,5	-	-	65,531	,000
	İşçi	-	-	2	4,9	14	34,1	25	61,0	-	-		
	Serbest	-	-	2	22,2	4	44,4	3	33,3	-	-		
	ğrenci	-	-	-	-	-	-	42	100	-	-		
Kahverengi	Memur	-	-	4	1,9	114	54,8	90	43,3	-	-	195,199	,000
	İşçi	-	-	-	-	7	17,1	34	82,9	-	-		
	Serbest	-	-	-	-	5	55,6	-	-	4	44,4		
	ğrenci	-	-	-	-	42	100	-	-	-	-		

n =300 p< ,05

Tablo 7a’da öğrencilerin tümü, işçilerin %61,0’i, memurların %49,5’i, serbest çalışan kadınların %33,3’ü “çoğunlukla” lacivert rengi üçüncü tercih ettikleri renk olarak belirtmişlerdir. Tercih sıralamasında dördüncü sırada yer alan beyaz rengi öğrencilerin tümünün, serbest meslek sahibi kadınların %77,8’inin, işçilerin %4,9’unun, memurların 4,3’ünün “her zaman” tercih ettikleri görülmektedir. İşçilerin %82,9’unun ve memurların %43,3’ünün “çoğunlukla”, serbest meslek sahibi kadınların %44,4’ünün “her zaman” kahverengini tercih ederken, öğrencilerin tümünün “bazen” seçeneğini belirtmeleri, kahverenginin öğrenciler tarafından çok tercih edilmeyen bir renk olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Çalışan kadınların mesleklerine göre “çoğunlukla” tercih ettikleri 5 renk sıralandığında; memurların renk tercihlerinin sırasıyla pembe, beyaz, lacivert, mavi, kırmızı renkleri olduğu, işçilerin ise mavi, kahverengi, lacivert, pembe renkleri ilk dört tercihte sıralanırken beşinci renk sıralamasında beyaz, yeşil ve kırmızı renkleri aynı oranda tercih ettikleri belirlenmiştir.

Serbest meslek sahibi kadınların “çoğunlukla” tercih ettikleri renk sıralamasında pembe, mavi, yeşil, lacivert ilk dört sırayı alırken, beşinci sırada siyah, beyaz ve kırmızı renkleri aynı oranda tercih etmişlerdir. Öğrencilerin tümünün pembe, mavi, yeşil, lacivert renkleri “çoğunlukla” tercih etmeleri mavi, pembe, yeşil renklerin huzur verici, rahatlık ve güven uyandıran etkisinin yanında, laciverdin karizmatik ve güçlü imajının da öğrencilerin renk tercihlerinde etkili olduğunu düşündürmektedir.

Çalışan kadınların meslekleri ile giysilerinde tercih ettikleri tüm renkler arasında istatistiksel açıdan [p=,000] anlamlı bir ilişki olduğu kay-kare testi sonuçlarında görülmektedir.

Tablo 8. Çalışan kadınların yaşlarına göre renk tercihleri kay-kare test sonuçları

Renkler	Yaş	Seçenekler										X ²	P
		Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		Çoğunlukla		Her zaman			
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%		
Kırmızı	20-25	-	-	4	6,7	56	93,3	-	-	-	-	410,909	,000
	26-30	-	-	-	-	-	-	53	100	-	-		
	31-35	-	-	56	50,0	-	-	56	50,0	-	-		
	36-40	-	-	44	89,8	-	-	5	10,2	-	-		
	41-45	-	-	18	100	-	-	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	8	100	-	-	-	-	-	-		
Turuncu	20-25	-	-	60	100	-	-	-	-	-	-	249,519	,000
	26-30	15	28,3	-	-	38	71,7	-	-	-	-		
	31-35	59	52,7	43	38,4	10	8,9	-	-	-	-		
	36-40	3	6,1	44	89,8	2	4,1	-	-	-	-		
	41-45	-	-	18	100	-	-	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	7	87,5	1	12,5	-	-	-	-		
Sarı	20-25	56	93,3	4	6,7	-	-	-	-	-	-	338,94	,000
	26-30	-	-	53	100	-	-	-	-	-	-		
	31-35	-	-	69	61,6	43	38,4	-	-	-	-		
	36-40	-	-	21	42,9	28	57,1	-	-	-	-		
	41-45	-	-	18	100	-	-	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	6	75,0	2	25,0	-	-	-	-		
Pembe	20-25	-	-	-	-	-	-	60	100	-	-	110,38	,000
	26-30	-	-	-	-	-	-	53	100	-	-		
	31-35	4	3,6	48	42,9	-	-	56	50,0	4	3,6		
	36-40	-	-	28	57,1	-	-	21	42,9	-	-		
	41-45	-	-	-	-	-	-	18	100	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	2	25,0	-	-	5	62,5	1	12,5		
Mavi	20-25	-	-	-	-	-	-	60	100	-	-	254,81	,000
	26-30	-	-	-	-	-	-	38	71,7	15	28,3		
	31-35	-	-	-	-	-	-	53	47,3	59	52,7		
	36-40	-	-	-	-	16	32,7	30	61,2	3	6,1		
	41-45	-	-	-	-	18	100	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	-	-	5	62,5	2	25,0	1	12,5		
Mor	20-25	-	-	-	-	60	100	-	-	-	-		
	26-30		-	15	28,3	38	71,7	-	-	-	-		
	31-35	-	-	55	49,1	53	47,3	-	-	4	3,6		

	36-40	16	32,7	3	6,1	30	61,2	-	-	-	-	263,02	,000
	41-45	18	100	-	-	-	-	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	5	62,5	-	-	2	25,0	-	-	1	12,5		
Yeşil	20-25	-	-	-	-	-	-	60	100	-	-	356,85	,000
	26-30	-	-	-	-	15	28,3	38	71,7	-	-		
	31-35	-	-	4	3,6	98	87,5	10	8,9	-	-		
	36-40	-	-	16	32,7	31	63,3	2	4,1	-	-		
	41-45	-	-	18	100	-	-	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	6	75,0	2	12,5	-	-	-	-		
Siyah	20-25	-	-	-	-	-	-	-	-	60	100	472,437	,000
	26-30	-	-	-	-	38	71,7	15	28,3	-	-		
	31-35	-	-	43	38,4	1	,9	64	57,1	4	3,6		
	36-40	-	-	28	57,1	18	36,7	3	6,1	-	-		
	41-45	-	-	-	-	18	100	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	2	25,0	5	62,5	1	1,25	-	-		
Beyaz	20-25	-	-	-	-	-	-	-	-	60	100	541,512	,000
	26-30	-	-	-	-	-	-	53	100	-	-		
	31-35	-	-	43	38,4	4	3,6	65	58,0	-	-		
	36-40	-	-	28	57,1	16	32,7	5	10,2	-	-		
	41-45	-	-	-	-	18	100	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	2	25,0	5	62,5	1	12,5	-	-		
Gri	20-25	-	-	56	93,3	4	6,7	-	-	-	-	113,48	,000
	26-30	-	-	15	28,3	38	71,7	-	-	-	-		
	31-35	-	-	59	52,7	53	47,3	-	-	-	-		
	36-40	-	-	3	6,1	46	93,9	-	-	-	-		
	41-45	-	-	-	-	18	100	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	1	12,5	7	87,5	-	-	-	-		
Lacivert	20-25	-	-	-	-	4	6,7	56	93,3	-	-	272,45	,000
	26-30	-	-	15	28,3	38	71,7	-	-	-	-		
	31-35	-	-	64	57,1	1	,9	47	42,0	-	-		
	36-40	-	-	3	6,1	2	4,1	44	89,8	-	-		
	41-45	-	-	-	-	-	-	18	100	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	-	-	-	-	8	100	-	-		
Kahverengi	20-25	-	-	-	-	56	93,3	-	-	4	6,7	104,491	,000
	26-30	-	-	-	-	15	28,3	38	71,7	-	-		
	31-35	-	-	4	3,6	55	49,1	53	47,3	-	-		
	36-40	-	-	-	-	19	38,8	30	61,2	-	-		
	41-45	-	-	-	-	18	100	-	-	-	-		
	46 ve üzeri	-	-	-	-	5	62,5	3	37,5	-	-		

n= 300 p< ,05

Tablo 8. incelendiğinde; 20-25 yaş gurubunda yer alan çalışan kadınların %100'ü giysi rengi olarak “her zaman” siyah ve beyazı tercih ederken, aynı oranda “çoğunlukla” pembe, mavi ve yeşil rengi tercih ettikleri görülmektedir. Beyazın saflık, pembenin güven, kırmızının girişkenlik ve güçlülük duygularını uyandırdığı düşünüldüğünde; 26-30 yaş gurubundaki kadınların renk tercihlerinin “çoğunlukla” % 100 oranında kırmızı, pembe, beyaz ve %71,7 oranında mavi, yeşil, kahverengi olması, anlamlı bir birliktelik oluşturduğu şeklinde

yorumlanabilir. 20-25 yaş gurubunun tersine 26-30 yaş gurubunun siyah rengi %28,3 gibi düşük bir oranda “çoğunlukla” tercih etmeleri dikkat çekicidir. Bu sonuç siyah rengin gençler tarafından daha çok tercih edildiğini göstermektedir.

31-35 yaş gurubundaki kadınların 52,7’si giysilerinde “her zaman” mavi rengi tercih ederken, %58,0’i beyaz, %57,1’i siyah, %50,0’si “çoğunlukla” pembe ve kırmızı renkleri tercih etmişlerdir. 36-40 yaş gurubundaki kadınların % 89,8’inin lacivert, %61,3’ünün mavi, %61,2’sinin kahverengini “çoğunlukla” tercih etmelerinde, mesleki deneyimlerin artmış olduğu bu yaşlarda lacivert rengin otoriteyi, verimliliği simgeleyen başarılı ve güçlü imajı vermesinin etkili olduğu söylenebilir. Mavi ve kahverenginin aynı oranda tercih edilme nedeni olarak, iki rengin kişiler üzerinde birbirlerini tamamlayıcı psikolojik etkileri yaratmaları düşünülebilir. Mavi rengi seven kişilerin arkadaşlarıyla hislerini paylaşmaktan ve ilişkilerini geliştirmekten hoşlanmaları, kahverengini seven kişilerin ise insanların arkadaşlığına, yalnızlıktan ve ayrılıktan uzak kalmak için kendisini güven içinde hissedebileceği bedensel rahatlık sunan güvenli bir ortama ihtiyaç duyan kişiler olmaları birbirini tamamlayan özellikler olarak gösterilebilir (Coşkun,1995).

41-45 yaş gurubundaki kadınların % 100’ü pembe ve lacivert renkleri “çoğunlukla” tercih ederken, yine aynı oranda mavi, beyaz, siyah ve kahverengini “bazen” tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Pembenin güven duygusu uyandırma özelliğinin, lacivertin karizmatik ve güçlü imajı vermesini destekler nitelikte, bu yaş gurubunun giysilerindeki renk tercihlerinde etken olduğu şeklinde yorumlanabilir.

46 ve üzerindeki yaş gurubundaki kadınların %100’ünün giysilerinde lacivert, % 62,5’inin pembe rengi “çoğunlukla” tercih etmeleri, olgunluk dönemi olarak tanımlayabileceğimiz yaş guruplarında kendine güven ve güçlülük imajının renk tercihinde etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir. Her iki yaş gurubundaki sonuçlar bu görüşü destekler niteliktedir.

Araştırma kapsamındaki kadınların sarı, turuncu, gri ve mor renkleri “her zaman” ve “çoğunlukla” tercih etmemeleri dikkat çekici bir sonuç olarak görülmektedir. Kay kare sonuçları incelendiğinde; çalışan kadınların yaşlarına göre giysilerindeki renk tercihleri arasında tüm renklerde gözlenen farkın anlamlı [$p= ,000$] olduğu bulunmuştur.

Tablo 9. Çalışan kadınların giysi seçiminde renk uyumunu dikkate alma durumları

Seçenekler	Sayı	%
Hiçbir zaman	-	-
Nadiren	-	-
Bazen	-	-
Çoğunlukla	116	38,7
Her zaman	184	61,3
TOPLAM	300	100

Tablo 9'a göre; çalışan kadınların %61,3'ü "her zaman", %38,7'si "çoğunlukla" giysilerinde renk uyumuna dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Bu sonuç kadınların giyimlerinde renk olgusunun öneminin bilincinde olduklarının göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 10. Çalışan kadınların mesleklerine göre giysi seçiminde renk uyumunu dikkate alma durumları kay kare test sonuçları

Meslek	Seçenekler										Toplam	X ²	P
	Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		ounlukla		Her zaman				
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Memur	-	-	-	-	-	-	109	52,4	99	47,6	208	20	,000
İşçi	-	-	-	-	-	-	5	12,2	36	87,8	40		
Serbest	-	-	-	-	-	-	2	22,2	7	77,8	9		
Öğrenci	-	-	-	-	-	-	-	-	42	100	42		
Toplam											300		

n= 300 p< ,05

Tablo 10. incelendiğinde; öğrencilerin %100'ünün, işçilerin %87,8'inin, serbest meslek sahiplerinin %77,8'inin, memurların %47,6'sının "her zaman" giysilerinde renk uyumuna dikkat ettikleri görülmektedir. Diğer meslek gruplarına göre öğrencilerin giysilerindeki renk uyumuna daha çok dikkat etmeleri yaş faktörüne bağlanabileceği gibi, taşıdığı sorumlulukların diğerlerine göre daha az olması nedeniyle, sosyo ekonomik durumları ve kendilerine ayırdıkları zaman açısından avantajlı olmalarına bağlanabilir. Eray ve Çivitci'nin (2000;69) araştırma sonuçlarında da bireylerin büyük çoğunluğunun (%77) giysilerinde renk uyumuna dikkat ettikleri görülmektedir.

Kay kare değerleri incelendiğinde; araştırma kapsamındaki kadınların meslek gruplarına göre giysilerinde renk uyumuna dikkat etme durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı [$\chi^2= 56,170$ p= ,000] bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Çalışan kadınların yaşlarına göre giysi seçiminde renk uyumunu dikkate alma durumları kay kare test sonuçları

Yaş	Seçenekler										Toplam	X ²	P
	Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		Çoğunlukla		Her zaman				
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%		79,967	,000
20-25	-	-	-	-	-	-	-	-	60	100	60		
26-30	-	-	-	-	-	-	15	28,3	38	71,7	53		
31-35	-	-	-	-	-	-	59	52,7	53	47,3	112		
36-40	-	-	-	-	-	-	19	38,8	30	61,2	49		
41-45	-	-	-	-	-	-	18	100	-	-	18		
46 ve üstü	-	-	-	-	-	-	5	62,5	3	37,5	8		
Toplam											300		

n= 300 p< ,05

Tablo 11’de; 20-25 yaş gurubundaki çalışan kadınların % 100’ünün, 26-30yaş gurubunda %71,7’sinin, 36-40 yaş gurubunun 561,2’sinin “her zaman” giysilerinde renk uyumuna dikkat ettikleri görülmektedir. 41-45 yaş gurubunda %100, 31-36 yaş gurubunda %52,7, 46 ve üzerindeki yaş gurubunda ise %62,5 oranında “çoğunlukla” renk uyumuna dikkat edilmesi, çalışan kadınların belirli yaş dönemlerinde renk uyumuna dikkat etme durumlarının farklılaştığı şeklinde yorumlanabilir. Kadınların yaşam kaliteleri, aile içindeki rol ve sorumlulukları, doğum, vücut formlarının bozulması, sosyal statüleri gibi faktörler bu farklılıklarda etken olarak düşünülebilir.

Araştırma kapsamındaki kadınların yaşları ile giysilerinde renk uyumuna dikkat etme durumları arasındaki gözlenen farkın anlamlı [$\chi^2= 79, 967$ p= ,000] olduğu kay kare test sonuçlarında görülmektedir.

Tablo 12. Çalışan kadınların eğitim durumlarına göre giysi seçiminde renk uyumunu dikkate alma durumları

Eğitim	Seçenekler										Toplam	X ²	P
	Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		Çoğunlukla		Her zaman				
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
Ortaokul	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	1	6,626	,157
Lise	-	-	-	-	-	-	3	25,0	9	75,0	12		
Önlisans	-	-	-	-	-	-	37	33,0	75	67,0	112		
Lisans	-	-	-	-	-	-	68	41,7	95	58,3	163		
Yüksek lisans ve üzeri	-	-	-	-	-	-	7	58,3	5	41,7	12		
Toplam											300		

n= 300 p< ,05

Tablo 12’de çalışan kadınların eğitim durumlarına göre renk uyumuna dikkat etme durumları incelendiğinde; lise mezunlarının %75,1’i, ön lisans mezunlarının %67,0’si, lisans mezunlarının 58,3’ü “her zaman” seçeneğini, ortaokul mezunlarını %100’ünün ve yüksek lisans ve üzerinde eğitim alanların %58,3’ünün “çoğunlukla” seçeneğini belirttikleri görülmektedir. Bu sonuca göre; “her eğitim düzeyindeki kadın genellikle giysilerinde renk uyumuna dikkat etmektedir” yorumu yapılabilir. Kay kare değerleri incelendiğinde; araştırma kapsamındaki kadınların eğitim düzeyleri ile giysilerinde renk uyumuna dikkat etme durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Tablo 13. Çalışan kadınları tercih ettiği renk uyumları

Renk Tonları	Seçenekler									
	Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		Çoğunlukla		Her zaman	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
Tek rengin tonları	5	1,7	39	13,0	45	15,0	202	67,3	9	3,0
Sarı-Turuncu	177	59,0	77	25,7	-	-	5	1,7	-	-
Yeşil- Mavi	162	54,0	129	43,0	-	-	9	3,0	-	-
Kırmızı-Turuncu	295	98,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Kırmızı-Mor	239	79,7	56	18,7	-	-	-	-	-	-
Mavi-Mor	235	78,3	56	18,7	4	1,3	5	1,7	-	-
Mavi-Lacivert	-	-	78	26,0	144	48,0	78	26,0	-	-
Mavi-Turuncu	246	82,0	45	15,0	-	-	4	1,3	-	-
Kırmızı-Yeşil	181	60,3	41	13,7	-	-	5	1,7	-	-
Sarı-Mor	250	83,3	4	1,3	41	13,7	5	1,7	-	-
Siyah-Beyaz	-	-	5	1,7	153	51,0	65	21,7	77	25,7
Krem-Kahverengi	-	-	19	3,0	41	13,7	202	67,3	43	14,3
Diğer (.....)	-	-	-	-	-	-	-	-	39	13,0

n=300

Tablo-13 incelendiğinde; çalışan kadınların %67,3’ünün giysilerinde tek rengin tonlarını, %67,3’ünün ise krem-kahverengi uyumunu “çoğunlukla” tercih ederken, %51’i siyah-beyaz renk uyumunu, %48’i de mavi-lacivert renk uyumunu “bazen” tercih ettikleri görülmektedir. Bu sonuca göre çalışan kadınların giysilerinde “çoğunlukla” tek rengin tonlarından oluşan monokromatik renk armonilerini ve “bazen” kontrast renk armonilerini tercih ettiklerini söylemek mümkündür.

Araştırma kapsamındaki kadınların %43’ünün giysilerinde “nadiren” mavi-yeşil renk uyumunu tercih etmeleri ve %98,3’ünün giysilerinde kırmızı-turuncu, %82’sinin mor-turuncu, %79,7’sinin kırmızı - mor renk uyumunu “hiçbir zaman” tercih etmemeleri, komşu renk armonilerinin giysi rengi olarak tercih edilmediği sonucunu ortaya koymaktadır.

Tablo 14. Giysi renklerinin kadınlar üzerinde yarattığı duygusal etkiler

Seçenekler	Kırmızı		Turuncu		Sarı		Pembe		Mavi		Mor	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
Sevinç	-	-	112	37,3	-	-	64	21,3	-	-	-	-
Üzüntü	-	-	-	-	73	24,3	-	-	-	-	-	-
Özgürlük	-	-	5	1,7	-	-	-	-	99	33,0	4	1,3
Samimiyet	73	24,3	-	-	73	24,3	-	-	41	13,7	5	1,7
Heyecan	91	30,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İyimserlik	-	-	-	-	-	-	73	24,3	5	1,7	-	-
Duygusalılık	-	-	4	1,3	-	-	80	26,7	73	24,3	-	-
Sabır	-	-	-	-	4	1,3	-	-	-	-	-	-
Azim	-	-	41	13,7	5	1,7	-	-	4	1,3	-	-
Huzur	-	-	-	-	-	-	78	26,0	5	1,7	-	-
Rahatlık	-	-	4	1,3	-	-	5	1,7	73	24,3	-	-
Ciddiyet	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otorite	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tutku	97	32,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tembellik	-	-	61	20,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Temizlik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tehlike	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uyarı	39	13,0	-	-	46	15,3	-	-	-	-	-	-

n=300

Tablo 14'e göre renklerin kadınlar üzerinde yarattığı duygusal etkiler incelendiğinde; kırmızı rengin kadınların %32,3'ünde tutku, %30,3'ünde heyecan duygusu uyandırdığı, turuncu rengin ise %37,3'üne sevinç, %20,3'üne de tembellik hissi uyandırdığı görülmektedir. Sıcaklık ve girişkenlik duygusu yarattığı bilinen turuncu rengin, düşük oranda da olsa tembellik duygusu uyandırması dikkat çekicidir.

Çalışan kadınların %24,3'ü sarı rengin üzüntü ve samimiyet, %26,7'si pembe rengin duygusalılık ve huzur, %33'ü mavi rengin özgürlük duygusu yarattığını belirtirken, %1,7 oranında küçük bir bölümü ise mor rengin kendileri üzerinde samimiyet duygusu uyandırdığını belirtmişlerdir.

Renklerin psikolojik etkilerine göre kırmızının dinamiklik ve heyecan, mavinin rahatlık ve huzur, sarının iyimserlik ve hastalık, turuncunun coşku ve sevinç, pembenin uyum ve güven duygusu yarattığı dikkate alındığında, tablo 14'deki sonuçların bu görüşleri destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Tablo 14a. Giysi renklerinin kadınlar üzerinde yarattığı duygusal etkiler

Seçenekler	Yeşil		Siyah		Beyaz		Gri		Lacivert		Kahverengi	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
Sevinç	5	1,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Üzüntü	-	-	50	16,7	-	-	39	13,0	-	-	-	-
Özgürlük	-	-	-	-	5	1,7	-	-	-	-	-	-
Samimiyet	99	33,0	-	-	4	1,3	-	-	-	-	-	-
Heyecan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İyimserlik	41	13,7	-	-	5	1,7	4	1,3	4	1,3	-	-
Duygusuzluk	4	1,3	-	-	-	-	5	1,7	-	-	-	-
Sabır	-	-	39	13,0	-	-	-	-	-	-	77	25,7
Azim	-	-	-	-	-	-	-	-	39	13,0	-	-
Huzur	73	24,3	-	-	56	18,7	-	-	-	-	-	-
Rahatlık	-	-	-	-	-	-	73	24,3	-	-	39	13,0
Ciddiyet	-	-	129	43,0	-	-	-	-	14	4,7	41	13,7
Otorite	-	-	73	24,3	-	-	-	-	-	-	134	44,7
Tutku	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tembellik	-	-	4	1,3	-	-	114	38,0	-	-	-	-
Temizlik	-	-	-	-	157	52,3	-	-	-	-	-	-
Tehlike	-	-	5	1,7	-	-	56	18,7	-	-	-	-
Uyarı	-	-	-	-	73	24,3	-	-	-	-	-	-

n=300

Araştırma kapsamındaki kadınların %33'üne yeşil rengin samimiyet, %43'üne siyah rengin ciddiyet, %52,3'üne beyaz rengin temizlik, %38'ine gri rengin tembellik, %13'üne lacivert rengin azim, %44,7'sine kahverenginin otorite duygusunu uyandırmakta olması, renklerin psikolojik etkileri ile ilgili düşüncelerin doğruluğunu ispatlamaktadır.

Tablo 14 ve 14a'daki sonuçlara göre, renklerin kadınlar üzerinde yarattığı duygusal etkileri doğrultusunda, kadınların giysilerinde tercih ettikleri ilk beş renk sıralandığında; “kadınlar giysilerinde (pembe) duygusallık, (mavi)özgürlük, (lacivert) azim, (beyaz-kahverengi)safılık-otorite ve (kırmızı)coşku uyandıran renkleri tercih etmektedirler” şeklinde yorum yapılabilir.

Tablo 15. Kadınların giysilerinin renk tercihlerinde psiko-sosyal faktörlerden etkilenme durumları

Seçenekler	Hiçbir zaman		Nadiren		Bazen		Sıklıkla		Her zaman	
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%
Dini ve ahlaki inancım giysi renk seçimimi etkiler	257	85,7	4	1,3	39	13,0	-	-	-	-
Gelenek ve görenekler giysi renk seçimimi etkiler	197	65,7	60	20,0	43	14,3	-	-	-	-
Giysilerimin renklerini seçerken modadan etkilenirim	-	-	84	28,0	156	52,0	4	1,3	56	18,7
Giysi rengimi seçerken arkadaşlarımdan etkilenirim	49	16,3	114	38,0	81	27,0	-	-	56	18,7
Giysi rengimi seçerken reklamlardan etkilenirim	-	-	226	75,3	14	4,7	60	20,0	-	-
Parlak ve açık renkler giydiğimde kendimi mutlu hissediyorum	-	-	134	44,7	158	52,7	4	1,3	4	1,3
Koyu ve mat renkler giydiğimde kendimi karamsar hissediyorum	124	41,3	4	1,3	112	37,3	4	1,3	56	18,7
Gelişigüzel renkler giydiğimde psikolojik rahatsızlık hissediyorum	192	64,0	-	-	44	14,7	4	1,3	60	20,0
Uyumlu renkler giydiğimde kendimi çekici hissediyorum	-	-	39	13,0	-	-	132	44,0	129	43,0
Renk seçimi ile imaj yaratıldığını düşünüyorum	60	20,0	73	24,3	44	14,7	50	16,7	-	-
Renk uyumuna dikkat etmeden giyinirim	128	42,7	112	37,3	-	-	60	20,0	-	-
Saygınlık kazanmada giysi renginin önemli olduğunu düşünüyorum	-	-	5	1,7	162	54,0	4	1,3	129	43,0
Sosyal ilişkiler kurmada giysi renginin önemli olduğunu düşünüyorum	78	26,0	5	1,7	84	28,0	60	20,0	73	24,3
Çevremden farklı renkleri tercih etmek beni mutlu eder	46	15,3	56	18,7	120	40,0	-	-	78	26,0
Giysi renkleri ile fiziğimi ortaya çıkarmaya dikkat ederim	153	51,0	56	18,7	82	27,3	4	1,3	5	1,7
Giysi renkleri ile fiziksel kusurlarımı örtmeye çalışırım	119	39,7	4	1,3	43	14,3	-	-	134	44,7
Giysilerimde solmayan renkleri tercih ederim	-	-	4	1,3	5	1,7	84	28,0	207	69,0

n=300

Tablo 15. incelendiğinde; çalışan kadınların %42,7'sinin “hiçbir zaman” renk uyumuna dikkat etmeden giysi tercihi yapmadıkları, %85,7'sinin giysi renk seçiminde dini ve ahlaki inanç, %65,7'sinin de gelenek ve göreneklerden “hiçbir zaman” etkilenmedikleri görülmektedir. Kadınların %64'ünün “hiçbir zaman” gelişigüzel giyindiğinde psikolojik olarak etkilenmediklerini, %51'inin “hiçbir zaman” giysi renkleri ile fiziğini ortaya çıkarmadıklarını belirtmeleri, kendilerine güvenlerini ifade etme şekli olarak düşünülebilir.

Araştırma kapsamındaki kadınların %44,7'si “her zaman” giysilerinin renkleri ile vücut kusurlarını kapatmaya çalıştıklarını, %43'ü saygınlık kazanmada giysi renginin önemli olduğunu ve uyumlu renkler giyindiklerinde kendilerini çekici hissettiklerini belirterek, giysi renginin kişilikleri üzerindeki etkilerini vurgulamışlardır. %69 oranında “her zaman” giysilerde solmayan renklerin tercih edilmesi giysi seçiminde renk tercihinin önemli olduğu görüşünü de desteklemektedir.

Çalışan kadınların %52,7'si “bazen”, %44,7'si “nadiren” parlak ve açık renkler giydiklerinde kendisini mutlu hissederken, %41,3'ünün “hiçbir zaman” koyu-mat renkler giyindiklerinde kendilerini mutsuz hissetmemeleri, giysi renginin koyu veya açık renk olmasının kendilerini mutlu hissetmelerinde çok etkili olmadığını göstermektedir. Kadınların %75,3'ü giysi

renk seçiminde “nadiren” reklâmlardan etkilenirken, %1,3’ü “nadiren” dini ve ahlaki inancın etkisinde kaldığını belirtmiştir.

Tablo 15’den elde edilen bulgular doğrultusunda; çalışan kadınların giysi seçiminde renk uyumuna dikkat ettikleri, uyumlu renkler giyindiklerinde kendilerini mutlu hissettikleri, giysilerinin renklerini fiziksel görüntülerini ön plana çıkarmak amacıyla değil, fiziksel kusurlarını kapatmak ve saygınlık kazandırdığı düşüncesi ile önemsedikleri söylenebilir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarına göre; çalışan kadınların büyük bir çoğunluğunun klasik ve spor giyimi tercih ettikleri, klasik giyim tarzını genellikle işçi ve memurların, spor giyim tarzını ise öğrenci ve serbest meslek sahiplerinin tercih ettiği tespit edilmiştir. Bu tercihlerde çalışma koşullarının ve sektör tipinin giyim tercihlerini etkilediği, resmi ortamlarda daha ciddi ve resmi görüntü veren giysiler tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre çalışan kadınların meslekleri ile spor, klasik, abiye ve otantik giyim tarzlarını seçmeleri arasında istatistiksel açıdan gözlenen farkın [$p<,000$] anlamlı olduğu, diğer tarzlarda giysi seçimi ile meslekler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur.

Mevcut hazır giyim ürünlerinin tasarım değerlerinin çeşitlendirilerek geliştirilmesinin, spor giyim tarzından hoşlanan fakat çalışma ortamının kurallarına uygun olmadığı için bu tarzda giyinemeyen kadınlara hoşlandığı tarzda giyinebilme olanağı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışan kadınların giysilerindeki renk tercihlerinde vücut yapıları, vücut şekilleri ve kişilik özellikleri ve giysinin kullanım alanının öncelikli etkenler olduğu, psikolojik durum, ten rengi ve modanın ise ikinci planda yer aldığı gözlenmiştir. Bu sonuca göre, giysi tasarımcılarının hazır giyim ürünlerinin tasarımlarında ve kumaş rengi belirleme sürecinde, diğer faktörlerin yanı sıra, beden ölçüsü ve giysi kullanım alanının öncelikli faktörler olarak dikkate alınması gerekliliğini benimsemesi gerekmektedir.

Araştırma kapsamındaki kadınların giysilerinde tercih ettikleri ilk beş renk pembe, mavi, lacivert, beyaz-kahve, kırmızı renkler olarak belirlenmiştir. Serbest meslek sahibi kadınların giysilerinde “çoğunlukla” tercih ettikleri ilk üç rengin pembe, mavi, yeşil olduğu, öğrencilerin tümünün ise pembe, mavi, yeşil, lacivert renkleri “çoğunlukla” tercih ettikleri belirlenmiştir. Memurların giysilerinde “çoğunlukla” pembe, beyaz, lacivert renkleri, işçilerin ise mavi, kahverengi, lacivert renkleri tercih etmeleri, pembe rengin tüm meslek grupları içinde çoğunlukla tercih edilen ilk renk olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Çalışan kadınların meslekleri ile giysilerinde tercih ettikleri tüm renkler arasında istatistiksel açıdan gözlenen farkın anlamlı [$p=,000$] olduğu bulunmuştur.

Çalışan kadınların yaşlarına göre ilk üç giysi rengi tercihleri olarak; 20-25 yaş siyah, beyaz, pembe, 26-30 yaş pembe, kırmızı, beyaz, 31-35 yaş mavi, pembe, kırmızı, 36-40 yaş lacivert, mavi, kahverengi, 41-45 yaş pembe, lacivert, 46ve üzeri yaş lacivert, pembe renkler belirlenmiştir. Gri, turuncu ve sarı renklerin hiçbir yaş gurubu tarafından çoğunlukla tercih edilmeyen renkler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamındaki kadınların tümünün “çoğunlukla” ve “her zaman” giysilerinde renk uyumuna dikkat ettikleri ve giysilerinde “çoğunlukla” tek rengin tonlarını ve krem-kahverengi uyumunu tercih ettikleri saptanmıştır. Kadınların meslekleri ve yaşları ile giysilerinde renk uyumuna dikkat etme durumları arasında istatistiksel açıdan gözlenen farkın anlamlı olduğu, eğitim düzeyleri ile giysilerinde renk uyumuna dikkat etme durumları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı bulunmuştur.

Çalışan kadınların üzerinde; kırmızı renk tutku ve heyecan, turuncu sevinç ve tembellik, sarı renk üzüntü ve samimiyet, pembe renk duygusallık ve huzur, mavi renk özgürlük, yeşil renk samimiyet, siyah renk ciddiyet, beyaz renk temizlik, gri renk tembellik, lacivert renk azim, kahverengi otorite duygusunu uyandırdığı belirlenmiştir. Bu sonuç doğrultusunda hazır giyim üreticilerinin giysilerde renklerin kişiler üzerindeki psikolojik etkilerini dikkate alarak, tasarımlarının renklerini belirlemeleri önerilebilir.

Renkler doğru kullanıldıklarında performansı artırıcı özelliklerinin yanı sıra, bilinçsiz kullanıldıklarında yorulma, stres artırıcı gibi durumlar yaratabilme, görsel algılamayı düşünebilme ve hata oranını artırabilme özelliğine sahip olduklarından; çalışan kadınların iş giysilerindeki renkleri doğru tercih etmeleri gerekmektedir.

Çalışan kadınların giysi seçiminde renk uyumuna dikkat ettikleri, uyumlu renkler giyindiklerinde kendilerini mutlu hissettikleri, giysilerinin renklerini fiziksel görüntülerini ön plana çıkarmak amacıyla değil, fiziksel kusurlarını kapatmak ve saygınlık kazandırdığı düşüncesi ile önemsedikleri belirlenmiştir.

Firma sahiplerinin, özel ve kamu kurum ve kuruluşlarındaki yöneticilerin, giysi seçimi ve renk tercihi konusunda uzman kişilerin görüşlerine başvurarak, renk seçimi konusunda çalışanlarını bilgilendirmesi çalışma ortamı, sosyal iletişim ve performans açısından etkili bir yöntem olarak önerilebilir.

KAYNAKÇA

- ARTUT, K. (2001). **Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri**, Ankara: Anı Yayıncılık
- ALTINÖZ, M., SÜVARİ, A. (2000). **Büro Ortamında Görünüm ve Davranışsal Bütünlük**, Ankara
- BERK, N. (1990), **Renk Bilgisi**. İstanbul: Varlık Yayınları
- BULGUN, E.Y.(2000). *Moda Tasarımında Renkler*, **Konfeksiyon Teknik**, Ocak, 81-85
- COŞKUNER, S.(1995). **Renkler ve Kişiliğimiz**, İzmir: Site Ofset Basımevi
- ÇAKIR, Ö. (2002). **Profesyonel Yaşamda Kişisel İmaj ve Sosyal Yaşam Etiketleri**, Ankara: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık
- ÇIĞA, M. (2001). *5-11 Yaş Arası Kız ve Erkek Çocuklarının Giysi Türlerine Göre Renk Tercihler*, Ankara: **Gazi Üniversitesi** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- DELİDUMAN,C., İSTİFOĞLU B. (2006). **Temel Sanat Eğitimi**, Ankara: Gerhun Yayıncılık
- ERAY, F., ÇİVİTÇİ, Ş. (2000). *Giyside Kullanılan Renklerin İnsan Üzerindeki Psikolojik Etkileri*, **Mesleki Eğitim Dergisi**, sayı: 2, 63-72
- GÜNGÖR, İ. H. (1972). **Temel Tasar**, İstanbul
- İZGÖREN ,A. Ş. (2000). **Dikkat Vucudunuz Konuşuyor**, İstanbul: Acedemyplus
- KALMIK, E.(1964). **Renklerin Armoni Sistemleri**, İstanbul: İTÜ Matbaası
- KAMIŞ, T. (1994). *Ürünü Renk Satar Teorisi ve Bugün (Günümüzde Renk Satışına Etki Eden Yeni Faktörler)* *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**
- KIRZIOĞLU, N. (1992). **Giyim Sanatı ve Kişisel Görünüm**, Ankara
- KOÇAK, S., Ç., PAKSOY, H. (2004). *Giysi Tasarımında Ergonomi, Desen ve Renk*, **Konfeksiyon Teknik**, Temmuz, 105- 109
- MAITLAND, G. (1951). **The Art of Color and Design**, New York.
- METE, Fatma (2004). *Giysi Tasarımında Renk*, **Tekstil Maraton**, mart- nisan, (2), 76-81
- SAĞOÇAK, M. (2005). *Ergonomik Tasarımda Renk*, **Trakya Univ J Sci**, **6(1)**, 77-83
- SARIKAYA, N. (2006). *Tüketicilerin Satın Alma Davranışı ve Yaşam Tarzı Üzerinde Renklerin Etkisine Yönelik Bir Araştırma*, **www.libf.ogu.edu.tr**

- SUN, Dorothy and Howard.(1994). **Renginizi Tanıyın**,(Çev: Tuğrul Ökten) İstanbul: Arıtan Yayınevi,
- ŞİREL. Ş. (1981) **Kuramsal Renk Bilgisi**, İstanbul
- OĞUZHÖRELİ, A. (1995), *Kumaş Seçiminde Renklerin İnsan Üzerindeki Psikolojik Etkileri*, **Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi**, sayı: 5, 96-400
- WOLFE, M. G. (1998). **The World of Fashion Merchandising**, USA: The Goodheart-Wilcox Company Inc.
- YILDIRIM, D. (1989). Tekstil Tasarımında Renk Öğesinin Kullanımı, İstanbul: **M.S. Üniversitesi** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- ZENGİNGÖNÜL, N. (2001), *Giyimde Moda Akımları ve Öncü Tasarımlar*.Ankara: **Gazi Üniversitesi Ders notları**