T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYOLOJİ BİLİM DALI

RENKLERİN SOSYOLOJİSİ: RENKLERİN TOPLUMSAL MAHİYETİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Nuh AKÇAKAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Prof. Dr. Köksal ALVER

Konya -2017

T. C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı:	Nuh AKÇAKAYA
	Numarası:	154205001004
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji/sosyoloji
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ■ Doktora ☐
	Tezin Adı:	Renklerin Sosyolojisi: Renklerin Toplumsal Mahiyeti Üzerine Bir İnceleme

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası



T. C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu

Öğrencinin	Adı Soyadı	Nuh AKÇAKAYA	
	Numarası	154205001004	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji/sosyoloji	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ■	Doktora ☐
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Köksal ALVER	
	Tezin Adı	Renklerin Sosyolojisi: Renklerin Toplumsal Mahiyeti Üzerine Bir İnceleme	

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan **RENKLERİN SOSYOLOJİSİ: RENKLERİN TOPLUMSAL MAHİYETİ ÜZERİNE BİR İNCELEME** başlıklı bu çalışma 26. 12. 2017 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Unvan, Adı Soyadı	Danışman ve Üyeler	İmza
Prof. Dr. Köksal ALVER		
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin Çil		
Yrd. Doç. Dr. İbrahim NACAK		

T. C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin		
	Adı Soyadı	Nuh AKÇAKAYA
	Numarası	154205001004
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ■ Doktora □
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Köksal ALVER
	Tezin Adı	Renklerin Sosyolojisi: Renklerin Toplumsal Mahiyeti Üzerine Bir İnceleme

ÖZET

Bu tez renklerin toplumsal hayat içerisindeki önemini incelemektedir. Bu noktada, renklerin oluşturduğu ortak bilinç ve duygular, sosyal teorinin kapsamı içerisinde tartışılmaktadır. Renklerin kullanım alanlarının yanında sembolik ve imgesel değeri, özel olarak seçilen bir kısım örnekler üzerinden soruşturulmaktadır. Bu soruşturma, bilgi felsefesi ve bilgi sosyolojinin bazı varsayımları üzerine oturtulmaktadır. Öte yandan, tartışmanın ana ekseni, renklerin anlamındaki değişimler, kişisel ve toplumsal renk yargıları, yerel ve evrensel renk anlayışları, toplumsal katmanlar arasındaki rengin anlamsal farklılıklarıdır. Böylelikle post-yapısalcı bir bakış açısıyla renklerin üretmiş olduğu kendine has yapı ve dil analiz edilmektedir. Burada hem imge hem de bir sembol sosyolojisi yapma amacı güdülmektedir.

T. C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin		
	Adı Soyadı	Nuh AKÇAKAYA
	Numarası	154205001004
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji / sosyoloji
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ■ Doktora □
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Köksal ALVER
	Tezin İngilizce Adı	Sociology Of Colors: A Review On The Social Nature Of Colors

SUMMARY

This thesis examines the importance of colors in social life. The collective consciousness and emotions created by colors are discussed within the scope of social theory. At this point the areas of use for colors, as well as their symbolic and imaginary values are inquired through some specially selected examples. This inquiry is based on some assumptions of philosophy and sociology of knowledge. On the other hand, the main axis of discussion is related to changes in the meaning of colors, personal and social judgments about color, local and universal color perceptions, semantic differences of color between social stratas. Thus, the unique structure and language that are produced by colors have been analyzed within a post-structuralist perspective. By doing this, the aim is to study the sociology of both image and symbol.

ÖNSÖZ

Bu tezin henüz tasarım aşamasından nihayetlendirilmesine kadar olan süreç içerisinde, yardımlarını ve desteklerini hiçbir şekilde esirgemeyen, zorlaştırmayıp kolaylaştıran, danışmanım Prof. Dr. Köksal Alver'e en başta müteşekkir olduğumu belirtmem gerekir. İlaveten, Doç. Dr. Mehmet Ali Aydemir'e hem tez sürecinde hem de onun öncesinde, her türlü konuda göstermiş olduğu destek, sevgi, sabır ve muhabbetlerinden dolayı teşekkür etmeyi ödev sayarım. Yine bu süreç içerisinde görünenin ötesindeki en büyük destekçilerimden olan Arş. Gör. Faruk Turğut'a şükranlarımı sunarım. Hassaten, Selçuk Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'ndeki bütün hocaların ve öğrenci arkadaşların yanında, annem ve babama teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI I

YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU II

ÖZET III

SUMMARY IV

ÖNSÖZ V

TABLOLAR VE ŞEKİLLER DİZİNİ VIII

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ IX

GİRİŞ ..... - 1 -

1.BİRİNCİ BÖLÜM: RENGİN SOSYOLOJİK İMKÂNI VE DEĞERİ ..... - 6 -

1.1.RENK OLGUSUNU SOSYOLOJİK OLARAK OKUMANIN İMKÂNI ..... - 8 -

1.2.RENK OLGUSUNU SOSYOLOJİK OLARAK OKUMANIN ZORLUKLARI ..... - 14 -

2. İKİNCİ BÖLÜM: SEMBOLİK VE İMGESEL RENKLER ..... - 16 -

2.1 SEMBOL OLARAK RENK ..... - 22 -

2.1.1.Sembol Anlamlarının Oluşması ve Hikâyecilik ..... - 23 -

2.1.2.Renk Sembolizminin Etikle İlişkisi ..... - 28 -

2.1.3.Sembolik Rengin Ürettiği Realist Kolektivite ..... - 31 -

2.1.4.Sembolik Renge Yapılan Bireysel Yorum ve Değişim ..... - 36 -

2.2.İMGE OLARAK RENK ..... - 39 -

2.2.1.İmge Anlamlarının Oluşması ve Nominalizm ..... - 42 -

2.2.2.Renk İmgeleminin Estetikle İlişkisi ..... - 46 -

2.2.3.Renk İmgeleminin Ürettiği Romantik Kolektivite ..... - 50 -

2.2.4.İmgesel Renge Yapılan Bireysel Yorum ve Değişim ..... - 52 -

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: RENKLERİ FARKLI PARAMETRELER ÜZERİNDEN OKUMAK ..... - 55 -

3.1.GÜNDELİK YAŞAMDA İMGESEL RENKLER ..... - 55 -

3.1.1.Zihinsel İmgeler ..... - 55 -

3.1.2.Dilsel İmgeler ..... - 58 -
3.1.2.1.Konuşma ve Yazma Dili ..... - 58 -
3.1.2.2.Edebiyat ..... - 62 -
3.1.3.Sanatsal İmgeler ..... - 65 -
3.1.3.1.Resim ..... - 65 -
3.1.3.2.Mimari ..... - 67 -
3.1.3.3.Sinema ve Fotoğrafçılık ..... - 71 -
3.1.4.Moda İmgeleri ..... - 74 -
3.1.5.Marjinalliğin İmgeleri ..... - 79 -
3.2.GÜNDELİK YAŞAMDA SEMBOLİK RENKLER ..... - 82 -
3.2.1.Dini Semboller ..... - 82 -
3.2.2.Kültürel Semboller ..... - 85 -
3.2.3.Siyasi Semboller ..... - 90 -
3.2.4.Kent Sembolleri ..... - 92 -
SONUÇ ..... - 97 -
İNTERNET KAYNAKÇASI ..... - 111 -
ÖZGEÇMİŞ ..... - 112 -

TABLOLAR VE ŞEKİLLER DİZİNİ

Tablo 1: Sembolik ve imgesel renk ayrımı ..... - 22 -
Tablo 2: Türk Bayrağının semiyotik akrabalığı ..... - 44 -
Tablo 3:İmgesel ve/veya sembolik renklerin gündelik yaşam pratiğindeki yeri ve onunla etkileşimi ..... - 56 -
Tablo 4: Kültürlerarası renk anlamları/çağrışımları ..... - 89 -

FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

Fotoğraf 1: New York gündüz saatleri ..... - 68 -
Fotoğraf 2: Hong Kong gece saatleri ..... - 69 -
Fotoğraf 3: Hollywood filminden bir kesit ..... - 71 -
Fotoğraf 4: Bollywood filminden bir kesit ..... - 72 -
Fotoğraf 5: Dramatik bir mesaj için oluşturulan suni fotoğraf (Christian Boltanski) - 74 -
Fotoğraf 6: Pembe çorap giyen Kanada Başbakanı Justin Trudeau ..... - 79 -
Fotoğraf 7: Apaçi Gençlik kitabının kapak görseli ..... - 80 -
Fotoğraf 8: Mehmet Ali Birand ve kol saati ..... - 81 -
Fotoğraf 9: Çinde (kırmızı/mutluluk) Ortaçağda (yeşil/doğurganlık) ve Batı Uygarlığında (beyaz/saflık) giyilen gelinlikler ..... - 88 -
Fotoğraf 10: T.C Bayrağı Tunus Bayrağı ve Azerbaycan Bayrağı Akrabalıkları ..... - 90 -
Fotoğraf 11: Mardin'den belirli bir kesit. ..... - 93 -
Fotoğraf 12: Zürih'ten belirli bir kesit ..... - 94 -
Fotoğraf 13: İstanbul Esenler'den belirli bir kesit ..... - 94 -

Cahildim dünyanın rengine kandım

Neşet ERTAŞ

GİRİŞ

Sosyolojinin araştırma konusu hükmünde olan fenomenlerin kapladığı alan şüphesiz bütün bir şekilde evrende insanın muhatap olduğu her nesnenin, her olgunun ve son kertede mevcudiyetin alanı kadar geniş bir alanı ihtiva edebilir. Antropolojiden, teolojiye ya da biyolojiden, mitolojiye kadar; sosyolojiden müstakil gibi görünen alanlarda, sosyologlar meşru bilimsel saikler nedeniyle mesai tüketebilmektedirler. Bu durum bilimsel uzmanlaşma eğilimlerinin getirmiş olduğu 'alan aristokrasisinin' zararını ortadan kaldırmaya yönelik önemli bir çaba olarak değerlendirilebilir. Ancak ne var ki Avrupa merkezli bilimsel paradigmalar halen tam olarak uzmanlaşmanın doğurmuş olduğu anabilim dalları arasındaki kopukluğun sebeplerine karşı net bir tavır alabilmiş değildirler. Uzmanlaşmanın üretmiş olduğu başka bilimlere kapalı kavramlar bir yandan her anabilim dalının otonom yapısını zedeleyip onu kendi içerisine hapsederken, diğer yandan da bu kavramlar topyekûn bilimsel ilerlemeyi yavaşlatan unsurlar olarak bilim camiasının karşısına çıkabilmektedir. Bu durumu Türk sosyolojisi üzerinden okunmak için Türkiye'de özgünlük adına yapılmış ama önceki çalışmaları sadece farklı kavramlar kullanarak tekrardan ortaya koymuş metinlere bakmak gerekecektir.

Batı toplumlarının hikâyesi üzerinden teşekkül etmiş bir sosyoloji, doğal olarak iddiasını temelde Batı toplumlarının gerçekliği üzerinden serdedecektir. Sanayi devrimi ve onun türevleri mesabesinde olan kimi tarihsel vakıaların Batıda sosyolojinin odak noktasını belirlediğine dair güçlü argümanlar bulunmaktadır. Batının serencamı, dünyada şüphesiz Batı dışı birçok toplumu da ilgilendiren bir unsur olarak okunabilir. Fakat Batının hikâyesinin ve Batıda üretilen literatürün -özelde- oraya ait olduğunu kabul etmemek, sosyolojinin bir bütün olarak Comte'dan beri var olan epistemolojik ve metodolojik birikimini göz ardı etmek anlamına gelebilir. Zira literatürün evrenselliği düşüncesi, 21. yy'da pozitivist paradigmanın determinist telkinlerine tekrardan ihtimal verilebildiği anlamını da taşıyabilecek

niteliktedir. Sosyolojide 'literatür egemenliğinin' Batı merkezli olması, Batılı olmayan bilim insanlarının dünyasına her zaman hitap etmemektedir ve bu durum, sosyolojinin araştırma pratiği için ciddi sorunlara neden olabilmektedir (Alver, 2014: 31). Literatürdeki Batı egemenliği, Batılı olmayan bilim insanının sosyolojiyle olan münasebetinden neşet eden eğilimlerini, duruşunu, bakışını ve görüşünü; epistemolojik olarak Batı merkezli bir zemin üzerinden üretmesine neden olmaktadır.

Gerek mikro yaklaşımlarda, gerekse makro yaklaşımlarda; sosyolojinin üretimi ya da pratiği noktasında, handikabı haline dönüşmüş 'kendine kendin gibi yaklaşamama meselesi' özellikle Batılı olmayan sosyal bilimcilerin üzerinde neredeyse ittifakla kabul ettiği bir sorun alanıdır. Pozitivist sosyolojinin üzerine bir şeyler koyma iddiasında olan modern ve/veya post-modern zamanlardaki kuramsal söylemlerin temel olarak çıkış sebebinin pozitivizm, determinizm, oryantalizm, evrimci yaklaşım ya da buna benzer klasik sosyolojinin temellerine mahsup olduğu görülmektedir. Sosyoloji tarihinde yapılan her itirazın, bir eksiklikten ya da bir yanlışı düzeltme güdüsünden çıktığı bilinmektedir. Yeni bir şeyler söylemek, yeni bakma yöntemleriyle yeni alanlara eğilmek; çoğu kişinin temel duruş noktasını oluşturmaktadır. Bu durum, Türkiye'deki sosyoloji geleneği için de önemli ölçüde böyle kabul edilmektedir. Fakat Türkiye'de bazı bilimsel eğilimler ve hadiselerin sonucu olarak oluşan kutupların ve geleneklerin, bilim pratiğine ciddi zararlar verdiğine dair önemli oranda bir literatür gelişmektedir. Oluşan bu literatürün yanında, Batı dışı toplumlarda çeşitli platformlarda, bilimle iştigal eden insanlar, toplumsal terakki muvazenesini göz önüne alarak, metodolojik ve epistemolojik kutuplaşmaya karşı ciddi cepheler almaktadır. Oluşan kutuplar ve katı eğilimler büyük ölçüde pozitivizmden neşet etmiş olsalar da pozitivist sosyolojiden miras kalan yöntem ve söylem taassubuna bir karşı duruş bağlamında ortaya çıkan hümanistik-yorumlayıcı sosyolojinin de kimi zaman benzer sorunlarla karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Kendisini tekrar etme noktasında yorumlayıcı sosyolojinin de "sıkıcı, bıktırıcı ve hiçbir yere götürmeyen" (Slattery, 2014: 227) bir hale dönüşebildiğini ifade etmek gerekmektedir.

"Renklerin Sosyolojisi" olarak tasarlanmış bu çalışma, başlangıç itibariyle yukarıda sıralanan sorunlar, riskler ve kutuplardan kaçınmak hassasiyeti ile

tasarlanmaya çalışılmıştır. Bu açıdan bakıldığında metodolojik olarak çoğulcu bir anlayış, seçilen konu bakımından ise özgünlük hassasiyeti güdülmeye gayret gösterilmiştir. Çünkü Türkiye'deki sosyoloji anlayışının geride kalanı tekrarlamak adına değil, geride kalana bakıp bugünü yorumlama ameliyesine girişmesi gerekmektedir (Alver, 2014: 37). Bu çalışmada gerek naturalistik sosyolojinin gerekse hümanistik sosyolojinin tekniklerinden incelenecek olgusal gerçeklik olan renk için yararlanılacaktır. Bunun yanında bu çalışma için yerli literatür mümkün ölçüde öne çıkarılmaya çalışılmıştır. Buradaki bütünleştirme temayülü, son zamanlarda bilhassa Amerikan sosyolojisinde de söz konusu olduğu gibi "makro-mikro aşırıcılıktan uzaklaşmak" (Ritzer, 2008: 368-369) gayretinin bir tezahürü olarak görülebilir. Nitekim tek bir yöntem üzerinden bilginin sınanması, göreceliliğe karşı tahammülsüzlüğü doğurmaktadır (Turğut, 2016: 208). Renklerin Sosyolojisi adlı bu çalışmanın edinmeye çalıştığı diğer bir hassasiyet ise interdisiplinerliktir. Bu anlayışlar haliyle pozitivist sosyoloji ile yorumlayıcı sosyolojinin daha önce çizdiği sınırları aşabilecek, klasik yapısalcılığın ve hermenüetiğin ötesinde postyapısalcılık ve göstergebilimsel bir anlayışa doğru yaklaşabilecektir. Nitekim Klinkenberg'in de temas ettiği üzere "göstergebilim teknik bilgilerin ötesinde insanda anlamın nasıl doğduğunu ve insanın nesnelere nasıl anlam verdiğini açıklamaya çalış[tığı]" (Aktaran: Gümüş, 2012: 32) için, bu çalışmanın teması büyük oranda göstergebilimsel bir zemin üzerinden açıklanabilecek niteliktedir.

Gerek özne vurguları gerekse yapı vurguları olmak kaydıyla farklı çözümleme teknikleri ve perspektifler bu çalışmada beraber kullanılacaktır. Sosyolojik, psikolojik, antropolojik ve felsefi veriler, çalışmanın çerçevesini belirleyebilecektir. Öte yandan mikro sosyolojik bir analiz gibi görünen bu çalışma, makro sosyolojinin imkânlarından vazgeçmeme arzusundadır. Burada renk olgusu yapı-fail ilişkisinden, sembol-siyaset ilişkisine kadar birçok farklı parametre üzerinden okunmaya çalışılacaktır. Ama sonuç olarak bütün bir şekilde, analiz etme biçimi ve içeriği sosyal teorinin sınırlarının dışına da çıkmayacaktır. Farklı anabilim dalları tarafından çalışılmış olan renk olgusuna dair niteliksel ve kısmen de niceliksel veriler farklı teknik ve bakış açılarıyla çözümlenmeye çalışılacaktır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, öncelikle çalışmanın konusu ve amacı belirtilecektir. İlaveten; rengin sosyolojik bir değeri var mıdır? Renk sosyolojik metodolojinin imkânları dâhilinde çözümlenebilir mi? Sosyolojik olarak renk fenomenini okumadaki kolaylıklar ya da zorluklar nelerdir? gibi soruların cevapları bu bölümde aranacaktır. Hangi ihtiyaçlar ve eksiklikler, renklerin sosyolojik olarak okunmasını gerekli kılabilir? Renkler sosyolojik olarak okunduğunda toplumsal yapının kavranışına nasıl bir bakış açısı sunabilir? Hassaten, renklerin sosyolojik olarak okunma imkânı var mıdır? gibi soruların cevabını aramaya koyulmak, bu çalışmanın temellendirilebilmesi için önemli bir noktadır. Bu bölümde tartışılması planlan hususlar, postyapısalcı ve postmodern teorilerin doğası göz önünde bulundurularak yürütülmeye çalışılacaktır.

İkinci bölümde öncelikle toplumsal hayat içerisinde kullanılan renklerden hangisi bir bağlam ve anlam üzerinden kullanılabilir, hangisi kullanılamaz? sorularının cevabı verilmeye çalışılacaktır. Zihinsel kategorizasyonlar içerisinde bir anlam ve bağlam atfedilemeyen renklerin, neden anlamlı olmadığının cevabı verilmeye çalışıldıktan sonra, renk kullanımının anlamlı ve bilinçli bir etkinliğin argümanı olarak görülebileceği durumlara geçilecektir. Bu minvalde rengin 'kavramsal muhtevası' felsefi, sosyolojik, antropolojik ve psikolojik düzeyde kısaca analiz edilmeye çalışılacaktır. Kavramsal muhtevanın tartışılacağı söz konusu temel disiplinlerin, renk olgusuna nasıl yaklaştıkları, rengi hangi parametrelerle tanımladıkları ve tartıştıkları ifade edilecektir. Bununla beraber ikinci bölümde, ilk bölümde rengin sosyolojik imkânı noktasındaki varılmış olan mutabakatla birlikte 'teorik bir yaklaşım arayışı' içinde bulunulacaktır. Bu yaklaşım renk olgusunu temelde iki zemin üzerine oturtacaktır. İmgesel ve sembolik olmak üzere iki zaviye üzerinden okunacak olan renk, gerekli sosyolojik ve felsefi argümanlarla teorik bir şablona dönüştürülmeye çalışılacaktır. Bu bölüm içerisinde yine bazı soruların cevabı aranacaktır. Bunlar; renkler ne zaman imgesel ne zaman sembolik olarak görülebilir? Semboller ve imgeler birbirini etkiler mi ya da birbirinin yerine geçebilirler mi? Sembolleri imgelerden ayıran özellikler nelerdir? Sembolik renkleri ile imgesel renkler hangi felsefi argümanlar üzerinden muamele görür? Niçin renk, etik ve estetik gibi felsefi alanlarda görülür? Rengin kullanım değeri nereden gelir?

Sembolik renk anlamları ile imgesel renk anlamları ne hızda değişir? Bireyler renklere dair kanaatlerini ne zaman esnetebilir, değiştirebilir? gibi sorular sorularak, gündelik hayatta karşılaşılabilecek renklerin nasıl yorumlanabileceğine ya da bu renklerin hangi sosyolojik koşullarla hangi anlamları kazanmış olabileceğine dair fikir yürütülmeye çalışılacaktır. Bu durum, haliyle renk fenomeninin sosyolojik ve felsefi olarak kuramsal bir zemine oturtulmasına bağlı olacaktır.

Üçüncü bölümde ise ikinci bölümde oluşturulmuş kuramsal çerçeve üzerinden renklerin sosyal hayat içerisindeki yeri ele alınacaktır. Renklerin kullanıldığı bütün alanlara ayrı ayrı değinmenin imkânsızlığı ister istemez bir sınırlandırmayı bu bölüm için zorunlu kılmaktadır. Bu noktada ikinci bölümdeki kuramsal bakış açısını destekleyecek özel örnek ve başlıklarla renklerin sosyolojik yönü gündelik hayat üzerinden vurgulanacaktır. Türkiye toplumundan verilen örnekler, kimi zaman başka toplumlardan verilen örneklerle desteklenebilecektir. Burada rengi kullananlar ve rengin kullanım değeri tartışılacaktır. Gündelik yaşam içerisinde din, tarih, moda, siyaset gibi bireyin sürekli etkileşim içerisinde olduğu kurum ve fenomenler üzerinden renkler okunmaya çalışılacaktır. Pratikteki tezahürlerin kuramsal ya da bilişsel bir zemin üzerinden ifade edilebilmesi için ikinci bölümle bu bölüm arasında sosyolojik temellendirme bakımından sıkı bir ilişki olacaktır.

1.BİRİNCİ BÖLÜM: RENGİN SOSYOLOJİK İMKÂNI VE DEĞERİ

Yerli literatürde daha önce sosyolojik metodolojinin ilkeleri göz önünde bulundurularak çalışılmamış olan renk ve toplum ilişkisi[1] geleneksel Türk sosyolojisi pratiğinin kendi bilimsel teamüllerinin bir ürünü olarak görülebilir. Burada temel olarak araştırma nesnesi olan renge gelebilecek ilk eleştiriyi ifade ederek çalışmaya başlamak elzem olacaktır. Bu çalışmanın renk üzerinden toplumu okumaya çalışması onu diğerlerinden daha üstün bir pozisyona sokabilecek mi? Veyahut daha kışkırtıcı bir soruyla, renk ve toplum ilişkisi saptandığı ve betimlendiği takdirde dünya daha yaşanılası bir dünya olacak mı? Şüphesiz bu soruların cevabı, çalışmaya muhatap olanların takdirine bırakılacaktır. Ancak bu çalışmanın doğrudan ya da dolaylı olarak böyle bir amacının olmadığını da belirtmek gerekir. Esasında bu çalışma için Berger ve ekibinin (2000: 17) *Modernleşme ve Bilinç* çalışmasında, altını çizdikleri bir hususa da değinilmelidir. Zira amaç vurgusu noktasında aynı hassasiyet paylaşılmaktadır. Berger ve ekibi, bilinç çözümlemesi için daha önce hiç söylenmemişleri söyleme gibi bir iddialarının olmadığını belirterek, bilinç çözümleme yöntemlerine ilişkin vurgularının; özgüvenden ziyade, bilme ve kavrama hususundaki titizlikten kaynaklandığını ifade ederler. Bu çalışmanın gerek seçtiği konu bakımından gerekse yaptığı vurgular bakımından ısrarcı olarak görülebilecek söylemlerinin altında yatan sebep, Berger'in taşıdığı endişenin taşınmasından dolayıdır. Çalışmadaki temel amaç, gerek Türkiye toplumunda gerekse bir başka toplumda yaşayan bireylerin, kolektif olarak inşa ettikleri bilincin, yaşamın hangi boyutlarına kadar gidebileceğini kavramaktır. Çalışma, normatif veya imgesel kolektivitenin 'gündelik yaşamın her alanında' görülebildiğini iddia eden sosyal bilimcilerin sözünü haklılaştırmanın bir ürünü olarak tecessüm etmiştir. Bir diğer ifadeyle bu çalışma, Becker'in (2014) İtalyan Mutfağı ve sarımsak arasındaki kurduğu bağın 'mantıksal olarak' bir çeşit haklılaştırılmasını amaç edinmektedir.

[1] Türkiye'de rengi sosyolojik düzeyde -doğrudan- inceleyen bir tez veya kitap çalışmasına rastlanılmamıştır. Ancak "renk ve din","renk ve sembol" gibi tematik başlıklarla, gerek şifahi kültürün yazılı bir unsuru olarak görülebilecek, gerekse sosyoloji için yan kaynak olarak algılanabilecek akademik ve akademik olmayan kaynaklar söz konusudur. Sosyoloji ve renk ilişkisine dair yapılmış olan çalışmalardan *Toplumsal Düzenin Oluşmasında Renk ve İletişim* (Özer, 2012) dışında yararlanılabilecek Türkçe bir kaynağa rastlanılmamıştır. Fakat burada vurgulanmaya çalışılan asıl durum, sosyal bilimsel bir retorik olmasına karşın, sosyolojik metodolojinin imkânlarından yararlanılma yoluna pek fazla gidilmediğidir.

Şüphesiz bir toplumun karakteristiğini ve onun aktörlerinin eylemlerini, alışkanlıklarını ve hatta düşünme biçimlerini, tetikleyen birden fazla etken söz konusu olmaktadır. Sosyal bilimciler bu etkenlerin niteliğinden ve niceliğinden ne kadar haberdar ise incelediği yapının değişimini ve o yapının parçası olan bireyin eylemlilik halini o kadar makul gerekçelerle açıklayabilmektedirler. Aksi takdirde makro yaklaşımların telkinlerinde de olduğu gibi özne, toplumsal yapının şekillendirdiği şeyleşmiş robotlar olarak görülebilmektedir. Toplumsal sistemin kendisi incelenirken, sistemin unsurları göz ardı edilebilmektedir. Bu durum haliyle birçok naturalistik sosyologun gördüğü gibi, insanların kendi dünyasını düzenleme ve planlama yeteneğinden çok toplumsal düzen tarafından yaratılmış birer 'ürün' olarak görülmesine sebep olabilmektedir (Poloma, 1993: 19). Zikredilen naturalistik görüş büyük ölçüde bireyi öteleyen, onun 'toplumdan müstakil eyleme biçimlerine' anlam veremeyen ve birey toplum ilişkisini bir kısır döngü içerisine sokan bir görüş olarak eleştirilmektedir. Yapı fail ilişkisinin yanında bu görüş; göz önünde olana değil, gözden ırak olana odaklanmayı öngörmektedir. Hâlbuki bu metin hem göz önünde olana bakmanın, hem de gözden uzak olana bakmanın önemli bir doktrin olduğu varsayımıyla kurgulanmıştır. İlaveten bu çalışma, bireyin eyleme biçimlerinin altında yatan saiklerin gerek psikolojik gerekse sosyolojik yönlerini, kimi zaman toplumu temel alarak kimi zaman da özneyi temel alarak incelemeyi amaç edinmektedir.

Çalışma yukarıdaki amaçlarını gerçekleştirmek için kendisine rengi araştırma konusu olarak belirlemiştir. Renk 'birçok haliyle toplumsal bir sorun' olduğundan (Pastoureau, 2012: 11-12) dolayı renk meselesine yaklaşım tarzı ister istemez sosyal bilimsel retorikle teşekkül edecektir. Bu retoriğin muhtevası temel olarak rengin toplumla girdiği ilişkiyi, toplumsal aktörlerin renklere atfettiği değeri, bu değerlerin yaslandığı meşru epistemolojik verileri -yani renk hikâyelerini- kapsayacaktır. Çalışmanın konusunu ihtiva eden bu verileri kavramak, amacın gerçekleşmesine hizmet edecektir. Ancak öte yandan çalışmanın konusunu oluşturan renk olgusu içindeki şifahi kültürden neşet eden hikâyelere -herhangi bir sosyolojik etkisi yok ise- mümkün ölçüde değinilmeyecektir. Şifahi kültür unsurlarının içerisinde renk konusunda çok fazla karışık, çelişkili, akıl dışı unsurlar da söz konusudur. Bu

hassasiyet üzerinden kurgulanacak bir çalışma, temenni o yöndedir ki yukarıda ifade edilen mikro eğilimlerin sonuçlarına da sebep olmayacaktır.

1.1.Renk Olgusunu Sosyolojik Olarak Okumanın İmkânı

Becker (2014) sadece sarımsak ve İtalyan mutfağı arasında ilişki kurmakla kalmaz, o aynı zamanda konuşma dilindeki tek heceli kelimelerin kullanımı ile işçi sınıfı arasında da bir bağlantı kurar. Becker'in verili koşulların verili sonuçları doğurabileceğine dair öngörüsü, şüphesiz haklılık payı olabilecek bir öngörüdür. Toplumsal koşulların hangi hikâyelerden neşet ettiğini anlamak, hangi unsurların hangi çağrışımlarla hemhal olduğunu kavramak ve eylemlilik hallerinin, tutumların, tarzların ve pozların makul gerekçelerini anlatmak; şüphesiz derinlemesine bir kavrayışı ve ilişki çözümlemesini gerektirmektedir. Genelde hümanistik sosyolojinin mikro eğilimlerini çağrıştıran bu söylemler, ciddi gerekçelere dayanmaktadır.

Mills'in (2015: 17) *Sosyolojik Tahayyül* için, tarih ve biyografi arasında kurduğu bağdan, Weber'in (2012: 17-18) *toplumsal eylem*'in çözümlenmesi için empatiye yaptığı vurguya kadar, birçok metodolojik söylemin nihai amacı; eylemlilik halinin derinlemesine kavranması için yapıların da ötesine geçilmesi gerektiğine[2] dair verileri içinde barındırmaktadır. Böylece birey ve yapının da ötesinde, insanın içinde bulunduğu mekân ve ilişkiye girdiği eşya da önem kazanmaya başlamıştır. İlaveten geç dönem düşünürler içerisinde göstergebilim ve postyapısalcı analizin de temelinde yine bir 'derinlik vurgusu' söz konusu olmaktadır. Sosyal bilimcilerin derinlik endişesinin onları, insandan ve onun bağlı bulunduğu toplumsal yapıdan, eşyaya ve onun insan hayatındaki mahiyetine doğru bir kayışa götürdüğü gözlemlenmektedir.

[2] "Yapıların ötesine geçmek" söylemi genel anlamda postyapısalcı bir söylem olarak algılanabilir. Bu çalışma için "yapı" kavramı postyapısalcıların yapı ile kastettiği şeye gönderme yapmaktadır. Bu durumda yapı kavramının göndermelerinin sadece doğrudan toplumsal yapıya olmadığı, aynı zamanda göstergebilimsel ve dilsel yapılara da kapı araladığını ifade etmek gerekmektedir. Çünkü klasik sosyologlar "yapı" kavramıyla -çoğu zaman- doğrudan toplumsal yapıya gönderme yaparlarken postyapısalcı toplumbilimciler yapı kavramı ile bireyi herhangi bir biçimde etkileyebilen ve şekillendirebilen şeyleşmiş sistemlere atıfta bulunmaktadır. Postyapısalcılar toplumsal yapıdan ziyade dil, sanat, hukuk vs. fenomenlerin de, tıpkı toplumsal yapı gibi bireyi şekillendirme hususiyetlerinin olduğunu vurgularlar. Bu noktada postyapısalcılar, bireyleri şekillendirebilecek unsurlar arasından özellikle dil ve göstergeler üzerine yoğunlaşırlar. Böylece göstergelere toplumsal yapılara atfedilen değerler atfedilir.

Renklerin incelenme çabası bu derinlik endişesinin gün yüzüne çıkması olarak değerlendirilebilir. Ancak bu inceleme biçiminin metodolojik olarak geleneksel naturalistik/pozitivist sosyolojiyle birçok noktada çelişeceği kesin görünmektedir. Nitekim sosyolojinin uzun zaman boyunca birey-yapı ve makro-mikro çözümleme düzeyleri arasındaki diyalektik ilişkiye odaklandığı bilinmektedir. Bu zaman dilimi içerisinde sosyolojinin göstergeler ve dilsel yapılar üzerine derinlemesine odaklanma imkânını bulduğu pek söylenememektedir. Bunun yanında bu çalışma hümanistik sosyolojinin -ana hatlarıyla- bütün söylemleriyle örtüşme iddiasını da taşımamaktadır. Burada gerek naturalistik söylemlerin, gerekse de hümanistik söylemlerin haklılık payı ilerleyen aşamalarda ifade edilecektir. Rengi bazı noktalarda yapısal bir unsur olarak görmek ve onun normatif bir hüviyetle 'biçimlenmiş' olduğunu ifade etmek, çalışmanın geleneksel anlamda yapısal ya da postyapısal bir çözümleme taktiğine kapı araladığını gösterecek olurken, söz konusu normatif değerin ve yapının birey tarafından yeri geldiğinde esnetilebilir bir durumda olması, bireysel aktivite vurgusu yapıldığı anlamına gelebilecektir. Bu durum ise çoğu zaman sistem-birey ilişkisi düzeyinde bir bilim peygamberinin ya da papazının kabul edilemeyeceği anlamını taşıyacaktır. Ancak bu tip çalışmalar için bir çeşit entelektüel Nihilizm diye adlandırılan eğilimlerden kaçınmak ya da en azından bunun içerisinde kaybolmamak da önemli bir unsur olarak görülmektedir.

Renklerin sosyolojik imkânına dair yapılacak olan göndermeler klasik ve modern sosyoloji içerisinde kendisine az da olsa referans bulabilir. Fakat bu referansın ilk ve orta dönemler sosyolojisi içerisinde kendisini açıkça beyan etmeyeceği de tahmin edilebilir. Ancak son dönemler[3] içerisinde, çeşitli kuramsal ve felsefi eğilimler, renklerin çalışılmasına salık verebilecek fazlaca temayülü içerisinde barındırmaktadır. Örneğin, Baudrillard (2014) renk konusunda doğrudan çalışan sosyologlardan birisidir. Bunun yanında postmodernist veya postyapısalcı olarak anılabilecek diğer birçok sosyolog, renklerin de üzerine oturtulabileceği 'dil

[3] "Son dönemler"den kastedilen şey Postyapısalcılık ve onun daha özgürlükçü bir şekli olan postmodernizimdir. Burada son dönemler sosyolojisi denmesi açık bir şekilde modernizm-postmodernizm ya da yapısalcılık-postyapısalcılık tartışmasına girmeme arzusundan dolayıdır. Sosyolojideki sonu gelmez tartışmaların bir taraftarı olmak yerine, bu tartışmaların çıkışındaki kırılma noktalarını kabul edip temel varsayımlar üzerinden ilerlemek bu çalışmanın amacı için daha makul görünmektedir.

felsefesine'dair yapıtlar üretmiştir. Dil felsefesi genel olarak içerisinde renk felsefesini de barındırabilecek nitelikte olduğu için (Wittgenstein, 2007) dil felsefesi üzerinden toplumu anlamak isteyen sosyologlar ya da felsefeciler potansiyel bir renk çalışıcılar olarak algılanabilirler. Postyapısalcı sosyologların dillere/göstergelere vermiş olduğu bu önem renk çalışmalarını metodolojik ve epistemolojik düzeyde daha olası kılmaktadır. Çünkü özellikle 'göstergebilim değişik anlatım biçimleri arasındaki ilişkileri incelemektedir ve göstergebilimin soyutlama düzeyinin çok yüksek olduğu bilinmektedir. Anlam nereden gelir, nasıl bir işlevi vardır; nasıl betimlenir gibi sorular sorarak, anlam dizgelerinin nasıl sınıflandırılacağına ve değerlendirileceğine dair cevaplar aramaya çalışmaktadır' (Gümüş, 2012: 32).

Postyapısalcı eğilimlerin yanında, renklerin sosyolojik olarak çalışılabilirliğini ortaya koymak için bir başka meseleye daha değinilebilir. Burada özellikle internet mecrasında dolaşan bir malumatı[4] vererek rengin sosyolojik imkânı için bir tespiti ortaya koymak gerekecektir. Bu malumat, çamaşır makinesinin emperyalist veya post-emperyalist savaşların sebeplerinden birisi olduğu yönündedir. İlk görüşte düşündürücü, hatta şaşırtıcı gelen bu malumatın içeriğini vermek faydalı olacaktır.

> *1950'lere kadar Batıda hemen hemen bugünkü halini almış olan çamaşır makinesi, Avrupa ve Amerika'da kadınları, gündelik yaşamını kolaylaştırmak namına oldukça rahatlattı. Kadının gündelik yaşamında boş zamanlar olarak addedilebilecek zamanın fazlalaşması doğal olarak'kadın işgücünün' üretim faaliyetine katkıda bulunmasını daha da kolaylaştırdı. Nitekim kadınlar 1950'lerden sonra daha fazla üretim sürecine dâhil olmaya başladılar. Kadınların katılımıyla endüstrideki işgücü yapısının değişmesi ve işgücünün artması, üretim imkânlarını bir yerden kolaylaştırırken bir yerden de üretim potansiyelini genişletti. İlaveten üretimin gittikçe artması, hammadde gereksinimlerini ona mukabil artırdı. Hammadde ihtiyacı artan Batı (belki de Amerika) özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında emperyalist ya da post-emperyalist savaşların-teşebbüslerin peşine düşmeye başladı.*

Çamaşır makinesinden savaşlara kadar giden bir alegorinin, realitenin, bilginin ya da malumatın özeti budur. Peki, bu malumat ne kadar gerçektir? Ya da bu anlatılan hikâyeye göre mesela; II. Körfez Savaşı'na 'sadece' çamaşır makinesi mi sebep

[4] Bu malumat herhangi bir akademik yayın platformunda değil internet ortamında; forum sitelerinde paylaşılmaktadır. Yani bilimsel değerine kuşku ile bakılmaktadır.Bu çalışmada bu bilginin paylaşılmasını sebebi, verili koşullar arasındaki bağlantının çok farklı varyasyonlarının olabileceğini ortaya koyma arzusundandır. Bu bilgi, gerçek bir bilgidir iddiasıyla paylaşılmamıştır.

oldu? Şüphesiz olmadı. Ama bu hikâyenin ve aradaki bağlantıların gerçekliği aşikâr olmasa da makuldür. Söz gelimi II. Körfez Savaşı'nı tetikleyen belki de binlerce sebepten birisi bu olabilir. Bu malumatın kaynağı mesabesinde olan 'internet', bilim insanları için bir önyargı teşkil edebilmektedir. İnternette milyarlarca malumatın söz konusu olması, sanal ortamda her isteyenin her istediği şekilde malumat üretme inisiyatifine haiz olması, nitekim bu üretimin kimi zaman liseli gençlerin öngörülerine -bile- bağlı olabilmesi; onu, yayımlandığı sanal mekânın koşullarına binaen kıymetsiz ve mesnetsiz bir kimliğe bürüyebilir. Ancak bilinmesi gereken husus şudur ki Arslan'ın da (2007: 16-17) ifade ettiği üzere, bilgi toplumsal bir fenomendir ve enformasyonla (malumat) aynı şey değildir. Enformasyon bilginin üretilmesi için evvelden zaruri bir şekilde var olmalıdır. İnternetten çıkan ya da ondan mülhem bu gibi malumatlar, bilginin üretilmesi için çağımız adına önemli bir alanı kapsamaktadır.

II. Körfez Savaşı'nın altındaki sebepleri mümkün olduğunca iyi anlamak isteyen birisinin yukarıda zikredilen durumu göz önünde bulundurması ölçülü bir tutum olabilir. Analitik düşünceye bu kadar önem veren bir siyaset bilimcinin II. Körfez Savaşı'nı, George W. Bush'un salt kendi fantastik eğilimlerinin bir sonucu olarak yorumlaması muhtemelen beklenemez. Böylece siyaset bilimci popülist söylem sahiplerinden, mesleki birikimi ve analitik düşünebilme yeteneği ile ayrılabilir. İşte bu sebepten ötürüdür ki sosyal bilimcinin anlamak istediği meselenin üzerinde derinlemesine düşünmesi; onu bir mesele hakkında peşin hükümlülükten, popüler analiz içeriklerinden, bilgiyi doğuran malumatları göz ardı etmekten ve hassaten 'tamamıyla yanlış analiz etme' riskinden koruyabilecektir.

Sosyologların en önemli amacını teşkil eden toplumu anlamak ve anlatmak çabası toplumsal yaşamın bütün bileşenlerinin göz önünde bulundurulmasını gerektirmektedir. Sosyal bilimci; bir toplumun karakteristiğini, nesnelerle olan münasebetini, imgelerinin nasıl şekillendiğini, hafızasının kolay değişip değişmediğini anlamak istediğinde; onun renk, şiir, büyü, astroloji vs. daha önce el değmemiş konular üzerinden –antropolojik, psikolojik ya da metafiziksel olsun fark etmez- çalışması makul görülebilir. Böylece sosyal bilimci, bilimsel uzmanlaşmanın doğurmuş olduğu dar kavramsal ve kuramsal sahadan toplumsal hayatın gerçekliğini

ihtiva eden bütün alanlara girebilir. Alegorik olarak ifade etmek gerekirse; sosyal bilimci, kuramsal sahadan çıkıp toprağa ayak basma imkânı bulabilir. Topluma dokunabilir. Böylece bilim insanının, kendi bağlı bulunduğu bilim cemaatinin kavramları üzerinden istikrarlı bir şekilde aynı ya da farklı muhteviyatla, sığ bir retorik üreten eylemci haline dönüşmesi beklenemez. Bunun yanında bilim insanından, hakikat ve bilgi için sanattan kozmolojiye kadar hayatın bütün boyutlarını göz önünde bulundurması beklenebilir. Tüm bunların akabinde; bir sosyal bilimci tarafından renkler adına yürütülecek herhangi bir çalışmanın, söz konusu bu misyon ve vizyona hizmet etmesi amacıyla tasarlandığı düşünülebilir.

Fenomenlerin toplumla bir ilişkisinin olması, toplum içerisindeki bireyin tutumlarını, davranışlarını ve düşünme biçimlerini etkilemesi, onun her zaman araştırmaya değer bir yanının olduğu anlamına gelmektedir. Ancak bir fenomenin toplumla ilişki içerisinde olması onun bilimsel olarak 'araştırılabileceği' anlamına gelir mi? Yani bu çalışma için sormak gerekirse: Renk olgusu bilimsel olarak irdelenebilir mi? Bu durum renkler için söz konusu olabilir. Çünkü renk, birçok haliyle insan ilişkisinin ve toplumsal hayatın görünen bir paydasıdır (Yu, 2014: 51). Amerika'da siyahîlerin mücadele alanını oluşturan şeyden, Türk milliyetçilerinin 'sarı kırmızı yeşil'[5] yaklaşımına kadar hayatın birçok alanında hem sembolik hem de imgesel düzeyde toplumsal bir gerçeklik söz konusudur. Din, aile, intihar, göç gibi olgular bilimsel olarak ne kadar araştırılabilirse, renk olgusu da bilimsel olarak o kadar araştırılabilecek niteliktedir. Çin'de, Japonya'da, Arap Coğrafyası'nda ve Avrupa'da rengin sosyolojik boyutlarının analiz edilmeye çalışılması, hatta Berkeley Üniversitesi gibi kimi köklü kurumlarda, renk araştırma enstitülerinin kurulması -*The World Color Survey*- ilaveten yapılan çalışmaların sosyal bilimciler eliyle yürütülmesi; bu meselenin hemen her toplum için az ya da çok sosyolojik bir damarının olduğu anlamını taşımaktadır. Bu damarın metodolojik olarak başka

[5] Sarı kırmızı yeşil renk üçlemesi bilindiği üzere Türkiye'de özellikle milliyetçi camia tarafından PKK terör örgütüyle ilişkilendirilmektedir. Bu algıya örnek olması bağlamında Çankırı'da geçen bir olaya değinmek faydalı olacaktır. Bir tespih satıcısının imamesinde Türk Bayrağı olan tespihler satması ve üç kişinin satıcıdan onun yerine imamesinde PKK'nın renkleri olan bir tespih istemeleri neticesinde çıkan kavganın akabinde yaklaşık 500 kişi protesto bağlamında emniyete doğru yürümüştür. Polis kalabalığı havaya ateş açarak dağıtmıştır(www.aljazeera.com.tr.).

coğrafyalarda irdelenebilmesi, onun sosyolojik yöntemlerle Türkiye'de de okunabileceği anlamını taşımaktadır.

Kabaca renk olgusuna bakıldığında anlamsal ve/veya imgesel noktada oldukça değişkenlik gösterdiği tahmin edilebilir bir gerçektir. Siyahın her toplumda aynı anlamı taşımaması, aynı toplumda farklı tarihsel süreçler içerisinde farklı anlamları işgal etmesi, hatta belirli ve sınırlı bir periyotta aynı toplumun müntesipleri arasında farklı anlamlara gelebilmesi, bu olguyu okumanın zorluğunu ortaya koymaktadır. Fakat Foucault'nun (2007: 121-129) iktidar ilişkileriyle cinsellik arasında kurduğu bağ aynı ilişkiselliğe sahip değil midir? Oradaki bağımlı-bağımsız değişkenlerle buradaki değişkenlerin benzer olması esasen aynı metodolojik zorluğu içermektedir. Haliyle bu çalışma, o noktada kendisini ifade edebilmek için zorluklar çekecektir. Ancak renk gibi spesifik ve değişken konularda çalışan birçok sosyal bilimcinin olduğu da aşikârdır (Baudrillard, 2014; Al-Adaileh, 2012; Elgenius, 2005; Pastoureau, 2012; Pastoureau, 2005; Singh, 2006). Weber ile beraber çalışan antropolog Mauss'un (2011: 55-56) büyücülük üzerine yaptığı çalışmalar ve bununla beraber ondan öncekilerin bir büyü teorisi ortaya koyması, esasen toplumla ilişkisi olan birçok metafizik öğenin bile reel bir karakteristiği olduğunu ortaya koymaktadır. Ne büyücülük olgusunun ne de renk olgusunun karakterine bakıldığında bir değişmezlik veya mutlaklık söz konusu değildir. Esasen toplumsal değişme dinamikleri göz önüne alındığında hiçbir toplumsal fenomenin sabit olma gibi bir durumu da söz konusu değildir. Nitekim Einstein'nin izafiyet teorisinden sonra, Newton'un bilimsel kültü haline gelen 'sabit yasa mantığı' sadece felsefe ve sosyal bilimlerde değil, doğa bilimlerinde de önemli ölçüde değerini yitirmiş vaziyettedir. Ancak her bilimsel paradigmanın sırtını yasladığı bir 'sabite' halen söz konusudur ve olmalıdır. Suyun, coğrafi şartlara göre farklı derecelerde kaynadığını kanıtlayan doğa bilimcilerinin, burada yasanın değişkenliğini kanıtladıkları görülürken, bu önermeyi ispatlayabilmek için kendilerine bir 'sıfır derece' tanımı yapmaları, onların zaruri bir şekilde -deney, gözlem ve önerme için- bir sabite üretmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Renkleri farklı disiplinlerle inceleyen bilim adamları ve felsefeciler onun birçok değişken yönüne atıfta bulunmuştur. Bu değişkenlik hem renklerin algılanışı

düzeyinde hem de toplumsal hayatın farklı fraksiyonları düzeyinde vurgulanmıştır. Burada rengin ekonomik göstergesinden (Amsteus, Al-Shaaban, Wallin, & Sjöqvist, 2015), tarihi değerine kadar (Pastoureau, 2005 & 2012) sosyal bilimlerle ilişkili olan diğer anabilim dallarının çalışmaları söz konusudur. Esasında sosyal bilimcilerin hepsinin okuma biçimleri temel olarak sosyoloji parametreleriyle bağdaşmaktadır. Bu durum yapılacak çalışmalar için İngilizce anlayan dünyaya yeterince yan kaynak sağlayacaktır. Ne var ki 'başka alanlarda çalışan insanların –görsel sanatçılar, romancılar, oyun yazarları, fotoğrafçılar ve film yapanlar- ve sıradan insanların toplumu temsil etme biçimlerini dikkate almak, sosyal bilimcinin gerçekte işine yarayabilecek' analitik boyutları ihtiva etmektedir (Becker, 2016: 27). Onun içindir ki burada renkler incelenirken, başka alanlarda toplumu resmetme gayesi güden insanların şablonları göz ardı edilmeyecektir.

İnsanların zihinlerinde, onları harekete geçirecek olan renk algılarının oluşması, hem sosyolojik hem de psikolojik dürtülere dayanmaktadır. Sosyolojide olmasa da psikolojide bu durumu anlatan oldukça fazla kaynak söz konusudur. Rengin bireyi antik zamanlardan beri etkilediği bilinmekle beraber (Yu, 2014: 50) bunun toplumsal yönüne çok az dikkat çekilmiştir. Ama özellikle son iki yüz yıldan beri birçok sosyal bilimci, renkler tarihçisi *Pastoureau* (2005: 7-11) gibi renklerin psikolojik yönünün yanında 'toplumsal bir fenomen' olduğuna da hüküm vermektedirler. Bu fenomen üzerine yapılmış sosyal bilimsel çalışmalar, bu çalışmanın metodolojik olarak yapılabilirliğine bir yerden temel oluştururken, bir yerden de onların bu çalışmayı epistemolojik olarak desteklemesi kaçınılmaz görülmektedir.

1.2.Renk Olgusunu Sosyolojik Olarak Okumanın Zorlukları

Rengin sosyolojik olarak okunmasında -yabancı menşeli olsa da- birçok kaynak ve referans söz konusu olmasına rağmen, rengin okunmasındaki bazı güçlükler; bu alan üzerinde çalışan hemen herkesin malumudur. Rengin temelde bu çalışma için -yerli literatürün az olmasının yanında- karşılaştığı en temel problem, onun ele avuca sığmaz farklı yorumlama biçimleri üzerinden dillendirilmesidir. Hemen her otoritenin 'kendince' bir yorum yapması, renk işlevinin bilimsel bir mantıktan ziyade sözlü gelenekler üzerinden açıklanması; renk olgusunun

tanımından, anlam ve işlevine kadar uç noktalarda değerlendirmelerin oluşmasına sebebiyet vermektedir. Mesela 'siyahın Türk mitolojisinde belirli anlamlar ifade ettiği, fakat tarihte bu rengin olumludan olumsuza çok değişik anlamlarda kullanıldığı' bilinmektedir (Mazlum, 2011: 130). Aynı rengin hem tarihsel süreç içerisinde aldığı farklı anlamların hem de aynı zaman dilimi içerisinde kişilerce atfedilen farklı anlamların mevcudiyeti, sadece Türkiye toplumu adına değil aynı zamanda başka toplumlar adına da söz konusudur.

Anlamsal farklılaşmanın bir okuma engeli teşkil edeceği kesin olmakla beraber, yukarıda da zikredildiği üzere bu tip pozitivist bir yönelim içerisinde olunmayacağını tekrardan ifade etmek gerekecektir. Burada değişimler göz önünde bulundurularak belirli tarihsel periyotlar arasında renge atfedilen anlamların müşterek bir hikâyeyi temsil etmesi ya da bir imge düzeyinde renk algısının ortaklığının söz konusu olması, asıl duruş noktasını belirleyecektir. Zira rengin tarihsel süreç içerisinde imgesel ve sembolik olarak sürekli bir değişim geçirdiği birçok çalışmacının hem kabul ettiği hem de muzdarip olduğu bir meseledir.[6] Renklerin kimi zaman kendinden müstakil bir değer taşıması, bir anlamda onun nominalist yönünü ortaya koymaktadır. Nominalist görüşe göre fenomenler var olmasına rağmen bireylerin bilinçleri üzerinde bağımsız etkileri söz konusu değildir (Ritzer, 2013: 210). Onlar bir nevi bizim kendi yaratımlarımızdır. Bu nominalist tanımlama biçimi, birçok noktada anlayış geliştirmek için ilerleyen safhalarda daha detaylı bir şekilde ele alınacaktır. Ancak bilgi felsefesinde nominalizmin karşısında bulunan realizm, kavramların dış dünyada karşılık geldiği gerçekliklerin, söz konusu olduğu iddiasındadır. Bu görüşün geçerli olabileceği ihtimaller de yine ilerleyen bölümlerde ifade edilecektir.

[6]Renklerin tarihi konusunda çalışan Pastoureau bir rengin çağlar boyunca geçirdiği değişimi göstermek ve rengin hikâyesini anlatmak için çalışmalar yapmıştır. Burada çalıştığı renklerin ne sembolik olarak ne de imgesel olarak bir sabitesinin olmadığı görülmektedir. Bkz. (2005) ve (2012)

2. İKİNCİ BÖLÜM: SEMBOLİK VE İMGESEL RENKLER

Renkler farklı disiplinler tarafından etraflıca tartışılmıştır. Bunlardan birisi felsefedir. Felsefecilerden Wittgenstein (2007) rengi mantıksal ve olgusal olarak tartıştıktan sonra, bizim kendi tanımlamalarımızın rengi var ettiğini söyleyerek onu *Dil Oyunları'*yla bağdaştırır. Burada anlamın gramer tarafından saklı tutulduğu vurgusu söz konusudur. Altın ya da sütün renginin ne olduğu bireylerin ve gurupların tercihlerine bırakılmamıştır. Dil, gramer aracılığı ile rengi belirlediği için "sarı ya da beyaz" cevabı verildiğinde bu doğru kabul edilmiş olur (Delice, 2013: 108). Bu durum ise doğrudan Dil Oyunları'na işaret eder. Yani söz konusu sütün beyaz olması ona beyaz yakıştırması yapıldığı için veya dil öyle öngördüğü için beyazdır. Zira Türkçede, selüloz kâğıdı beyazıyla -beyaz defter kâğıdı rengi- süt beyazı arasında ton olarak bir fark vardır. Süt beyazı belki bir ton belki de iki ton daha sarımsı olmasına rağmen her ikisi de beyaz olarak adlandırılmaktadır. Bunun için "renklerin kesintisiz tayfı sözcükler aracılığıyla bir dizi kesintili öğeye indiril[ebilmektedir]" (Barthes, 1979: 58). Dolayısıyla bu durum dil denilen şeyin imkânları dâhilinde nesnelere yaklaşabildiğimizi ortaya koymaktadır.

Renklerle ilgili çalışma yapan bir diğer düşünür Goethe "rengi genel geçerli doğa formülleri arasında en iyi görülebilen ve kavranabilen, göz organını anlamlaştıran ve böylece göz duyusuna hitap eden en temel doğa olgusudur" (Aktaran: Tokdil, 2016: 550) şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanımlama ise Wittgenstein'den farklı olarak rengin optiksel boyutuna işaret etmektedir. Wittgenstein, rengin optiksel boyutunu analiz etmekle beraber, kendisinin felsefi vurgusu olan *Dil Oyunları*'yla olan ilişkisini öne çıkarır. Fakat her halükarda renkle ilgili felsefi zeminde bir şeyler üreten birçok büyük düşünürün ve sanatçının ilham aldığı başlangıç noktası Newton'dur. Newton ışığı rengin kaynağı olarak tanımladı ve dolayısıyla onu; sanat geleneğinden bağımsız, matematiksel verilerle ve rakamlarla ifade etti. Böylece renk, sanattan ziyade fizik, fizyoloji, kimya, biyoloji, psikoloji ve sosyoloji'nin inceleme alanına da girmiş, sanatla bilimin yolu renk konusunda kesişmiştir (Avcı, 2014: 54). Newton'dan sonra gelen birçok araştırmacı, uzun yıllar renk ile ilgili çalışmasını rengin fiziksel –belki de optiksel- boyutu kulvarından birşeyler çıkarma üzerine kurgulamıştır.

Felsefe ve fiziğin yanında renkle ilgili ciddi çalışmalar yapılan diğer disiplin psikolojidir. Psikologlar rengin daha çok algısal düzeydeki etkileri üzerine eğilmekle beraber (Çitoğlu, 2008: 23-24), renklerin felsefi ve fiziksel özelliklerini göz ardı etmemeye çalışmaktadırlar. Onlar Newton ya da Goethe'nin çalışmalarına değer vermektedirler ve daha önce Newton'un da yaptığı gibi renkler üzerinde sıcak (kırmızı-sarı) ve soğuk (mavi-yeşil) renkler diye ayrım yapmaktadırlar (Singh, 2006: 783). Psikolojide bazen 'psikolojik determinizm' eğilimleri söz konusu olsa da psikologlar genel olarak renklerin etki alanı hakkında peşin hükümlülükten kaçınmaktadırlar. Sosyal teorideki psikolojik indirgemecilerin tutum ve davranışları 'önceden düzenlenmiş' unsurlar olarak görmesi (Ritzer, 2013: 212) gibi renk konusunda da psikolojik yaklaşımların bazen kesinlikçi ve evrensel olabildiği görülebilmektedir. Psikologların bir kısmının nadiren de olsa düşmüş olduğu bu yanılgı, faraza pembe renk ürkütücüdür, sevimlidir, şehvetle ilintilidir, iştah açıcıdır gibi yargılara ulaşılmasına sebebiyet vermektedir. Oysaki farklı toplumlarda yapılan çalışmaların birbirini doğrulamak noktasında bir geçerliliği söz konusu değildir.[7] Bunlar sadece, belirli toplumlarda, belirli tarihsel süreçlerde, bir takım insanların yargılarını içeren sonuçları ihtiva etmektedir.

Psikologların yanında antropologlar, iletişimciler, reklamcılar, pazarlamacılar hatta teologlar gibi hayatın her alanında var olan gizemin bir yönünü çözmekle mükellef bilim adamları; rengin gizemi, etkisi, hikâyesi ve estetiği üzerinde mesai teksif etmektedirler. Ancak bunların renklerle ilgili görüşlerine burada tek tek değinmek bu çalışmanın amacının sapmasına neden olabilir. Bunun yanında öznel fikirler üzerinde durmanın da büyük oranda yersiz olabileceği düşünülebilir. Toplumu bireysel tahayyül gücünden ziyade toplumsal tahayyül gücü var ettiği için (Sarıbay, 2014: 51) burada sosyoloji ile irtibatı güçlü olmayan bireysel tanımlama ve betimleme biçimleri üzerinde durmamak gerekir. Onun içindir ki rengin kısaca sosyolojik bir tanımını yapmak –belki de sosyolojik muhtevasını vermek- onu derinlemesine incelemek ve toplumsal hayat içerisinde rengin 'toplumun neresinde' olduğunu anlamak açısından faydalı olacaktır. Zira gündelik hayat içerisinde,

[7] Bu konuyla ilgili iki ayrı psikolojik çalışmayı karşılaştırmak için bkz. (Cohen, 2013) ve (Philipona & O'regan, 2006)

renklerle sürekli ilişki içerisinde olan toplumsal aktörlerin, renklerin fiziksel değeri ile ilgilenmedikleri, renklerden hangi rengin hangi renge katılması nihayetinde oluştuğunu düşünmedikleri ya da Newton ile Goethe arasındaki renk çözümleme farklılıkları üzerinde durmadıkları aşikârdır. Bu çalışma için toplumsal aktörün renkle olan ilişkisinin sembolik-imgesel ya da etik-estetik düzeyinde cereyan ettiğini ifade ederek kısa bir 'sosyolojik renk tanımını' yapmak gerekmektedir.

Bir toplumsal aktör için renk; var olan 'normatif yapı ve sistemin öğrettiği bilgiler eşliğinde, etik ya da estetik algının sınırları dâhilinde; iyi-kötü ya da güzel-çirkin yakıştırmalarının yapılabileceği; evrendeki varlığın gözdeki oluşumudur. Bu noktada renk, ürettiği sembolizasyon ve imge ile toplumsal hayatta normatif sistemin bir parçası olarak bir yerden normatif figür üretebilen, bir yerden de normatif figürün bir parçası olabilen fiziksel bir unsur olarak görülebilir. Onun teknik yapısını ihtiva eden ışık, bir toplumsal aktörün ilgi alanı dâhilinde olan bir şey değildir. Tıpkı fenomenologların fiziki dünya ile sosyal dünyayı ayırması (Slattery, 2014: 232) gibi toplumsal aktörler, bir gündelik yaşam pratiği olarak bu noktada fiziki dünyanın yasalarıyla ilgilenmemektedir. Sokağa çıkıp, "Renk nedir?" Sorusu sorulduğunda muhtemelen onun derin fiziksel oluşumundan ya da ışıkla olan ilişkisinden bahsedilmeyecektir. Renk görüntüdür, renk kimliktir gibi onun tinsel ve spektrumsal özellikleri üzerinden değil, en kaba haliyle rengin muhatap olduğu duyu organıyla olan münasebeti üzerinden bir değerlendirme yapılacaktır. Rengin bu ifade ediliş tarzının altında şüphesiz soruya muhatap olan bireyin; evren, madde ve toplum tasarımının sınırlılığı söz konusu olacaktır. Evren, madde ve toplum tasarımı ise bireye bizatihi içinde yaşadığı toplum tarafından aşılandığı için herhangi bir birey; rengi tanımlarken ve onu düşünürken, gözlerinden ve kulaklarından aksetmiş olan toplumsal bilgi stoklarıyla ona karşı yaklaşacak, onu çok detaylı olmamak kaydıyla bir 'bizlik bilinci' üzerinden düşünebilecektir. Çünkü renk olgusu 'birçok haliyle toplumsal bir fenomendir' (Pastoureau, 2005: 94-95). Dolayısıyla birey, renk ve eşya arasındaki ilişkiyi mevcut toplumsal bilgi stokları üzerinden değerlendirme yoluna gidebilecektir. Pembe pantolonlu asker; komiktir, siyah deniz; acayiptir, kızıl İslamcı; saçmadır gibi yorumlar ürettirebilecek olan zihinsel arka plan; toplumsal alandan edinilen bilgi stoklarının nispi bir görünümü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu noktada toplumsal aktör, fiziksel olarak rengin ne olduğuna cevap veremese de renk, eşya ve olgu arasındaki ilişkinin ne olması gerektiğinin cevabını vermeye her zaman muktedirdir. Bu süreçte sosyolojinin üzerine düşen temel misyon, rengin fiziksel özelliklerini incelemek değil, toplumsal aktörün renk üzerinden girdiği ilişki biçimlerini ve tarzlarını incelemek gibi görünmektedir.

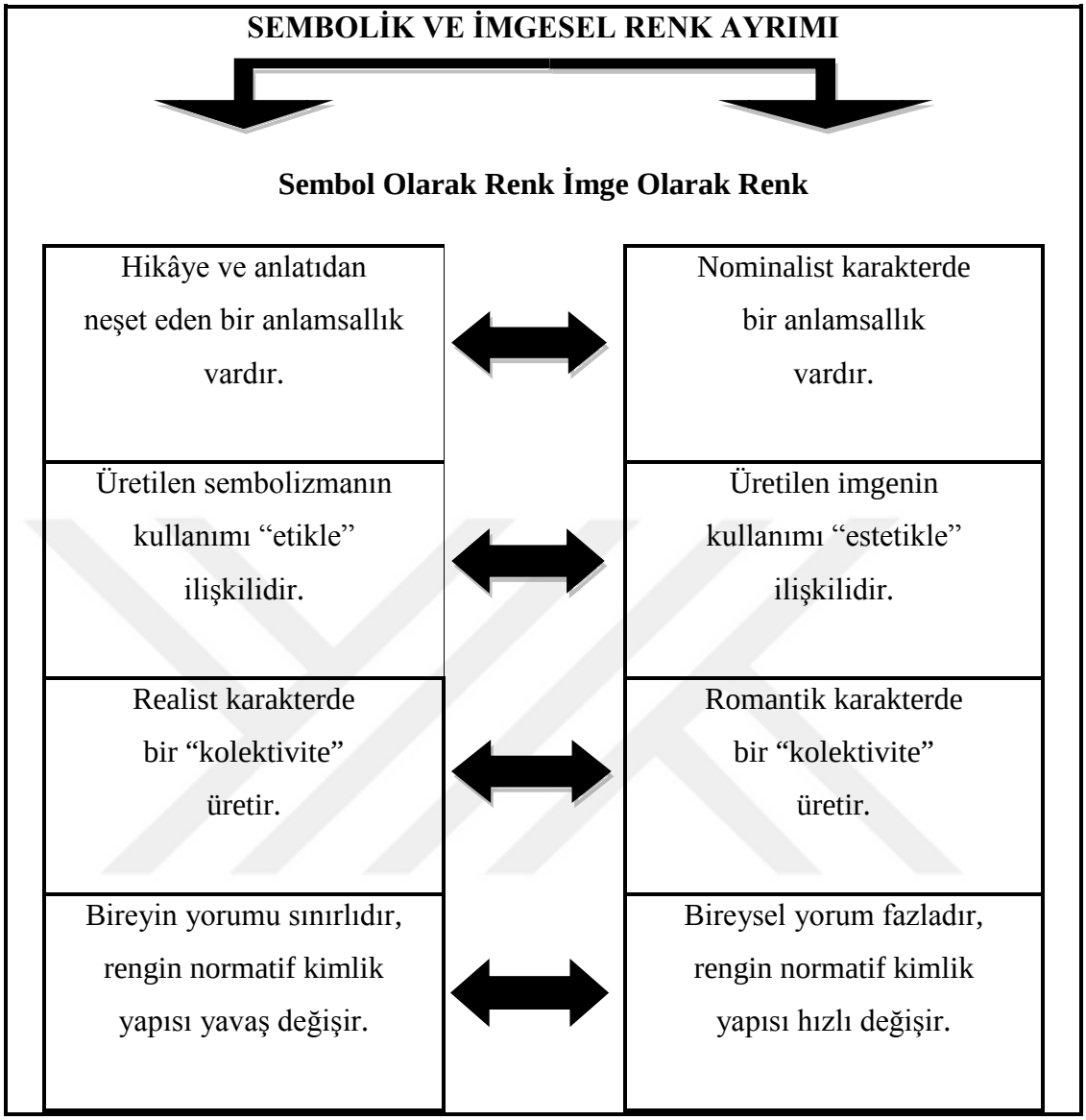
Rengin tanımını kolayca yapamamasına rağmen nesne-zihin üzerindeki 'anlamını-anlamsızlığını' bilen aktörler; renge genel olarak iki düzeyde 'anlamlı etkinliklerin' birer parçası olarak yaklaşmaktadırlar. Bunlar, kısmen etik ve estetikle ilişkili 'imge' ve 'semboldür'. İmgesel ve sembolik düzeyin de dışına çıkan durumlarda bir anlamlı ve bilinçli etkinliğin söz konusu olmadığı görülmektedir. Tıpkı sosyal teoride de sıklıkla vurgulandığı üzere her tutum ve eylemin altında rasyonel gerekçeler ya da bir bilinçlilik hali söz konusu olmayabilir. Bundan dolayıdır ki renk kullanımı ve değerlendirmeleri her zaman anlamlı ve bilinçli etkinlikler üzerinden gerçekleşmeyebilir. Zaten kültürel teoride çalışan sosyal bilimciler de renkleri, anlam atfedilen renkler üzerinden okumaktadırlar (Yu, 2014: 52). Onlar bir bilinçlilik hali söz konusu olmayan tercihler üzerinde odaklanmamaktadırlar. Söz gelimi yeşil, İslam ile bağdaştırıldığı için "yeşil sermaye" kavramı sembolik bir anlamı ihtiva etmektedir. Çünkü sermaye kavramının kendisi varlık âleminde gözlemlenebilecek, tahlil edilebilecek bir olgudur. Elle tutulur, gözle görülür bir unsurdur. Dolayısıyla yeşil sembolünün hikâyesi İslam'dır ya da İslam öğretisinin içerisindedir. Bu sembolün bir imge oluşturabildiği de düşünülebilir. Çini sanatındaki yeşil baskınlığı bir sembolün sanatçı imgelemine olan tesiri olarak okunabilir. Ancak bunun aynı zamanda duvardaki bir sembol olarak okunması için hiçbir sakınca yoktur. Sonuç olarak hem 'yeşil sermayenin' hem de 'yeşil çininin' anlamlılık arz eden birer imge ve/veya sembol olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Ancak bir Müslümanın ucuz diye yeşil bir araba alması bu durumların dışına çıkar ve bu eylemlilik hali anlamlı ve bilinçli bir etkinlik olarak görülemeyeceği gibi bunun doğrudan rengin sosyolojik bağlamında değerlendirilmesi de beklenemez.

İmge en kaba haliyle, hayal ürünü olan, hayalle ilgili olan; şeyler bütünü olarak tanımlanabilir. Ancak imge, sembol gibi belirli toplumsal şartların nihayetinde

oluşsa da bir hikâyesi yoktur, tamamen kolektif bir yakıştırmadır. Saussure, imgenin temsil ettiği durumun zorunlu bir koşuldan dolayı değil, dilsel sebeplerden ötürü meydana geldiğini ifade etmektedir. Bu noktada imgesel durumu göstergenin nedensizliği olarak tanımlar (Altınörs, 2000: 37). İmge ve sembolün tekabül ettiği unsurları birbirinden ayırt etmek zor olsa da genel itibariyle imge, hayali veya zihinsel olarak soyutlanmış şekillerde karşımıza çıkarken; sembol, somut ve nesne düzeyinde karşımıza çıkmaktadır. Mesela 'kara bahtım, alnına kara sürdü, kara kedi girdi' gibi çağrışımları sembolik durumlarla açıklayabilecek argümanlar yetersizdir. Burada bir imge söz konusudur. Bu imge oluşumu yine toplumsal şartlar ile oluşsa da onun sistematik bir açıklaması söz konusu olmayabilir. İmgesel süreçlerin açıklanması çoğu zaman sistematiklikten uzak olmasına rağmen bunların kullanım noktasında kendi içerisinde bir sabitlik üretmediğini söylemek zordur. Özellikle dil düzeni içerisinde kalıplaşmış ifadeler renkler üzerinden kendisini gösterebilmektedir. Misal vermek gerekirse "kara bahtım" deyimi kendi içerisinde bir değer oluşturabilirken; "siyah bahtım" dil sistematiğinin ihlalinden dolayı herhangi bir temsiliyete sahip olmamaktadır. Fakat aynı siyah, Antik Romalılar için kara'nın da bir temsilcisi olabilmekteydi. Romalılar "siyah gün" deyimi ile "karagün" ifadesini temin edebilecek dil düzenine sahiplerdi (Pastoureau, 2012: 40-44). Ancak burada Türkçe için 'siyah' kelimesinin hangi şartlardan ötürü 'kara' kelimesinin yerine ikame edilemediğinin cevabı verilememektedir. Sonuç olarak imgeler sosyal bilimcilere doğuşu ve kaynağı bakımından sistematik bir analiz imkânı vermese bile onlar, kendi içerisinde bir ifade sistematiği üretebilmektedirler. Kara kelimesi üzerinde sağlanmış olan konsensüs, dil felsefesinin ve bilhassa dil sosyolojisinin ilgi alanına girmektedir. Bununla beraber "kara"daki anlamsal uzlaşma daha birçok farklı renk isminde ve kullanımında aynı şekilde söz konusu olabilmektedir.

İslam ve yeşil irtibatında olduğu gibi tüm sembolik renklerde her şeyden önce bir hikâye ve nedensellik söz konusudur. Burada, anlamlı etkinliklerin bir parçası olarak görülebilecek bu tür edimlere değinmek daha makul görülmektedir. Zira Cirlot'un *A Dictionary of Symbols* (2001) adlı çalışmasının giriş bölümünde değindiği üzere, herhangi bir rengin analiz maksadıyla ele alınması, onun 'sembolik bileşenleriyle' *–symbolic components-* ve 'metafiziksel anlamıyla' *–metaphysical meaning-* karşı karşıya gelineceği anlamını taşımaktadır. Yani her halükarda

incelenecek husus metafiziksel bir alanı işgal etse bile orada olumlu ya da olumsuz 'anlamların-çağrışımların söz konusu olması gerekmektedir'. Renk konusunda sembolizm bir kenara bırakılacak olursa, metafiziksel öğeler olarak görebilecek hususların başında imgenin kendisi bulunmaktadır. Anlamlı ve bilinçli etkinliklere teşne olan imge-sembol ve etik-estetik bu bölüm boyunca tartışılacak olan unsurlardır. Bir anlam atfedilmeyen renksel etkinlikler ise çalışma boyunca ele alınmayacaktır. Çünkü Mead'in dâhil edildiği pragmatist görüşte de söz konusu olduğu gibi sembol incelemelerinde, "anlamlı bir sembol" anlamı olmayan bir unsurdan daha çok iş görür (Ritzer, 2013: 219) ve incelenmesi daha faydalı olur. Bununla beraber anlam atfedilen renkler arasında, imgesel ve sembolik olanların nasıl ayırt edileceği hususu ilerleyen başlıkların ana teması olacaktır. Bu ayrımla ilgili bir özet hükmünde olan aşağıdaki tablo, sonraki konuların gidişatını göstermekle beraber ana teorik bakışı göstermesi bakımından önemlidir.



Tablo 1: sembolik ve imgesel renk ayrımı

2.1 Sembol Olarak Renk

Renklerin sosyolojik olarak önemine değinmek gerektiğinde ilk başta onların ürettiği sembolizasyona değinmek gerekmektedir. Çünkü sosyal teoride sembollere, etkileşim ve anlamı inşa eden unsurlar olarak görülebilecek kadar fazla değer verilmektedir (Ritzer, 2013: 230). Semboller hitap ettiği kitle için etik bir değer taşır ve kitlenin vicdanına tesir edebilir. Çünkü semboller birer düzen unsurudur ve sembollerin ihlal edilmesi, düzenin ihlal edilmesi anlamına gelebilir. Her sembol, bir hikâyenin öğretisini taşımakla ve bir mesaj vermekle yükümlüdür. Bu durum Türkler (Toker, 2009), Araplar (Al-Adaileh, 2012) ve diğer bütün toplumlar için böyle görülebilir. Hikâyeleri ölümsüzleştirmek, hatırlamak, kullanmak adına icat ya da

icra edilen semboller; toplumsal aktörleri daima zinde tutmak gibi bir işlev görebilmektedirler. Bunun yanında söz konusu semboller hitap ettiği kitle arasında bir kolektivite üretebilmektedirler. O kolektivitenin bir nesnesi olan 'birey' kendi yorumlarını mümkün olduğu ölçüde sınırlı tutarak, söz konusu 'şeyleşmiş sembolün' değişim ve dönüşümünü de yavaşlatmış olur. Ancak bununla beraber insan kendisine dayatılan sembolleri 'kabul etmek zorunda da değildir' (Ritzer, 2013: 231). İnsanın kabul ettiği sembollerin ürettiği kolektivite, kendisini tinsel şeylerden çok bir hikâyeye dayandırdığı için realist-gerçekçi karakterde bir kolektivite üretir. Bunun sebebi, toplumsal aktör için hikâyesi olan şeyin gerçek olma ihtimalinin yüksek olmasıdır. Bu hikâyeler; yaşanmış olsun ya da olmasın, yaşanmamış olsa bile yaşanması muhtemeldir, kendi şartları içerisinde rasyoneldir. Renkler bu noktada sembol üreten, hikâyesi olan ve bu hikâye ile sembol üzerinden tekrar bir kolektivite üreten unsurlar olarak görülebilir.

2.1.1.Sembol Anlamlarının Oluşması ve Hikâyecilik

Rengin gündelik hayatta insanın duygu, düşünce ve davranışına; iki ayrı cepheden tesir ettiği görülmektedir. Bunlardan birisi 'kavramsal çağrışım ya da imgesel boyut' diğeri ise 'sembolik renk' değeridir. Kavramsal-imgesel çağrışım noktasında renk kelimelerinin anlamı, farklı kültürlerde "negatif ve pozitif anlamları" içeren imgeleri kapsamlı olarak açığa çıkarır (Yu, 2014: 49). İmgesel durumun ya da rengin kavramsal çağrışımının genellikle 'estetik değerlerle' mücehhez olduğu görülmektedir. Öte yandan sembolik renk değerlerine karşı yaklaşımın altında ise daha çok etik değerlerin söz konusu olduğu gözlemlenmektedir. İmgesel ya da kavramsal değerlendirmeler, güzel-çirkin değerlendirmesine tabi tutulabilirken; sembolik renk değerlendirmelerinde iyi-kötü yaklaşımlarının ön plana çıktığı görülmektedir.

Estetik konusunda her ne kadar Amsteus ve ekibi (2015: 34) renklerin tercih edilmesini estetik bir durumun ötesinde, 'bağlamsal ve öğrenmeyle' ilişkili bir durum olarak görse de burada tamamen 'öznenin tasarrufunda' olan bir beğeninin de olabileceği aşikârdır. Bu beğeniyi tek başına öğrenmeyle açıklamak hem bilimsel

hem de felsefi açıdan yetersiz görünmektedir.[8] Zira beğeni için, onu besleyen kişisel estetik algılarına değinmek gerekmektedir. Ancak tersten düşünüldüğünde, bu beğeni ya da estetiğin, öğrenme sürecinden müstakil bir şekilde gerçekleştiğini iddia etmek de indirgemeci bir tutum olabilir. Estetik yargılarının kendisinde bir bağlamsallık, öğrenme ya da bilinçlilik hali söz konusu olsa da Kant'ın estetik yargılarının bir idraksizlik –*noncognitivism*- durumu olduğu noktasında ısrar etmesi (Shaviro, 2009: 13) her şeye rağmen yersiz bir tutum değildir. Çünkü 'güzellik ya da çirkinlik' yargısı öğrenme süreçleriyle ilişki içerisinde olan ama aynı zamanda sistematize kalıpların dışına çıkan çok boyutlu bir fenomen olma özelliği taşımaktadır.

Renklerin güzel-çirkin ya da iyi-kötü olarak addedilebilmesi şüphesiz etik ve estetik alanlarını ilgilendiren hususların göz önünde bulundurulmasını gerektirecektir. Bu estetik algıları 'her nasıl gerçekleşirse gerçekleşsin' son kertede renklere karşı tutumları belirleyebilmektedir. Ancak burada, renklerin sembollerle girdiği ilişki veya rengin sembolleşmesi durumu güzellik-çirkinlikle yani estetikle tebarüz eden bir durum değildir. İnsan tarafından sembolik bir rengin, etik yargılarla donatılmış bir muamele gördüğü tarihi çağlar boyunca neredeyse sabittir. Mesela Hıristiyanlarda beyaz, tüm renklerin en temizi olduğu için inançta saflığın bir göstergesidir (Yu, 2014: 50). Beyazın bir saflık ve arılık hikayesinin olması onu sembolik bir unsur haline getirmektedir. Ancak bu durumun imgeler üzerine etkisinin olmadığını söylemek de yanlış olur. Beyaz bu noktada hem imgesel anlamda hem de sembolik anlamda iyi olanının vazgeçilmez temsilcisidir. Beyaz ve Hırisyanlık arasındaki bağlantı Hz. İsa'nın öğretisiyle bağdaştırılmaktadır (Pastoureau, 2005: 43). Bu hikayeye inanmak ve 'beyaza hak ettiği itibarı vermek' ise, dindar bir Hrıstiyan için estetik yargılarının ötesinde 'ahlaki bir yükümlülük' olarak

[8] Felsefeciler estetik ve beğeni edimlerinin toplum tarafından mı öğretildiği yoksa beğenilen şeyin doğasıyla ilgili mi olduğu noktasında farklı görüşler öne sürerler. Mesela bir kitle tarafından dinlenilen orkestranın sunduğu estetik, kimilerine göre müziği sunan ve onu dinleyen arasında ortak bir algıdan ya da öğretilmiş bir hazdan dolayı güzel müzik olarak algılanabilir. Söz gelimi Luciano Pavarotti'nin yaptığı müzik Konyalı bir müzikseverle aynı estetik değerleri –belki de imgeleri- paylaşmadığı için beğenilmeyebilir. Ama öte yandan kimi Felsefecilere göre fenomenlerin doğası onun güzelliğine ve çirkinliğine karar verdirebilir. Mesela aynı Pavarotti güzel müzik yaptığından dolayı ortak imge düzleminde çok az bir zemin paylaşmalarına rağmen, bir Adanalı tarafından kulağa hoş geldiği için beğenilebilir. Bu beğeniyi ise öğrenmeyle açıklamak yetersiz görünmektedir. Burada yine sonuç olarak, fenomen kelimesinin 'hem realist hem de nominalist' olarak tanımlanabileceği (Slattery, 2014: 231-232) gerçeği ile karşı karşıya kalınmaktadır.

görülebilmektedir. Bu durumun aynısı şüphesiz İslam ve yeşil irtibatı için de söz konusu olabilir.

Her sembol ve dolayısıyla her 'sembolik renk' bir hikayenin ürünü olarak görülebilir. Bu hikayenin gerçek olması veya detaylarının genel geçer olması gibi bir zaruret söz konusu olmamakla beraber, sembolik renk hikayelerinin içeriği değişebilir ve bir tuttarlılığının olmadığı da görülebilir. Mesela yine Hıristiyanlık anlatılarından bazılarında Hz. İsa'nın çocuk yaşta kumaş boyacılığı yaptığına dair bir hikâye vardır. Hz. İsa'nın boyacı çırağı olarak çalıştığı bu dönemde, Hıristiyan menkıbelerinde, renklerle ilgili yanlış bir eylemde bulunduğu rivayet edilir. Bu hikâye farklı dönemlerde kötü olarak algılanan renkler üzerinden sembolize edilmiştir. Farklı zamanların imgeleriyle sembolleştirilen bu hikâyenin kısmen konusunu vermek gerekirse; Kumaş boyacısı çıraklığı yapan Hz. İsa'nın çocukken farklı renklerde boyanması gereken kumaşları -mesela iki ayrı kumaştan birisi sarı birisi yeşile boyanmalıyken- muzipliğine kumaşları karıştırıp aynı renge boyamasıdır. Hz. İsa'nın şaka olsun diye yapmış olduğu bu hareket Hıristiyan teolojisinde, İsa'nın bir kusuru olarak addedilmeye meyyal bir durumu teşkil etmiştir. Ancak ne var ki hikâyelerin yazıldığı farklı farklı dönemlerde bu 'kötü' durumu anlatmak için İsa'nın aynı renk olarak boyadığı iddia edilen renk, salt mavi ya da salt siyah olarak betimlenmiştir. "İsa kumaşları mavi olarak boyadı" iddiasında olan hikâyelerin yazıldığı dönemde; en sevilmeyen -lanetli- renk mavi olarak görülürken, "siyah olarak boyadı" diyen hikâyelerin yazıldığı dönemde bu olumsuz anlamı çağrıştıran rengin siyah olduğu bilinmektedir ve bu durum sarı için de geçerlidir (Pastoureau, 2012: 101-103). Hz. İsa'nın kötü bir iş yaptığını ve kötü işler için kötü enstrümanların kullanıldığını vurgulamak isteyen metin yazıcılar, enstrümanları (renk) çağın en kötü olanları arasından seçmek gibi bir tutum gütmüşlerdir.

Burada sanat eyleme biçiminin şekli toplumsal imgeye ve sembolizasyona göre değişebilmektedir. Hâlbuki hikâye aynı hikâyedir. Ve her yazılışında şayet yazar yeni verilere ulaşamadıysa -ki bu çok zayıf bir ihtimal gibi görünüyor- muhtemelen aynı kaynaklar üzerinden yazılma yoluna gidilmiştir. Ancak sanatçının, okuyucuya vermeye çalıştığı şeyi sanatçı çoğu zaman okuyucunun imgelemiyle

uyuşturmak zorunda olduğunu bildiğinden ötürü, bu yolu tercih ettiği görülmektedir. Yani buradan anlaşılacağı üzere belirli etik-estetik algılarının -sanatçının ya da toplumun algısı- belirli hikâyelere belirli yakıştırmaların yapılmasını zaruri kılabildiği görülmektedir. Bir yandan sevilmeyen renk kötü hikâyelerle ilişkilendirilirken, diğer yandan sevilmeyen hikâyeler kötü renklerle ilişkilendirilebilmektedir. Bu durum, hikâyesi olan bir sembolik rengin, insan imgelemini nasıl etkilediğine örnek olması bakımından, önemli bir örnekleme olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumsal bir fenomen hükmünde olan renkler, doğasında ve kimyasında hiçbir değişiklik olmamasına rağmen kimi zaman kötü hikâyeleri kimi zamanda iyi hikâyeleri temsil etme iradesini taşımaktadır. Bu temsiliyet ise şüphesiz sembolik ya da imgesel düzeyde cereyan etmektedir. Toplumsal temsilleri-sembolleri üretenler, Becker'e göre (2016: 28-32) sıradan insanların yanında sanatçı, edebiyatçı ve belki de bir fotoğrafçı olabilir. Bu üretme tarzı ve üslubu şüphesiz sembolü üreten kişinin kendi değer yargılarıyla ve üretilen sembolün toplumsal hafızadaki konumuna göre şekillenmektedir. Renkler ya da sembollerle ilişki içerisinde olan hikâyelendirme temayülleri, rengin gündelik hayatta kullanımını oldukça fazla etkileyebilmektedir. Söz gelimi 20. yy boyunca çevreci hareketler yeşil ile irtibatlandırılırken, kırmızı özel olarak komünist partilerle ilişkilendirildi (Yu, 2014: 50). Bu ilişkilendirme, söz konusu ideolojilerin müntesiplerini bu renkleri kullanma noktasında günümüzde bile fazlaca etkilemektedir. Bu iki siyasal hareketin belirli renkler üzerinden söylem geliştirmesi, hatta kendi söyleminden ziyade öteki tarafından yapılan etiketlemeler -kızıl komünist, yeşil baş (*green head*) gibi- onun hem kendi siyasal ideolojisini belirli bir renkle kimliklendirmesine hem de karşı tarafın, onun kendisini tanımlamasına neden olabilmektedir. Bu durum ise kimlik cüzdanı, soy, ırk gibi tanımlayıcı unsurların bireye kattığı duyguların benzerini kattığı için kişi, kimi zaman bunu bir ihtiyaç olarak görebilmektedir. Kendisini sarı kanarya ya da kara kartal olarak görmek, kartallığın yanında karalık'la da övünmek, yeri geldiğinde karayı sarıdan daha üstün algılamak; kendini tanımlamak içgüdüsünün renklerle olan ilişkisini ortaya koymaktadır.

Semboller üzerine çalışan Jung, bazı sembollerin sürekli ve evrensel bir dile sahip olduğunu söyleyerek, belirli formların kültürler arasında yüzyıllar boyunca benzer anlamlarla anılabileceğini ifade eder. Bu durumu doğal iç psikolojik güçlerin ifadesi olarak görür (Yu, 2014). Ancak Junk'un yaptığı sembol betimlemesi bazı durumları açıklamak için yetersiz görünmektedir. Evrensel bir sembolizm algısı diye bir şeyin söz konusu olması için evrensel bir hikâyenin ya da net bir renk doğasının söz konusu olması gerekmektedir. Oysa rengin ne olduğuna dair 'genel geçer bir görüş' bile söz konusu değildir (Wittgenstein, 2007: 36). Mesela beyaz, gerek optiksel özellikleri bakımından gerekse hikâye ve anlatılarda çoğu zaman 'iyinin' temsilcisi olması bakımından evrensel olarak saflık ve temizliğin göstergesi olarak düşünülebilir. Beyazın dünya toplumlarının çoğunda genel geçer olarak "iyi" görülmesine rağmen –mesela beyaz bayrağın evrensel olarak barış göstergesi olması gibi- bunun bile bir istisnası vardır. Buna örnek olarak Hindistan'da "sati" geleneğiyle müsemma olan dul kadınlar verilebilir. Bu geleneğe göre dul kadınlar beyaz giymek zorundadırlar (Albayrak, 2008: 24). Dul kadınların kast sistemi içinde 'en aşağı ya da aşağılık' insanlar olarak algılanmaları beyazın ve dolayısıyla temsil ettiği değerin olumsuz kimliğini göz önüne koymaktadır. Burada beyaz 'lanetin' rengi olarak görülebilir. Hindistan'daki bu algı "beyaz evrensel olarak iyinin temsilcisidir" tezini tek başına çürütebilecek bir algıdır. Ancak yine aynı Hindistan'da gelinlik renklerinin de beyaz olarak tercih edilebilmesi o rengin aslında kimi zaman olumlu bir hikâyenin nesnesi olabileceği anlamını da taşıyabilmektedir. Hindistan'daki beyaz algısı tıpkı Avrupa'daki siyah algısı gibidir. Avrupa'da siyah, birçok farklı periyot içerisinde aynı eş zamanlı olarak olumlu ve olumsuz anlamları birlikte sahiplenmiştir (Pastoureau, 2012).

Beyaz ve siyahın yanında mavi renk için de bir evrensellik söz konusu olmamaktadır. Mavi hem tarihsel periyotlar arasında hem de aynı toplumun farklı katmanları arasında farklı anlamlara sahip olagelmektedir. Yine bu renk de genel geçer bir evrensel algıyı temsil etme iradesinden yoksun görünmektedir (Pastoureau, 2005). Mavi, ancak ve ancak özel olarak ona yüklenen hikâyeye göre olumlu ya da olumsuz bir sembolizma üretebilmektedir. Nihai olarak birçok renk, eğer bir sembolik temsiliyet taşıyorsa, bu sembolik değerini bir hikâyeye borçludur. Özellikle

bazı psikologların sıklıkla düştüğü yanılgı olan determinist yaklaşım, yukarıda felsefeciler ve diğer sosyal bilimcilere yapılan atıflarda da görüldüğü üzere, birçok renk için doğrulanamayacak bir yaklaşımı teşkil etmektedir. Ancak buna karşın sınırlı ölçekler ve örneklem üzerinden yapılan çalışmaların kendi içerisinde doğruluğu kabul edilebilecek düzeyde olduğu görülmektedir.

2.1.2.Renk Sembolizminin Etikle İlişkisi

Semboller derinlikli ve karmaşık bir yapıyı ihtiva etmektedirler. Bu noktada onları anlamak ve anlatmak her zaman mümkün olmayabilir. Mesela, Hilal İslam'ı, Haç Hıristiyanlığı temsil etmektedir. Hilalin oruç ibadetinin zamanını belirlediğinden dolayı İslam'ın bir sembolü olduğunu iddia edenler, namazın vaktini belirleyen güneşin ne için İslam'ın sembolü olamadığını muhtemelen açıklayamayacaklardır (Aydın, 2013b: 376-377). Bunun nedeni şüphesiz sembolün hitap ettiği kitle için hikayesinde bir gerçeklik ya da rasyonalite aranmamasıdır. Esasında kimi aktörlere göre hikayenin içeriğinden çok, hikayenin 'var olması' bile bir rasyonalite olarak görülebilmektedir. Sembolün hikayesi karışık, çelişkili, anlamsız olabilir veya hikaye hiç olmayabilir. Ama söz konusu sembol herhangi bir unsur ile ilişkilendiriliyorsa; bu ideoloji, din, tanrı, efsane, mit, kültür ya da birilerinin saygı duyduğu, nefret ettiği herhangi bir şey olabilir, ona uymak, sembole saygı göstermek, onu işlevi bağlamında kullanmak ahlaki bir sorumluluk olarak görülebilmektedir. Çünkü sembolün ihlali, dayandığı öğretinin ihlali anlamına gelebilmektedir.

Sembol hikayelerinin dış dünyada kaçınılmaz olarak gerçeğe tekabül edeceğini varsaymak felsefi realizmde de olduğu gibi 'sembolleri uyumsuz olarak görmeye' sebep olabilir (Ritzer, 2013: 230). Sonuç olarak semboller, hitap ettiği kitle için dış dünyadaki gerçekliğinin sorgulanmasından ziyade ahlak bağlamında bir muamele görmektedirler. Baudrillard'ın (2014: 4) da ifade ettiği gibi sembollerin yanında renkler "kendisine yüklenen anlama boyun eğmek durumunda kalmakta"dır. Bu durum toplumumuzda yaşça büyük kimselerin karşısında bacak bacak üstüne atmaya benzetilebilir. Bacak bacak üstüne atmak saygısızlık olarak addedilebilirken, kolları birbirine bağlamak -kol kol üstüne atmak- herhangi bir ahlaki öğretinin ilgi alanına girmemektedir. Hatta birinin karşısında kollardan ziyade

elleri bağlamak -belki de el pençe divan durmak- bir saygı göstergesi olarak algılanabilmektedir. Ancak hiçbir toplumsal aktör, el el üstüne atmak ile ayak ayak üstüne atmak arasındaki bağlam farkını sorma niyetinde olmaz. Burada semboller gibi jestler de kendisine yüklenen anlama boyun eğmek mecburiyetindedir. Çünkü sembollerin yapısından ziyade işlevi önplana çıkmaktadır. Bu durumda görülen odur ki ahlaki vurguların dayandığı gerçeklikten ziyade onun sorgusuz sualsiz yerine getirilmesi toplumsal aktörlerin asıl odak noktasını teşkil etmektedir. Ancak her halükarda semboller insanların etkileşim kurmasında önemli unsurlar olarak görülmektedir (Ritzer, 2013: 220). Bu etkileşimin enstrümanları, çeşitli toplumsal formansyonun birbiriyle ahenk içerisinde var olmasına neden olabilmektedir.

Foucault; farklı dönemlerde, aynı kurallara farklı kişilerin, farklı boyun eğme biçiminin olabileceğini göstermeye çalışarak (Davidson, 2002: 112) ahlak yasalarıyla özne arasındaki değişkenlik arz eden ilişki biçimine işaret etmektedir. Şüphesiz Faucault'un da (2007) birçok kez kabul ettiği üzere, bu ahlak yasalarının anlatı ve tarih ile yakından bir ilişkisi söz konusudur. Anlatı ve tarihin şahitleri olma hüviyetine sahip semboller, bu minvalde ahlaki kaideler gibi değişime ve dönüşüme uğramaktadırlar. Ahlakın ya da normatif yapının değişkenlik arz etmesi, ahlak ve normatif yapının unsurlarına karşı yapılan muamelenin de değişkenlik arz edeceği anlamını taşımaktadır. Anlatıların birer elementi konumunda olabilen 'sembolik renklerin' aynı değişim sürecine dahil olabildiği görülmektedir. Bu değişimin dinamizmini bilmek ve hangi biçimle ilişkili olursa olsun sembolik rengin 'ahlaki boyutuna' dikkat çekmek, herhangi bir sosyolojik çözümleme için hayati bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Weber'in (2008: 365-458) Kapitalizm ve Protestan ahlakı arasında kurduğu bağlantı gibi Pastoureau'da (2005: 124) Batıda kitlesel üretimde renklerin tercih edilmesini ya da edilmemesini 'Protestan ahlakına bağlı olan' ahlaksal ve toplumsal düşüncenin eşlik ettiğini ifade etmektedir. Bu ahlak eksenli üretme biçiminin, kendisini ilk olarak arabaların, daktiloların, dolmakalemlerin üzerinde siyah-gri-beyaz-mavi olarak gösterdiği görülmektedir. Bu renkler Protestanların genel olarak benimsediği renkleri oluşturmaktadır. O zamanlarda kimya ve boyama tekniklerinin çok farklı renkleri elde edebilme yetisine bilgisel olarak sahip olduğu bilinmektedir. Fakat buna rağmen Protestan etiği, burada

kitle üretiminin şeklini derin ve yavaş bir şekilde sınırlı renkler üzerinden etkilemiştir.

Renk ve etik arasındaki ilişkisellik, bir yerden kamusal alanda görünür halde olan nesnelerin etik değerlerin öngördüğü şekilde boyanması olurken; diğer yandan var olan boyanmış eşyanın rengine karşı olumlu ya da olumsuz bir yaklaşım şeklinde olabilmektedir. Yani eşyayı üretirken ve tüketirken onun rengine karşı takınılan tavırda bir ahlak mülahazası söz konusu olmaktadır. Örneğin 1200'lü yılların sonlarında Avrupa'nın hemen her yerinde renklendirme işlemiyle ilgili belirli 'yasalar ve yasaklamalar' koyulmuştu. Bu yasakoyuculuk tavrı, temelde üç nedene dayanıyordu. İlk neden; pahalı ve ihraç malı olan 'boya maddelerinin' ülke ekonomisine zarar vermesiydi ve boyacılığın-boyanın üretime değil tüketime dayalı bir yatırım olarak görülmesiydi. Bunun yanında gösteriş ve abartının Hıristiyanlık öğretisiyle uyuşmadığının düşünülmesi; yasalarla 'boyanmanın-boyamanın' yasaklanmasının bir diğer nedeniydi. Son olarak yaş, cinsiyet, statü, saygınlık gibi toplumsal hususiyetlere sahip olanların ayrı ayrı ya da kendi içerisinde belirli renkleri giymesi ve bu minvalde toplumsal katmanların belli olması, keskin toplumsal tabakaların oluşmasına neden oluyordu ve bu durum tabakalar arasında geçişleri engelliyordu (Pastoureau, 2012: 112). Bu sebepler ve sorun alanları için renk konusunda devlet eliyle, öznenin ideolojik nedenlerle toplumsal ayrımcılığa maruz bırakılamayacağı, yasalar tesis edilmeye çalışılıyordu. Esasında bu duruma bakıldığında rengin sadece sembolik düzeyde değil, imgesel kullanım düzeyinde de bir ahlaki ilişkinin söz konusu olabildiği görülmektedir.

Renk ve etik ilişkisi genelde sembolizma üzerinden sağlam bir ilişki ağı kursa da gündelik yaşamda aktörlerin gayrı ihtiyari bir şekilde kullandığı eşya üzerinde de bir etik değerlendirmesi yapılabilir. Bu renk etiğinin beslendiği tarihsel ve mitsel hususlar rengi üretenler ve onu tüketenler nezdinde kayda değer bir bilinçlilik hali inşa etmektedir. Örneğin, Hıristiyan toplumlarda renkler gündelik yaşamın unsurlarını baskın bir şekilde belirleyebilmekteydi (Pastoureau, 2012: 70). Bu gibi durumlar üçüncü bölümde de geniş bir şekilde değinileceği üzere; sanattan siyasete; ekonomiden dine kadar birçok alanda kendisini göstermektedir. Gündelik hayatta renk etiğinin herhangi bir sembolik renge yapılacak olan aksi atıflarda daha fazla gün

yüzüne çıktığı görülebilmektedir. Türkiye'de bu durumu gözlemlemek isteyen birisinin, Türk bayrağındaki kırmızı renge yapacağı olumsuz bir atfı ya da saldırganlığı ve buna mukabil göreceği muamele, özellikle etik ve sembolik renk ilişkisini göz önüne sermesi açısından önemli bir örnekleme biçimi olabilir. Veyahut 'pembe rengin' erkeksiliğine yapılacak olan vurgu da yine temelde ahlaki argümanlarla muhalefet biçimlerini doğurabilecektir.

2.1.3.Sembolik Rengin Ürettiği Realist Kolektivite

Burada sembolik renklerin ürettiği kolektif bilinç kavramına geçmeden önce kanaat odur ki realist kolektivite kavramıyla anlatılmaya çalışılan şeyin ifade edilmesi gerekmektedir. Durkheim'in geliştirmiş olduğu kolektif bilinç kavramında (Ritzer & Stepnısky, 2014: 81) üretilen bilincin yapısına çok az dikkat çekilmektedir. Durkheim, söz konusu bilincin toplumsal aktörleri nasıl etkildiği üzerine birçok araştırma ve değerlendirme yapmasına rağmen, bu bilincin toplumsal değişim karşısındaki mukavemetine ve bilinci oluşturan unsurlara çok az değinmektedir. "Anomi" ya da "toplumsal akımlar" kavramlarıyla ile söz konusu bilincin dejenerasyonuna/değişimine işaret etse de aynı toplumsal yapının içerisinde normsuzluğun hangi unsurlar üzerinde daha çok etkili olabileceğini açıklığa kavuşturmakla beraber, kendisinin "kolektif temsiller" olarak adlandırdığı temsillerin anlamlandırılmasının, duygu ile mi yoksa aklî sebeplerle mi gerçekleştirildiğini açıklığa kavuşturmadığı görülmektedir. Söz gelimi dinsel alanın ürettiği kolektif bilinç ile siyasal alanın ürettiği kolektif bilincin ve bunların temsillerinin, anomik taarruzlar karşısında mukavemetini değerlendirmediği bilinmektedir. Genel olarak Durhkheim, kolektif bilinç kavramıyla toplumsal yaşamın bütün pratik bilgisinin oluşturduğu bir ortaklık alanına işaret etmiştir. Fakat bu başlık altında Durkheim'dan farklı olarak, kolektif bilinç kavramının, her sosyolojik kurum üzerinden ayrı ayrı değerlendirilebilecek kadar derin ve karmaşık bir kavram olduğu varsayımı ile hareket edilecektir.

Trafik kurallarından aile içi ilişkilerin düzenine kadar hayatın hemen her alanında bir birlikteliğin söz konusu olması, bu birlikteliğin kimi semboller üzerinden sürekli yeniden üretilmesi, sembollerin kimi zaman değişim karşısında bir

kısım diğer semboller nispetinde daha dirençli ve muhafazakar olabilmesi; şüphesiz kişilerarası ortaklık kurma işlevi gören 'temsilleri, sembolleri ve bilinçlilik hallerini' birbirinden farklı kılmaktadır. Bu noktada kimi sembolik unsurların ürettiği ortaklık alanı ve toplumsal aktörlere söz geçirebilme marifeti de referans aldığı epistemolojiye göre değişkenlik arz etmektedir. Yani kısaca, 'sembole uyma durumunun' kişilerarası bir değişkenliğinin olduğu görülmektedir (Reisman, 2016: 277). Haliyle bu değişkenlik kolektif bilinç unsurlarının ya da süreçlerinin farklı farklı üzerinde durulmasını gerektirmektedir. Burada ifade edilen realist kolektivite tam olarak; bir toplumun değişmesine mümkün ölçüde müsaade etmediği, kendisini gerçekçi [*realist*] köklerle izhar eden, 'şeyleşmiş bilinçlilik halleri' olarak okunabilir. Bundan dolayı realist kolektivitenin realist temsiller/semboller üretebildiği görülmektedir. Toplumsal sürekliliğin istikrarı için toplumsal aktör, söz konusu şeyleşmiş bilinci ve onun temsillerini hayati görüp, onu genel olarak muhafaza etme tutumu güdebilmektedir. Bu noktada şeyleşmiş bilinçlilik hallerinin ve temsillerin ürettiği realist kolektivite, kendisini diğer gerçekçi olmayan kolektif temsillere göre daha sağlam bir epistemoloji üzerine oturtabilmektedir.

Renkler için söylemek gerektiğinde, bayrak renklerinin ve futbol takımı renklerinin üretmiş olduğu bir bilinç söz konusudur. Ancak bayrak renklerinin, futbol takımı renkleri nispetinde değişime fazlaca direnç gösterdiği görülür. Futbol takımı renkleriyle okul üniforması renkleri kıyaslandığında, bu sefer futbol takımı renkleri okul üniforması nipetinde daha muhafazakar bir hale dönüşebilmektedir. Bu noktada örnek vermek gerekirse, bir zamanlar Fransız askerinin giydiği kırmızı pantolon çabuk göze çarpmasından dolayı onların savaşlarda daha kolay ölmelerine sebep oluyordu. Yöneticiler bu pantolonların renklerinin değiştirilmesini istediğinde, Fransız generaller kırmızı pantolonu çıkarmamak için direnmişlerdi (Pastoureau, 2005: 174-175). Çünkü kırmızı Fransa'da asaletin yegâne temsilcisi olarak algılanmaktaydı.[9] Kırmızı pantolonun kendisini dayandırmış olduğu gerçekçi zemin burada rengin üretmiş olduğu kolektif bilincin de realist yani gerçekçi bir karakterde olduğunu ortaya koymaktadır. Esasen bir rengin oluşturmuş olduğu ortaklık alanı, ne kadar fazla kişi tarafından benimseniyorsa ve ne kadar uzun süredir bir kitlesel temsil

[9] Bazı uluslardaki bazı renklerin anlam ve çağrışımları için bkz. tablo -4

olma iradesini taşıyorsa o denli muhafazakar olduğu görülmektedir. Renklerin kendisini muhafaza etme biçimi ve süresi renk anlamlarına o minvalde gerçekçi bir karakter kazandırmaktadır. Nihai olarak bu gerçekçi görüntünün kitlelelere en basit tabiriyle; 'o kadar kişi, o kadar zamandır bu rengin bu anlamı taşıdığına ikna olmuşsa o zaman bu kesinlikle böyledir' hissiyatını uyandırdığı görülmektedir. Bu realist tavrın, zaman içerisinde gerçekçilikten beslendiği damar vasıtasıyla kutsala dönüşebildiği sıklıkla karşılaşılan bir vakıa olmaktadır. Ancak bu realist görüntü yine toplumsal aktörün habitusuna göre izafi bir hal alabilmektedir.

Zamanla sembolleşmiş olan kimi renklere yönelik yaklaşımlar toplumsal konsensüsten neşet etmiş olabilmekte ve dahası bu tavırlar ahlaki birer öğreti halini alabilmektedirler. Sembolik renklerin ürettiği etik, işlevsel olarak toplumsal düzeni tesis eden ve ortak paydayı gözle görünür kılan bir unsur olarak okunabilir. Bir sembol; belirli bir hikâyenin yaşayan şahidi olduğu kadar, belli bir kitlenin belli hikâyeleri hıfzetmesine de sebep olabilir. Sembolün söz konusu hikâye üzerinden bir ortaklık ve belki de bir kardeşlik şuuru tesis etmesi bayrak, başörtüsü, haç, sarık, serpuş, puşi gibi gündelik hayatın hemen her alanında mevcudiyetini sürdüren envanterler üzerinden gözlemlenebilir. Bu envanterlerden birisi olarak görülebilecek renk, aynı işleve -özellikle ürettiği sembolizma için söylemek gerektiğinde- sahiptir. Bu gibi semboller, bireyin 'bilişsel evrenini ve kültürel algısını' belirler (Akın, 2011: 127-128). Bu bilişsel evren gündelik hayatın bileşenleri olarak addedilebilecek unsurları etkilemekle kalmaz, rüyaların içeriğini bile etkileyebilir (Junk, 1964). Özne, rüyasında doğrudan hiçbir toplumsal sınırlayıcılık söz konusu değilken bile, toplumsal bilinç ve toplumsal etkinliklerin öngördüğü sınırlar dâhilinde rüya görebilmektedir. Bir kişinin toplumsal alanda var olan iyilik-kötülük ya da güzellik-çirkinlik algılarının rüyalarda bile yansıması, diğer bir deyişle bireyin genel olarak tanımlı bir etik ve estetik değerlerle donatılmış bir muhayyile üzerinden rüya görmesi; onun toplumsal bilincinin, kişisel bilincine ve hatta bilinçaltına nasıl nüfuz ettiğinin göstergesi olarak algılanabilecek bir nitelik taşımaktadır.

Burada sembollerin ve görüntülerin esas işlevi hem toplumsal düzene olan etkinin kontrolü hem de yeni anlamların yaratılması süreci olarak ifade edilebilir (Habermas, 2001: 9). Nihai olarak sembol ve toplumsal aktör arasındaki ilişki, bir

bilinç üzerinden ikame edilmektedir. Bu bilincin her bir parametresini oluşturan bilgi stokları bireye bu bilgilerin başkaları tarafından da kullanıldığı hissini vermektedir. Son kertede gündelik yaşamın etkileşimi, bu bilgi stoklarının telkinleri etrafında gelişmektedir (Erbaş, 1984: 162). Her bir rengin ayrı ayrı bürünebildiği sembolik hususiyet ise bu kolektif bilinci inşa eden argümanlardan birisi olarak okunabilir. Esasında kolektif bilincin inşası sürecinde bireylerin kendisine ortaklık alanı olarak belirlediği, din, siyaset, tarih, dil gibi unsurların hemen hepsi kendi içerisinde bir sembolizasyon düzeni ve etiği oluşturmaktadır. Söz gelimi tarihsel sembollerle dini semboller arasındaki yapısal fark ve bu yapısal farkların gündelik hayat içerisinde, bireylerin eyleme biçimlerinde ne denli etkili olduğu meselesi; bir bütün olarak göstergebilimsel manada sembol çözümlemesinin serencamını ortaya koymayı gerektirmektedir. Bu sebepten ötürüdür ki ortalama bir bakış açısı sağlamak adına yapılan her bir felsefi ve sosyolojik analiz, genelleme imkânı ortaya koyamasa da din, siyaset ya da sanat gibi farklı alanlardaki sembolizasyon sürecini ortaya koymak açısından önem teşkil etmektedir.

Renklerin üretmiş olduğu kolektif bilinç bir yandan kitlelerin kendisini ifade etmesi adına güçlü bir yön gösterici olurken, diğer yandan da rengin üretmiş olduğu bu bilincin araçsallaştırılması söz konusu olabilir. Başka bir deyişle renk; kimi zaman bir ‘bizlik’ ve ‘benlik’ şuurunun sıfırdan inşası için kullanılabilirken, kimi zaman da mevcut olarak inşa edilmiş ‘bizlik’ ve ‘benliğin’ ifadesi için zaruri bir önkoşul olabilmektedir. Gökçen’in (2001: 306) protestocu için bayrak ve flamayı bir ontolojik ispat olarak yorumlaması, renkler açısından ifade edilen duruma mesnet oluşturabilir. Nitekim renkler özellikle politik ve dini platformlarda sembolik olarak ‘biz de varız! hem de bir kimlik, tarih, şekil, ruh ve renk ile varız’ gibi söylemlere temel oluşturan nesnel gerçeklikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum haliyle, rengin kolektif bilinç inşa etme işlevinin yanında özne için bir kimlik ve aidiyet unsuru haline de dönüştüğünü göstermektedir.

Renklerin ürettiği kolektif bilinç, inşa ediliş tarzı ve üslubuna göre bir farklılık arz edebilir. Mesela bayrak renginin ürettiği kolektif bilinç ile bir siyasal parti renginin ürettiği kolektif bilinç arasında bir farklılığın söz konusu olduğu ifade edilmişti. Çünkü siyasal partiler her zaman bir varoluş göstergesi olarak görülmez

iken; bayrak, bu durumun tersine bir varoluş göstergesi olarak okunabilmektedir. Bu bakımdan üretilen kolektivite dayandığı tarihsel arkaplan bakımından da önem arz etmektedir. Misal vermek gerekirse, önemli bir tarihi mekân isminin bir fetih sonucu değiştirilmesinden duyulan huzursuzluk ve endişe, sembollerin üretmiş olduğu ortaklık alanının dayandığı tarihsel arka planını ve buna mukabil onların muhafazakârlığını ortaya koyması açısından önemli olabilir (Elgenius, 2005: 10-11). Esasında uzun süreçler nihayetinde ortaya çıkmış müşterek inançların ve sembollerin karakter olarak kendisine daha reel[10] ve meşru zeminler bulduğu görülmektedir. Bayrak, havra, kilise, minare vs. bunların bir ürünü olarak görülebilir. Öte yandan kısa zamanda üretilip tüketilen müşterek bilinçlilik hallerinin ve sembollerin daha az ömürlü ve etkili olduğu görülmekle beraber, bunların kısa zaman sonra reel karakterini de kaybettiği görülebilmektedir. Söz gelimi sembolik olarak bir siyasal liderin inşa ettiği figür, o siyasal liderin gündemine bağlı olarak kısa zamanda tüketilebilmekte ve unutulabilmektedir. Ancak sembolü üreten kurum ya da kişi, hitap ettiği kitle için taşıdığı önemine binaen, sembolü gündelik hayat içerisinde uzun zamanlar var edebilmekte ya da sembol tarihe yenik düşebilmektedir. Haliyle burada sembolü üretenler ve sembolün üretildiği bağlam söz konusu sembolün etkisini ve tarih içerisindeki yerini belirleyebilmektedir.

Renklerin üretmiş olduğu toplumsal konsensüs, üretildiği toplumda aynı zamanda bir muhafazakârlığa da sebep olabilmektedir. Mesela, insanın muhafazakâr düşünce eğilimi eski zamanlarda boyama eğilimine sirayet etmiştir. Eski boyayanlar renklerin doğasını bozmamak adına renkleri birbirine karıştırmamışlardır. Bu durum da renk seçeneklerinin az olmasına sebebiyet vermiştir. Var olan seçenekler ise doğanın insana bahşettiği belirli sınırlılıklar üzerinden teşekkül etmiştir. Sonuç olarak bundan dolayı kimyasal boya üretimi tekniklerinin gelişimi gecikmekle kalmamış, renk karşısında yeniliklerden uzun süre imtina edilmiştir (Pastoureau, 2005: 78). Renkler konusunda takınılan muhafazakârlığın altında genel olarak yine etik ve estetik kaygıları ön plana çıkmaktadır. Yani boyayanlar ve boyattıranlar kendi

[10] Buradaki gerçeklik [real] kişinin kendisini inandırmış olduğu izafi bir gerçeklik olarak da algılanabilir.

döneminin şartlarında, zevksizlik ve ahlaksızlıktan duydukları endişeden dolayı renklere karşı muhafazakâr bir tutum sergileyebilmişlerdir.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla beraber artan küresel dinamikler sürekli ve hızlı bir şekilde yeni semboller üretmektedir. Üretilen bu sembollerin ömrünün çok kısa süreli olması, söz konusu sembolün ortaya çıkışındaki gerekçenin ortandan kalkmasıyla veya küresel dünyanın değiştirme hızının sembollere olan etkisiyle açıklanabilecek bir husus gibi görünmektedir. Toplumsal manzara içerisindeki kalıcılık, büyük oranda küreselleşme gibi "iktidar stratejilerine" bağlı kalmaktadır (Lefebvre, 2010c: 103). Buna mukabil görünen o ki, şimdiki zamanlarda gerek sembol noktasında gerekse renk noktasında, eşyaya atfedilen değer, kimi iktidar aygıtlarının[11] etkisiyle kısa bir süre içerisinde değişim ve dönüşüm geçirmektedir. Bu durumun gözlenebileceği en iyi alanlardan birisi tekstil ve/veya mobilya sanayi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sektörlerde de modern insanın araçsal aklının sembol ve mevcut imge dünyasına, eskisine oranla artık daha az tahammül edebildiği ve onları sürekli değiştirmek istediği görülebilmektedir. İlaveten burada şaşırtıcı bir noktaya değinmek gerekirse, bilim dünyasından da sembollere karşı yaklaşım 'fayda getirmez öğeler' olarak görülebilmektedir. Mesela modern ulusçuluk teorilerinin çoğuna göre semboller, mit ve efsane dünyasına aittir ve önemi gayet düşüktür (Elgenius, 2005: 10). Hâlbuki hangi açıdan düşünülürse düşünülsün semboller müşterek yaşamayı öğrenmenin gerekli materyalleri konumundadır. Semboller, sıradan insanların işini kolaylayabilecek hayati potansiyellere sahipken, bilim insanlarının da insanın nasıl organize olduğunu anlaması açısından önemli bir alanı işgal ederler.

2.1.4.Sembolik Renge Yapılan Bireysel Yorum ve Değişim

Rengin yapısal özelliği, verili koşullarda ona sabit ya da benzer anlamların atfedilmesine sebep olmaktadır. Bir eşya olarak renk, belirli bir ontolojik kimlik ile belirli çağrışımları ve anlamları sağlayabilmektedir. Her nasıl ki normatif bir unsurun -mesela din- yapısında ve anlamında zaman içerisinde değişiklikler olabiliyorsa,

[11] İktidar aygıtlarından kastedilen şey Lefebvre gibi Marksistlerin iktidar aygıtları olarak gördüğü unsurlardır. Basın, medya, eğlence kültürü, moda vs. buna örnek olarak verilebilir.

bunun yanında birey ve normatif unsurlar arasındaki ilişkinin içeriği ve üslubu değişebiliyorsa; renkte de o minvalde birey-renk ilişkisi zemininden bakıldığında anlamsal bir değişikliğin söz konusu olabildiği görülmektedir (Pastoureau, 2005 & 2012). Renk anlamlarının yanında özellikle normatif sistemlerin değişme hızı son iki yüz yılda oldukça yüksek bir ivme kazanmıştır. Baudrillard (2014: 41) renklerdeki bu değişimi "düzende görülen genel bozulmanın bir sonucu" olarak görür. Nitekim insan, binlerce yıldır içinde yaşadığı toplumsal düzenden oldukça uzaklaşmış durumdadır. (Giddens, 2000: 40). Buna mukabil renklerin sahip olduğu anlamlar da son yıllarda daha hızlı bir şekilde değişim göstermektedir.

Renge atfedilen anlamın değişme ivmesi ve herhangi özgül bir rengin bireyi sosyolojik olarak etkileme gücü, sürekli olarak farklılaşsa da bunun her renk için ve her durum için aynı oranda olmadığı gözlemlenmektedir. Söz gelimi, anlamsal referansını dinden alan bir rengin değişme hızıyla moda ya da sanattan alan bir rengin anlamının değişme hızının aynı olmadığı bilinmektedir. Bu durum haliyle kendisine anlam atfedilen rengin referansının ya da anlamsal kaynağının, birey üzerindeki etkisine bağlı olarak bir değişim hızı ve biçimi öngörmektedir. Birey, herhangi bir anlamsal referans kaynağının telkinlerini ya da sembollerini hayati bir unsur olarak görüyorsa ve bu anlamın korunması gerektiği noktasında hassasiyet sahibiyse; rengin anlamını o minvalde daha yavaş değiştirmektedir. Ancak tam tersi durum için söylendiğinde; birey, rengin anlamsal kaynağını gündelik hayatın rutin unsurları arasında görüyorsa ve ona bir hayatiyet atfetmiyorsa, bu rengin anlamının daha çabuk değişebileceği bilinmektedir. Lefebvre (2010b: 158) bu tip değişimleri göstergesel yapıların konjonktür tarafından zorlanması olarak görür. Renk için söylemek gerektiğinde bu konjonktür; moda, zorlayıcı değişkenler vs. olarak görülebilir. Esasında burada zikredilen durumu analiz etmenin en iyi yöntemlerinden biri, farklı periyotlarda çıkmış ya da aynı zaman dilimi içerisinde çıkmış farklı moda dergilerini incelemektir. Moda dergileri incelendiğinde, rengin anlamsal değerinin nasıl çabuk bir şekilde türetilebildiği veya üretilmiş anlamların nasıl çabuk bir şekilde tüketilip yerine başka anlamların ikame edilebildiği rahatlıkla görülecektir.[12]

[12] Karşılaştırmalar için Bkz. *Elle* ve *Vogue* dergilerinin aynı yıllardaki sayılarda işaret ettikleri renk trendlerine ve anlamlarına.

Moda gibi daha çok modern zamanların ele avuca sığmaz insan arzularının teskini maksadıyla araçsallaştırılan kimi çağdaş sosyolojik organizasyonlar; her ne kadar da sürekli ve hızlı bir değişimin öngördüğü rota üzerinden yol alsa da semboller ona göre daha yavaş değişmektedir. Lefebvre'ye göre (2010b: 301) sembol tükenmez, sınırsız bir olgu ve değer unsurudur. Bu durum sembolün ontolojik olarak varlığına işaret etse de sembolün içeriğinin ve anlamının tüketilmesi-değişebilmesi söz konusu olabilmektedir. Kültürler değiştikçe semboller de değişmektedir. Kültürel değişme noktasında kimi antropologlar kültürün maddi, kimileriyse manevi unsurlarının daha önce değiştiğini iddia etmektedirler (Arslantürk & Amman, 2012: 236). Sembolik renklerin maddi bir kültür öğesi olarak görülebileceği tartışılabilir ama onların imgesel renklere kıyasla daha yavaş bir değişim gösterdiği bilinmektedir. Diğer taraftan aşağıda da etraflıca tartışılacağı üzere imgesel ve estetik algıları üzerinden anlamsal bir kimliğe bürünen renkler, daha hızlı değişmektedir. Sembolik rengin anlamındaki değişimin yavaş olması, sembolizasyon sürecinde rengin dışarıdan yorum kabul etmeme özelliğinin bir sonucu olarak görülebilir. Yine toplumsal yapının çeşitli bileşenlerinde de olduğu gibi burada özne ile yapı arasındaki ilişkinin boyutuna bağlı olarak yavaş veya hızlı bir değişim söz konusudur. Renklerin yapısal mahiyeti göz önünde bulundurulduğunda tıpkı herhangi bir normatif değer gibi kendisini dışarıya kapattığı görülmektedir. Söz gelimi aile içi kuralları sorgulamaya kalkan bir çocuğun karşılaşacağı anne, baba, el âlem gibi engelleyici unsular; nasıl ki bir düzenin öngördüğü müdahale etme biçimlerini içeriyorsa, sembolleştirilen renklere karşı yapılacak sorgulamaların ve karşılaşılacak engellerin, o minvalde aynı sebeplerden olduğu düşünülebilir.

Amerikan sosyoloji geleneğinin genel karakterine bakıldığında toplumsal değişme, kişilerin ya da grupların davranış biçimleri üzerinden okunmaya çalışılmaktadır (Tolan, 2005: 278). Gerçekten de yapısal değişimin serencamına bakıldığında, bir yandan bireyin tutum ve davranışları değişirken, diğer yandan bu tutum ve davranışın yansımaları yapı düzeyinde de görülebilmektedir. Pastoureau'nun da defaatle ifade ettiği gibi (2005 & 2012) renk algılarının değişimlerinde bireysel ve grupsal analizler yapılabilir. Renkler özelde bireysel müdahalelerin sonucu olmak kaydıyla genel olarak herhangi bir kurumun fetvanın ya

da ‘oradaki bireyden’ müstakil olarak algılanabilcek bir başka yapı unsurunun müdahalesiyle de anlamsal bir değişikliğe uğrayabilmektedir. Ancak sembol mesabesinde olan bir rengin, anlamsal değişimi, imgesel renklere kıyasla daha basit olmamaktadır. Çünkü sembollerin dışardan müdahaleyi engelleyecek çeşitli yaptırım gücüne çoğu zaman sahip olduğu görülmektedir. Bunun içindir ki sembolik renge olan müdahelelerin sınırı, onların topluma mal olma özelliğinin yanında çoğu zaman mistik bir kalkanla kendisini koruma altına almasından kaynaklanmaktadır.

2.2.İmge Olarak Renk

Rengin nasıl sembolik bir yapıya büründüğü, bu yapıyla bireyin ilişki biçiminin neleri öngörebileceği ve bu ilişki biçiminin toplumsal konsensüs bağlamında, neleri vaat edebileceği yukarıda izah edilmeye çalışıldı. Burada gündelik hayatın görünen envanterleri üzerinden bir çözümleme yapma tutumu güdüldü. Ancak öte yandan gündelik hayat içerisinde muhatap olunan her rengin anlamı bir sembolik unsur olarak görülebilir mi? Renkler her zaman anlamlı etkinlikler üzerinden okunabilecek kadar reel bir karakteristiğe sahip midir? Kırmızı renk Türk bayrağında bir kutsallık oluşturabilirken aynı kırmızı, aynı anlamı neden Kürt giyim kuşamında göstermemektedir? Son kertede, sistematize kalıpların dışına çıkan bu anlam atfetme etkinlikleri nasıl açıklanabilir? Tüm bu soruların cevabını vermek için imgesel olarak da rengi irdelemek gerekmektedir. Zira sembolik unsurlar toplumsal yapının bileşenleri içerisinde önemli bir yer kaydetse de buradaki semboller, birer ‘gösterge’ olarak karşımıza çıkmaktadır. Göstergebilimciler ise toplumsal gerçekliği göstergelerden ibaret görmeyip, gösterenlerin kolektif gösterimlerini incelemeyi faydalı görmektedirler (Lechte, 2006: 224). Yani burada toplumsal düzenin bir parametresi olarak görülebilecek göstergeler -ya da sembolik renkler- toplumsal düzenin kendisinden ibaret görülmemektedir. Yapısalcı göstergebilimcilere göre, dil oluşturması bağlamında imgelerin kendisi de birer gösteren olabilmesine rağmen, imgesel renk ve sembolik renk arasında ‘oradalık’ noktasında bir farklılık söz konusudur. İmgeler dış dünyada doğrudan rastlanılabilecek bir unsur değilken, semboller dış dünyada doğrudan geçmişin varisleri hükmündedirler. Bu noktada imgenin kendisi özellikle dil sistematiği içerisinde zihinsel bir kabul edilmişlik durumu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hâlbuki semboller kendisini hem zihinde hem de dış dünyada beraber kabul ettirmiş vaziyettedir.

Her anlam atfedilen rengin, kaçınılmaz olarak bir hikâyeye sahip olmadığı görülmektedir. Söz gelimi kara renk, çoğu zaman "olumsuz anlamlarla" anılmasına rağmen (Toker, 2009; Seherman & Gerald, 2009) bu anlamının neşet ettiği 'net bir hikâyeye' sahip olmadığı bilinmektedir. Esasen bu durum sembolle değil, imgeyle veya psikoloji ile açıklanabilecek niteliktedir.[13] Psikolojik incelemelere ara ara değinmek kaydıyla burada renkler noktasında temel gereklilik imgelerin sosyolojik yönünü ortaya koymak olacaktır. Hem sembol hem de imgenin üretiliş ve tüketiliş safhalarında toplumsal etkiler söz konusu olsa da yapısal olarak birbirinden farklı alanları işgal etmektedirler. İmge, daha çok dil ve zihniyet üzerine kümelenen bir unsur olarak karşımıza çıkarken, sembol genel olarak duyu organlarına hitap etmektedir. Mesela kadınsılık ve feminizmle irtibatlandırılan mor renk, çoğu zaman bayrak, flama ve giysilerde sembolik bir unsur olarak karşımıza çıkabilmekteyken; kara, ak ya da kızıl anlamsallığı en azından Türk dilinde ve zihniyetinde kendisini daha belirgin bir şekilde gösterebilmektedir.

İmgenin dil ile doğrudan ilişki içerisinde olduğuna örnek olması bağlamında birkaç konuya temas edilebilir. Yukarıda da kısmen değinildiği üzere genelde bir şeyin kötü ya da iyi olduğunu anlatmak için kullanılan ak-kara zıtlığı, dil imkânları içerisinde beyaz-siyah karşıtlığı ile aynı olmayabilir. Ak-kara benzetmeleri ya da tanımlamaları dil mantığı içerisinde bir şeyi övmek ya da yermek için kullanılırken, beyaz-siyah tanımlamaları daha çok nesnelerin kimliğini anlatmak için kullanılmaktadır. Bu noktada Türk toplumu için söylemek gerektiğinde; hemen herkes, 'sütten çıkmış beyaz kaşık' ya da 'siyah bahtım' demeyerek bir dil ve mantık hatasından kaçınır. Ama bunun karşısında 'siyah araba' ve 'kara araba' arasında bu kadar net bir dilsel sorunla karşı karşıya kalınmamaktadır. İlaveten 'siyah araba' demek, 'kara araba' demeye göre bugünün genel dil mantığı ve estetiği için daha uygun görülebilir. Burada birçok etnometodologun ifade ettiği gibi konuşmalar (dil) bir düzen ve ahenge sahip (Ritzer, 2013: 255) olsa da bunların kendi içerisinde ihlal

[13] Kara ve siyah'ın kullanımın alanı ve yoğunluğunun dilbilimsel sebepleri için: Bkz. (Bayraktar, 2005)

edilebildiği durumlar da söz konusudur. Mesela Alver (2016: 44) kaleme aldığı bir hikâyede, yerde yatan köpek leşinin necisliğinin karşısında onun diş renginin necipliğine dikkat çekebilmek için beyaz imgelemini kullanmıştır. Burada beyaz, doğrudan diş rengini işaret etmek maksadıyla kullanılsa da onun iyinin ve güzelin temsilcisi olma gibi bir özelliği de söz konusudur. Sonuç olarak kimi zaman eşanlamlı kelimeler üzerinden de aynı imgenin tarif edilebildiğine şahit olunabilmektedir. Ancak bireysel inisiyatife göre bir dil ihlali yapılacağı zaman bile, örneğin konuşma esnasında bir devrik cümle kurulmak istendiğinde, belirli ölçüler dâhilinde kurallar ihlal edilebilir. Yani dil için söylemek gerektiğinde kuralsızlığın bile bir kuralının olabildiği görülebilmektedir. Söz gelimi cümlenin öğelerinin değiştirilmesi durumunda her zaman belirli bir mantıksal zorunluluk durumu vardır. Bu durum haliyle renk imgelemi ve sözcükleri içinde bu şekilde kendisini geçerli kılmaktadır. Çünkü renkler de kendi içerisinde bir dili ihtiva etmektedir.

İmgesel renklerin gündelik hayatta tarif ve tanımlamayı net bir şekilde yapmak maksadıyla kullanıldığı görülmektedir. Zira 'imge' [*image*] kelimesinin etimolojisinde de göstermek, düşünmek, hayal etmek gibi fiil mastarlarına kapı aralanmaktadır. Bunun yanında imge kelimesi Türkçede hayal kelimesine denk gelmektedir ve hayal kelimesi de aynı mastarlarla açıklanabilmektedir. Haliyle burada etimolojiden de anlaşılıyor ki imgesel renkler sembolik renklere göre daha çok hayal dünyası ve dil arasında bir köprü işlevi gören unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Sembolik renkler kendisini din, siyaset, eğitim gibi temel kurumlar üzerinden üretirken, imgesel renkler kendisini daha çok dil, sanat, algı, muhayyile gibi diğerlerine göre içeriği ve üslubu daha hızlı değişebilen[14] bir şeyleri hatırlatmaktan ziyade 'güzel tanımlamayı' görev edinen olgular üzerinden üretmektedir. Ancak burada anlamlılık arz eden renkler arasında hangisinin imgesel hangisinin sembolik olduğunu ayırt etmek oldukça güçtür. Çünkü imgesel renklerin de sembolik renkler gibi eşya üzerinde kendisini belli edebildiği görülmektedir. Bu noktada imgesel ve sembolik renklerin ayrımını yapmak renk sosyolojisinin temel

[14] İmge sadece soyut dünyada sıkışıp kalmış, orada bir oldu değildir. İmge fiziki dünya içerisinde de kendisini belli edebilmektedir. Bunun yanında değişim karşısında direnebilen zayıf ve güçlü imgelerin de söz konusu olabileceğini ifade etmek gerekir. Bu hususta imgelerin değişme mukavemeti ilerleyen safhalarda irdelenmeye çalışılacaktır.

sorunu olarak görülebilir. Esasında bu zorluğun asıl sebebi Ahmed'in de (2014: 15) belirttiği üzere, kişinin bir nesne ile teması sonucunda üretilmiş hislerinin duyum mu yoksa duygu mu olduğu ayrımının, kolayca yapılamamasındandır. Burada güdülen ayırt etmek çabası, sadece renk olgusunun sosyolojik yönünü nispeten sistematize bir kalıba sokmadan anlatamama gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Bunun karşısında mutlak bir ayrımın söz konusu olamayacağı da bilinmektedir. Aşağıda da ayrıntılı bir şekilde ifade edileceği gibi kimi hususlar renklerin anlam kazanma süreçlerini birbirinden ayırt ettiği için bunlar, çalışmaya nispeten de olsa belirli sistematize etme biçimleri sağlayabilmektedir. Ancak öte yandan burada şu renk semboliktir, şu imgeseldir gibi bir tutumun içerisine mutlak anlamda girmek söz konusu değildir.

2.2.1.İmge Anlamlarının Oluşması ve Nominalizm

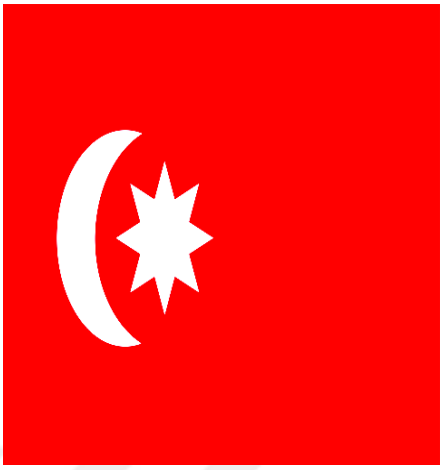
Nominalizm (adcılık), gündelik hayatta muhatap olduğumuz belirli nesnelere durumlara verilen isimlerin-kavramların nesnelere ya da durumlara 'sonradan eklemlenmiş' adlandırmalardan ibaret olduğunu, söz konusu nesnelerin doğasında, söz konusu anlamların olmadığını; hatta bu anlamların örtüşmediğini, sadece zihinsel bir soyutlamayla elde edilmiş bir adlandırma olduğunu ileri sürer (Aydın, 2013b: 317). Renk kavramsallaştırmalarının dikey ve yatay tarihsel çizgi içerisinde sürekli bir farklılık arz etmesi ancak nominalist yaklaşımla açıklanabilecek bir husus gibi görünmektedir. Zira gündelik hayatın envanterleri içerisinde olan ve hassaten kesin ve doğru bir şekilde anlamının bilindiği varsayılan kimi unsurların bile çoğu zaman bir isimlendirmeden veya soyutlamadan ibaret olduğu bilinmektedir. Haliyle bu durum renklerin anlamı için de geçerlidir. Çoğu imge ve sembollün bir nominalist soyutlamadan ibaret olabileceği savının ispatı için Türk bayrağındaki kırmızı rengin analizinin yapılması, nominalist felsefenin anlaşılması için önemli görülmektedir.

Söylencelere göre Türk bayrağının bir savaş esnasında, şehit kanına yansıyan hilal ve yıldızın görüntüsü nihayetinde tecessüm ettiğine inanılır. Kimi farklı yorumlara göre yine kırmızı şehit kanını temsil etmekle beraber hilal İslam'ın, yıldız da Türklüğün bir alameti olarak yorumlanır. Yaygın olan hemen her yorumda, bayraktaki 'kırmızı zeminin' şehit kanı olduğu noktasında geniş bir mutabakat vardır. Nominalist felsefeye göre bu anlamlandırma ya da adlandırma özünde böyle bir

anlam-hikâye taşımamaktadır. Zira kırmızının doğasında şehit kanı olmak gibi bir özellik söz konusu değildir. Böyle bir önerme doğru olmuş olsaydı, bugün İskandinav ülkelerinin bayraklarında olan kırmızıya, başka anlamların verilmesi güçleşebilirdi. Nitekim ABD bayrağının renginde mevcut olan kırmızı şehit kanını değil cesareti ve kahramanlığı simgeler (Bullen, vd., 2008). Bu adlandırmalar dış dünya ile değil, iç dünya ile ilgili bir süreç içerisinde gerçekleşir. Bu noktadan bakıldığında, özellikle soyut anlamlandırma süreçlerinin nominalist felsefenin iddiasıyla örtüştüğü görülmektedir. Kısaca, bu felsefeye göre nesnelerin anlamını biz yaratırız. Bu duruma örnek teşkil etmesi bağlamında Türk bayrağındaki kırmızı rengin semiyotik olarak akrabalığına biraz daha derinlemesine göz atmak gerekmektedir.



Bizans'ın (İstanbul'un) bayrağı: kırmızı zemin üzerine beyaz ay ve sekiz köşeli yıldız.



1844 yılına kadar kullanılan Osmanlı bayrağı: kırmızı zemin üzerine beyaz ay ve sekiz köşeli yıldız.



1844-1923 yıllarında ki Osmanlı Bayrağı: kırmızı zemin üzerine beyaz ay ve beş köşeli yıldız.



1923, - Türkiye Cumhuriyeti Bayrağı: kırmızı zemin üzerine beyaz ay ve beş köşeli yıldız.

Tablo 2: Türk Bayrağının Semiyotik Akrabalığı (Çınar, 2011: 102-103).

Türk bayrağındaki kırmızıya atfedilen anlam görüldüğü üzere sadece bu tablo üzerinden bile antropolojik olarak tartışmaya açılabilir. Ne var ki bu anlamın doğruluğunu reddedenler de söz konusu olmaktadır (Çınar, 2011). Ancak bunu reddetmek toplum için işlevsel manada bir fayda sağlar mı burası ciddi bir muammadır. Nitekim toplumsal aktör bazında düşünüldüğünde, kırmızının ürettiği

konsensüsten herkes memnun olduğu müddetçe kırmızıya müdahale etme ihtiyacını, büyük ihtimalle kimse duymayacaktır. Bu tablo, sadece sembolleşen bir rengin bile kimi zaman doğru hikâyelerle anılamayacağının bir göstergesi olmasından dolayı önemlidir. Öte yandan ihtimal odur ki, kırmızı gerçektende şehit kanıyla ilişkili olabilir. Bu ihtimaller bir kenara bırakılırsa burada önemli olan husus adlandırma, yakıştırma ve hikâye tahsis etme geleneğinin bir zihinsel pratikler silsilesiyle toplumsal bilinci nasıl oluşturabildiği ile ilgilidir. Bunun yanında diğer önemli husus; belki yüzlerce yıllık hikâyesi olan renklerin, aynı anlam üzerinden dillendirilmesinin karşısında üç, beş veya on yıllık bir anlamlandırma serüveninin rengin doğası itibariyle dış dünyada ne kadar tutarlı olabileceği nominalist felsefeyi önemli oranda haklılaştırmaktadır.

Göstergebilimsel yaklaşımın temel ilkesinde de söz konusu olduğu gibi nesnelerin kendinden başka bir şeye atıfta bulunduğu içsel olarak bir yalandır (Woodward, 2016: 82). Ancak işlevsel manada bu yalanların toplumsal zeminde kişilere bir bizlik ve benlik şuuru tesis edebilmesi, bu yalanları kıymetli hale getirmektedir. Esasında Woodward'ın "yalan" kelimesi, itham edici bir tarzı ihtiva etse de burada sosyolojik bir çalışma için, gösterenlerin yapısını herhangi birşeyle itham etmekten çok yapının yanıltıcı yanlarının vurgulanması esas olmalıdır. Birey öznesi kendisini belirli bir zeminde üretebilmek için belirli yalanlara gönüllü olarak inanmakta hatta bu yalanının bir parçası olmayı çoğu zaman istemektedir. Toplumsal alanda öznelerin, ulusal yalanların bir parçası olmak istemesi; evreni, toplumu ve varlık adına söylenebilecek herşeyi; nispi de olsa anlama isteğinin bir tezahürü olarak görülebilir. Tıpkı bilimsel yalanlara gösterilen rağbetlerde de olduğu gibi birey, kendi zaviyesinden söz konusu yalanla evren, madde ve insan tasavvurunu meşru bir cepheye konumlandırmak amacıyla bu tip yalanlara itibar edebilmektedir.

Renklerin doğası insanoğluna kimi zaman belirli psikolojik etkiler üzerinden tesir edebilsede sosyolojik etkiler diye adlandırılabilcek etkilerin çoğu zaman renklerin doğasıyla alakalı olmadığı ifade edilmeye çalışılmıştır. Bugün herhangi bir rengin, herhangi bir topluma, herhangi bir çağrışımı şeklinde cümleye başlandığı taktirde, o rengin doğasında söz konusu çağrışıma dair neredeyse hiçbir emare olmadığına dair psikolojik olmasada, sosyolojik ve felsefi bir saptama yapılabilir. Bu

minvalde Baudrillard'ın da (2014: 40) değindiği gibi renkler, önceden belirli kültürel formlar tarafından belirlenmiş anlamlara boyun eğmek mecburiyetindedir. Bu durum hem nesne üzerinde (sembol) hem de muhayyile üzerinde (imge) çoğu zaman aynı şekilde gerçekleşmektedir.

2.2.2.Renk İmgeleminin Estetikle İlişkisi

Estetik kavramı tıpkı etik kavramı gibi ilk bakışta salt felsefenin uğraş alanı içinde görünmesine rağmen, sosyoloji estetikle yakın bir ilişki içerisindedir. Gündelik hayat içerisinde toplumsal aktörlerin eylemlilik hallerinin altında yatan saikleri kendine araştırma alanı olarak gören sosyoloji; tercihlerin sebeplerini nesnel argümanlarla açıklayamadığında, aralayacağı ilk kapı felsefenin kapısı olmaktadır. Mevcut modern toplumlarda, anlam ile düşüncenin karmakarışık birbirine girmesi ve bilinen ile bilinmeyenin muğlâk tuhaflığı baskın bir irrasyonalite görüntüsü olarak algılanabilirken (Lefebvre, 2010a: 123-124) bu tablo, bilhassa modern toplumlarda ampirik değerlendirmelerin imkânını da sınırlandırmaktadır. Renkler için söylemek gerektiğinde; bireyin yatay ya da dikey tarihsel çizgi içerisinde renklerle girdiği her ilişki biçimini, rasyonel sebeplerden hâsıl olmuş birer eylemlilik hali olarak görmek veya bu ilişki biçimini rasyonel bir düzlemde çözümleme çabası gütmek yanıltıcı olabilir (Çitoğlu, 2008: 2). Çünkü renk değerlendirmelerinde etik ve estetik yargı başat bir faktör olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Renklerin imge olarak zihinsel süreçlerdeki mevcudiyeti, gündelik hayat içerisinde çoğu zaman estetik yargılar üzerinden belirmektedir. Renk estetiğinde güzel ya da çirkin yakıştırmalarının kendisini yine nominalist düzlemde yükselttiği görülebilirken, kimi felsefi argümanlar renk estetiğini realist düzeyde de değerlendirir. Esasında renk estetiğinden ziyade, genel olarak estetik konusundaki bu ikircikli yaklaşım "öznel ve nesnel estetik anlayışlarına" dayanmaktadır. Tekel'e göre (2015: 150) "Birçok kuramcı güzelliği, herhangi bir kişide hoş deneyimler uyandıran 'nesnenin' özelliği olarak ifade etmiştir. Nesne temelli bu yaklaşımda güzellik nesnenin fiziksel niteliğine bağlı bir kavram olarak ele alınmıştır. Birçok kuramcı da güzelliğin bakan kişinin gözünde oluştuğunu; bir şeyin duyulara hoş geldiği sürece güzel olabileceğini savunmuştur." Buradan anlaşılacağı üzere öznelci

görüş, Karacaoğlan'ın dörtlüğünde de belirtildiği gibi güzelliği bakan kişinin gözüne mal ederken nesnelci görüş; güzelliğin, eşyanın kendisinde var olduğunu savunmaktadır. Karacaoğlan bu noktada

"Ben güzele güzel demem
Güzel benim olmayınca
Muhanetin karın çekmem
Gel deyip de gelmeyince"

dizeleri ile öznelci görüşe dair bir hususa dikkat çekmektedir. Bunun yanında öznelci görüşü başka bir şekilde yansıtan Aşık Veysel'in şiirinde güzellik yine bakan kişinin gözüne mal edilmiştir. Aşık Veysel'in görme engelli olması ise bu durumu daha ilginç kılmaktadır.

"Güzelliğin on par'etmez
Bu bendeki aşk olmasa
Eğlenecek yer bulaman
Gönlümdeki köşk olmasa

Tabirin sığmaz kaleme
Derdin dermandır yareme
İsmin yayılmaz aleme
Aşıklarda meşk olmasa

Kim okurdu kim yazardı
Bu düğümü kim çözerdi
Koyun kurt ile gezerdi
Fikir başka başk'olmasa

Güzel yüzün görülmezdi
Bu aşk bende dirilmezdi
Güle kıymet verilmezdi
Aşık ve maşuk olmasa

Senden aldım bu feryadı
Bu imiş dünyanın tadı
Anılmazdı VEYSEL adı
O sana aşık olmasa."

Çağdaş sosyoloji, estetikle olan ilişkisini özellikle son otuz yılda basılan pek çok kitap ve dergiyle yeniden düşünmektedir ve yayımlanan çalışmaların çoğunda estetiğin toplumsal organizasyonu devam ettirebileceği iddia edilmektedir (Fuente, 2000: 235). Belirli estetik yasaları üzerinden inşa edilen bilinç, yukarıda ifade edilen kolektif imgeleri içerebilmektedir. Ancak burası için altı çizilmesi gerekir ki, Schutz'un da değindiği gibi araştırmacının rolü sosyal dünyadan uzak teoriler ve kavramlar geliştirmek değil, bizatihi o dünyanın içerisine girmektir (Slattery, 2014: 234). Dolayısıyla estetik konusunda sosyologların görevi, fenomenleri salt felsefi argümanlar üzerinden okumak değildir. Öte yandan bu durum, Lefebvre'nin (2010a: 89-91) dikkat çektiği probleme yani felsefenin önemsizleştirilmesine de neden olmamalıdır.

Renk estetiği özellikle gündelik hayatta kullanılan renklerin tercihi noktasında oldukça önemlidir. Genel olarak pratiklerin, gelenek ya da estetiğe dayalı olması (Leeuwen, 2005: 69), bilhassa renk pratiklerinin de estetik üzerinden okunmasını zaruri kılmaktadır. Çünkü eşyanın kendisini üretmek ve tüketmek başlıca bir estetik algının eşliğinde teşşekül etmektedir. Ancak estetik algıları değişken olduğundan dolayı estetik anlamda öznenin baktığı şeye özne, tabiatı itibariyle anlam noktasında bir istikrasızlık kazandırmaktadır (Gümüş, 2012: 36). "Sana göre" "bana göre" farklılaşması bu noktada ortaya çıkabilmektedir. Ancak bu estetik yargılar her ne kadar da sen ve ben öznelerinden müteşekkil gibi görünse de estetik yargının öğrenmeyle yakın bir ilişki içerisinde olduğu izah edilmişti. Burada estetiğin hem "ben'in" ötesinde hem de "ben'in" yanında; bir "biz" işi olabildiğini, ancak bunun yanında sistematize kalıpların dışına çıkabildiğini ifade etmek gerekmektedir.

Belirli toplumsal koşullar ve zorlamalar altında öğrenilmiş olan estetik yargılar birçok yönüyle sosyolojik bir alan olarak görülebilir. Renklerle ilgili bir imge sahibi olan toplumsal aktör, bu imgeyi hem oluştururken hem de kullanırken

estetik algıların kendisine sağlanmış olduğu ölçütler üzerinden bir eylem ve tavır içerisinde bulunabilmektedir. Nitekim Farsçadan Türkçeye geçmiş olan renk [reng] kavramı "güzel" anlamını da taşımaktadır (Kanar'dan aktaran: Akkaya, 2013: 528). Bu durum güzellik (estetik) ve renk arasındaki ilişikinin ortaya konması açısından gayet önemlidir. Yine Türkçe'de bir şeyin güzelliğine atıf yapmak için "renk" kelimesi kullanılabilmektedir. Bu çalışmanın başında Neşet Ertaş'tan alıntılanan "cahildim dünyanın rengine kandım" ifadesinde de belirdiği gibi renk, yine bir güzelliği ama dünyanın yanıltıcı bir güzelliğini ifade etmek için kullanılmıştır. Bunun yanında Kur'an'da özellikle 'yaratılışın güzelliğine ve çeşitliliğine' dair atıflarda bulunmak için renklere değinilmektedir. (Bkz. Kur'an: 16:13, 30:22, 35:27, 35: 25, 29; 21, 70:9, 101: 5).

Renk tercihlerinin estetikle ilişkisi sadece bir öznenin tüketeceği eşya üzerinde söz konusu olmamakla beraber, bu tercihler rengi bizatihi boya olarak kullanan birçok sanatçı ve üretici tarafından da göz önünde bulundurulabilmektedir. Yani estetik, üretim ve tüketim olmak kaydıyla her iki biçimde de renkler üzerinde etkili olabilmektedir. Mesela bir ressam zihninde tasarladığı resmi tuvale dökmeden önce kendisine öncelikle bir palet ayarlar. Ayarladığı bu paletin içerisine koyacağı renkler ise onun bireysel veya toplumsal estetik anlayışının bir tezahürü mahiyetindedir. Örneğin 17.yy'da Avrupalı ressamların paletlerini, dinsel duyarlılıklar çok fazla etkilemiştir (Pastoureau, 2012: 129). Çünkü bu yüzyıl içerisinde özellikle görsel sanatlarda Avrupa estetiğinin dinsel duyarlılıklar payandasında geliştiği bilinmektedir.

Bir tualin üzerine yanlışlıkla dökülen birkaç adet boya ile itinalı bir şekilde çalışılmış bir barok, romantik, ya da neo-klasik eseri birbirinden ayıran en temel unsurlardan bir tanesi imgedir ya da o imgeyi estetikle yoğurup sunma biçimidir. Kant'ın (2001) da değindiği gibi sanat, güzel bir şeyin hikâyelendirilmesi değil, herhangi bir şeyin güzel hikâyelendirilmesidir. Bu hikâyelerde imge hayat bulmakla kalmaz; imge, hayatı güzel bir şekilde bulur. Sanatçının canlılık vereceği sanat eserinin, güzelliği iletebilmesi için toplumla ortak dilinin olması gerekmektedir. Bu dilin bazen ihlal edilebilmesi sanatçının özgünlük ya da kurgusal dili ile bağdaştırılabilecek bir husus olarak ifade edilmektedir. Nihai olarak birçok sanat

enstrümanında da olduğu gibi burada renk estetiği; hem belirli bir uzlaşmanın nihayetinde oluşur hem de bu uzlaşmanın ihlaline meşruiyet tanıyabilen bir alan haline dönüşebilir. Nitekim Ritzer ve Stepnisky (2014: 162) bu durumu moda için söylemiştir. Onlara göre moda hem normatif bir alan oluşturur hem de sapmak isteyenlere imkân tanır.

2.2.3.Renk İmgeleminin Ürettiği Romantik Kolektivite

Durkheim'in geliştirdiği "kolektif bilinç" kavramında (Ritzer & Stepnısky, 2014) bilincin değişim karşısındaki mukavemetine çok değinilmediği ifade edilmişti. Burada zayıf kolektif temsiller [*collective representations*] üzerinde durularak romantik kolektivite kavramı açıklanmaya çalışılacaktır. Öncelikle literatürde kolektif temsiller diye işaret edilen fenomenler arasındaki en önemli unsurlardan birisini de imgelerin oluşturduğu görülmektedir. Burada imgelerin oluşturmuş olduğu ortaklık alanı şüphesiz oldukça derinlere kök salabilir. Nitekim imgelerin kendisine bakıldığında sembollere göre daha yaygın olduğu görülmektedir. Ancak bunun yanında binlerce farklı imgelem unsuru arasında derin bir ortaklık alanı oluşturabilenler olsa da oldukça yüzeysel bir konsensüs sağlayanlar da vardır. Sembolik renklerin içerisinde nasıl ki sembollerin kabul edilebilirliği ve ürettiği ortaklık alanı değişebiliyorsa, imgeler de o nispette izafi bir bağlayıcılığa sahiptir. Yine sembollerde olduğu gibi kendisini uzun tarihsel arka planlara dayandırabilen imgeler hem değişim karşısında daha mukavemetli hem de oluşturmuş olduğu kolektif bilinç bakımından daha etkili olmaktadır. Bu noktada söz konusu imgelemi paylaşan bireylerin sayısı, imgenin değişim karşısındaki mukavemetini ve üretmiş olduğu kolektiviteyi daha sağlam bir hale getirebilmektedir. Esasında Simmel'in (2017) sayılar üzerindeki vurgusu çoğu zaman geçerliliğini korumakta, 'grup üyelerinin çoğalması' bilinçlilik hallerini ve ilişki formlarını etkileyebilmektedir.

Renk imgeleri arasında her ne kadar da güçlü kolektivite oluşturanlar olabilse de onlar genel olarak sembolik renklere göre daha az kolektivite üretirler. Burada bu durum romantik kolektivite olarak kavramsallaştırılmaktadır. Buradaki romantik nitelemesinin sebebi, toplumsal örgütlenme biçimlerinin ve unsurlarının kendisine her zaman reel ve rasyonel bir temel bulamamasından kaynaklanmaktadır. Dahası bu

örgütlenme biçiminin ve unsurlarının duyu (rasyonel kaynak) ve duyum (romantik kaynak) arasında bir gelgit yaşadığı görülebilir. Toplumsal örgütlenme materyallerinin rasyonaliteden uzak olması ve bu örgütlenmenin bazen duygular ile inşa edilmesi söz konusu materyallerin ve örgütlenme biçiminin romantik yönünü ortaya koymaktadır. Haliyle sembolik ve imgesel materyaller bu noktada insan öznesiyle rasyonel veya irrasyonel biçimlerde farklı farklı ilişkiye girebilmektedirler. Ancak Halmi'nin de (2007: 15) ifade ettiği gibi fenomenlerin, sembolik, alegorik, semiyotik ya da imgesel derecelendirmeleri arasında 'belirgin' bir şema yoktur. Dahası sanat, felsefe ve doğa enstrümanlarının bu sınıflardan hangisine konulabileceğinin de kesin bir ayrımı söz konusu değildir. Ancak üretilen bilinçlilik halleri üzerinden bir okuma yapıldığında, nüfuz alanları farklı olan fenomenlerin farklı alanlar üzerinden okunması zaruri bir önkoşul olarak kaşımıza çıkmaktadır. Hem bu durumu daha iyi açıklaması için hem de bu çalışmanın genel gidişatını desteklemesi bağlamında, Baudrillard'ın gerek renkler için gerekse diğer nesnelerin durumu için belirtmiş olduğu aşağıdaki önemli hususları olduğu gibi vermekte fayda vardır:

> *"Şu muazzam nesneler dünyasını ani değişikliklere uğrayıp yok olan tropikal ve buzul türler de dâhil olmak üzere bir bitki örtüsü ya da bir hayvanlar dünyası şeklinde sınıflandırabilir miyiz?... Aslında bu karmaşanın birçok doğal türde karşılaşılan karmaşıklıktan daha tuhaf olmadığı söylenebilir. Ancak bu arada insan denilen varlığın tüm doğal türleri sınıflandırmak gibi bir alışkanlık kazanmış olduğunu biliyoruz. Bu işi sistemli bir şekilde yapmaya başladığı gün, çevresindeki teknik ve işe yarar nesnelerin ansiklopedik boyutlara ulaşan bir de listesini yayımlamıştır. O günden bu yana bu listeler çok değişmiştir. Çünkü günlük nesnelerin (makineler hariç) sayısında inanılmaz bir artış görülmüş, gereksinimler artmış, üretim sayesinde de bu nesnelerin doğum ve ölümleri hızlanmıştır. Tüm bu nesneleri adlandırma konusunda büyük bir sözcük sıkıntısı çekilmektedir. Şu halde gözle görünür bir şekilde değişen nesneler dünyasını sınıflandırabilmek ve betimleyici bir sistem oluşturabilmek mümkün müdür? Bu durumda nesne sayısı kadar sınıflandırma ölçütü olacağı kesindir... Aslında sürekli bir yenilenme ve çoğalma eğiliminde olan nesneler dünyası açısından bütün bu sınıflandırma yöntemlerinin neredeyse alfabetik sıralama kadar rastlantısal oldukları görülmektedir... Söz konusu olan şey nesnelerin işlevlerine göre bölünmesi ya da çözümlemeyi kolaylaştırabilmek amacıyla onları hangi sınıflara ve altsınıflara bölmemiz gerektiği değildir. Sorun insanların nesnelerle ilişkiye geçiş süreçleri ve bunun*

sonucunda ortaya çıkan insani ilişkiler ve davranışlar sistematiğidir" (Baudrillard, 2014: 9-10).

Baudrillard eserindeki bu önsözden sonra giriştiği renk çözümlemesiyle, tam olarak sınıflandırmadan çok, nesnelerin insanlar üzerindeki etkisine öncelik vermektedir. Ancak sınıflandırma olmadan bir çözümlemenin mümkün olmayacağının Baudrillard' da farkındadır. Zihinde var olan renk imgelerinin eskisine nispetle çok daha hızlı değişmesi, hem üretim imkânlarının fazlaca kolaylaşmasına hem de estetik algılarının bu üretme faaliyetlerinden daha hızlı değişerek üretimi etkilemesine bağlanabilir. En basitinden sentetik ve selülozik boya kartelâlarında yüzlerce farklı renk isminin olması, boyacıların yeni tonlar için oturup sürekli renk ismi uydurmak mecburiyetinde kalması, bunun bir sonucu olarak görülebilir.

Renk imgelemi olarak ifade edilebilecek hususun içerisinde bir kolektivite olsa da, bu kolektivite ne tek başına bireyin tamamen dışında bir unsur olarak çalışabilmekte ne de birey içinde bulunduğu cemaatin imgeleminden tamamen bağımsız bir şekilde hareket edebilmektedir. Eylemlilik halinin altında evvelden zaruri önkoşul olarak bulunması gereken niyetlilik durumu, hem kolektif hem de bireysel niyetlilik olarak okunabilir (Searle, 2015: 134). Haliyle pek çok sosyoloji kuramında da daha önce tartışılan (Ritzer, 2013) birey ve yapı ilişkisi kendisini burada da göstermektedir. Ancak yapısal bir unsur olarak görülebilecek estetik ve çoğu zaman onunla etkileşim içerisinde olan imgelem, diğer birçok sosyolojik kurum ya da yapıya göre birey tarafından daha fazla esnetilebilecek bir alanı oluşturmaktadır. Bu esnek imge yapısı, haliyle üretmiş olduğu kolektivitenin yapısını daha çok romantik bir boyut üzerinden serdetmektedir.

2.2.4.İmgesel Renge Yapılan Bireysel Yorum ve Değişim

Renk imgelemi bütün toplumsal fenomenler gibi değişmekte ve bu değişim, çoğu zaman dil, zihin, sanat gibi farklı toplumsal fenomenlerin değişim trendine bağlı olmaktadır. Renk imgeleminin sembolik renklere göre anlam noktasında daha hızlı değişebileceği ifade edilmişti. Ancak imgelem çoğu zaman soyut dünyanın fenomenleri mesabesinde olduğu için onun değişimi gözle görünür bir şekilde hissedilmeyebilir. Öte yandan kimi imgesel unsurlar -dil gibi- çok daha mukavemetli

ve muhafazakâr olabilmektedir. Sartre (2009: 33) imgenin değişmiş olduğunu iddia etmenin, imgeyi geçersiz kılmak anlamına geleceğini söylemesine karşın, Jay (2014: 110) insanın doğayı farklı zamanlarda farklı biçimlerde idrak ettiğini ve bunun yanında aktif olarak doğayı değiştirmek için çalıştığını ifade eder. İnsanın bu gayreti; tabiatı itibariyle imgesel değişimlere de sebep olmaktadır.

İmgesel renklerin anlamsal değişikliğinin altında insanın doğayı -veya doğadaki rengi- değiştirme tutkusunun yanında, insanın nesne ve fikir düzeyindeki imgeye olan yorumu da yatmaktadır. İnsan kavramı, burada alegorik bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü bu yorum ya da müdahale sadece bir insan tarafından yapılmayabilir, onlar aynı zamanda tüzel kişilikler, belirli iktidar aygıtları ya da kurumlar tarafından da yapılabilir. Mesela, Avrupa'da bir zamanlar namuslu kadınlar ve fahişeleri ayrıt etmek için farklı renkler kullanılırken (Pastoureau, 2005: 103); aynı renklerin aynı Avrupada, şimdi hem namuslu hem de fahişe kadınlar tarafından eş zamanlı olarak kullanılabildiği görülmektedir. Görünen o ki eski iktidar formları değişmiş, bireysel yorumlar ve müdahaler kimi imgelerin etkisini ortadan kaldırmış yahut imgeleri değiştirmiştir. Bu tip değişimler Lefebvre'nin (2010b: 158) ifadesiyle şartların konjonktür tarafından zolanması olarak görülebilir.

İmgelerin değişme dinamiklerinin altında yatan en temel sebeplerden birisi olan bireysel yorum; imgelerin çoğu zaman birer hikâyelerinin olmamasından dolayı ya da hikâye olsa bile, bunun oldukça soyut olmasından ötürü fazlaca yapılabilmektedir. Eleştirel yorumlama biçimlerinin çoğu, farklı alanlardaki kabul etme biçimlerine bir itiraz olarak ortaya çıkmaktadır. Fakat bunun karşısında renk hikâyeciliğinin kendisini daha çok efsanevi ve metafizik öğeler üzerinden inşa etmiş olması, onu spontane olarak kutsallığa ve dokunulmazlık zırhına bürüyebilmektedir. Bu durum ise renklere karşı yorumları sınırlandırabilmektedir. Fakat yorum ve anlam ilişkisini tek yönlü bir neden-sonuç ilişkisi üzerinden okumaktansa, bu durumu diyalektik bir süreç olarak göz önünde bulundurmak daha makul görünmektedir. Renkleri ya da onların hikâyelerini koruma içgüdüsü şüphesiz toplumda tek tek yaşayan bireylerin bir ihtiyacından hâsıl olmaktadır. Birey zihinleri mekanik olarak tek tek bir araya gelemeyeceği için onlar semboller ve ortak inanış biçimleriyle bir araya gelebilmektedirler (Ritzer & Stepnısky, 2014: 84). Fert olarak bireyler, bu

durumu gizli bir telkinle öğrenmiş gibi görünmektedirler. Toplumsal aktör birlikteliği sağlayan sembollerin veya inanış biçimlerinin yok olma tehlikesinden dolayı değişime karşı direnebilmektedir. Fakat bu durum daha çok sembolik renklerde söz konusu olmaktadır. Bunun karşısında imgeler ve özellikle de renk imgeleri, bu kadar pragmatist bir yönden düşünülmemektedir. Çünkü imgeler değiştirilmesi ya da değiştirilmemesi arasında herhangi bir farkın olduğu bile düşünülmeyecek kadar kendi halinde fenomenlerdir. Onlar ihtiyaç var ise zaten kendiliğinden değişebilecek iradeyi kendi içerisinde muhafaza etmektedirler.

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: RENKLERİ FARKLI PARAMETRELER ÜZERİNDEN OKUMAK

3.1.Gündelik Yaşamda İmgesel Renkler

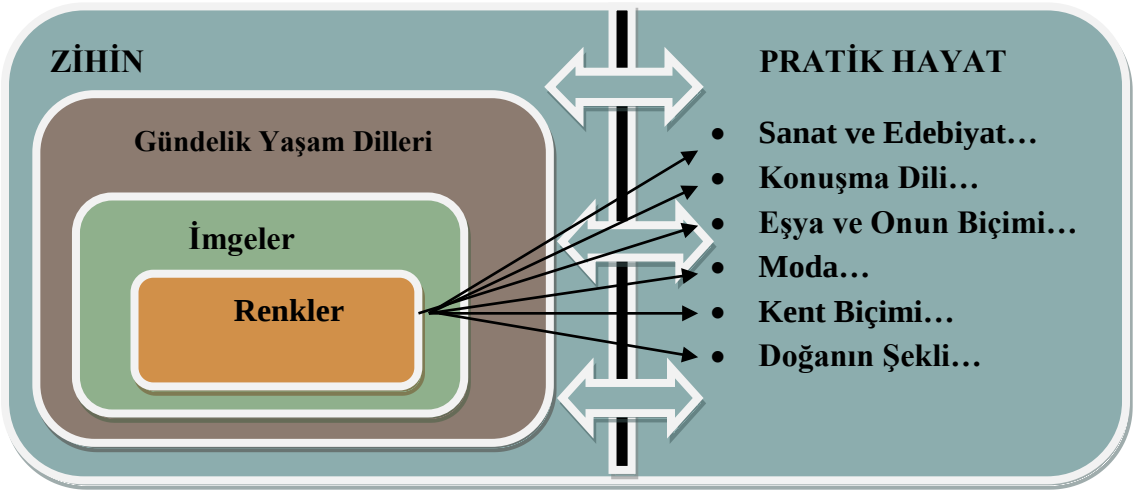
Önceki iki bölüm de genel anlamıyla gündelik hayatta dil, eşya, muhayyile ya da sanat üzerinde bir rengi gördüğümüz, duyduğumuz ve hatırladığımız zaman, bunun hangi sosyolojik bakma biçimleri üzerinden okunabileceği tartışıldı. Bunun yanında çizilmiş olan yöntembilimin renk okumaları için nerelerde yetersiz kalabileceği öngörülmeye çalışıldı. Hassaten bu bölüm için tasarlanmış olan önceki iki bölüm, gündelik hayatta renk unsurlarının hangi zaviye üzerinden okunabileceğinin bilgisini edinme amacıyla tasarlanmıştır. Bu bölüm ise gündelik hayatta farklı sosyolojik parametreler üzerinden renk okumaları yaparak, önceki ilk iki bölümü haklılaştırmaya çalışacak ya da bu bölümde belirtilen eksiklikleri belirtme misyonuyla hareket edecektir. Böylece seçilen hikâyeler, durumlar, tavırlar ve değişimler bu bölümdeki bazı tematik unsurlar arasında olacaktır. Ancak buradaki örneklemeler bir bütün olarak hayatın farklı alanlarındaki her rengi kapsamayacaktır. Bu bölümde, önceki bölümlerde ifade edilen bazı sınırlılıklar sebebiyle 'sadece özel seçilmiş hikâye ve durumlar' üzerinden analiz etme tutumu güdülecektir.

3.1.1.Zihinsel İmgeler

Bourdieu'nün "simgesel çıkar sosyolojisi" olarak betimlemiş olduğu, 'eylem için maddi olmayan faydaya yönelme tutumu', kişilerin bilinçli ya da bilinçsiz bir dizi maddi olmayan kârı elde etme güdüsü olarak ifade edilebilir (Swartz, 2015: 99). Bourdieu Marksist paradigmaya bir karşı duruş bağlamında, kültürel unsurların basit birer üstyapı unsuru olarak görülmesini kabul etmediğinden dolayı bu kavramı geliştirmiştir. Gerçekten de gündelik hayatın üretimine bakıldığında; prestij, statü, iktidar, kabul edilme, yeniden üretim gibi unsurlar simgesel olarak önemli bir yeri işgal etmektedir. Aktörlerin bu unsurlarda yetkin ve aktif olabilmek maksadıyla bir dizi maddi olmayan etkinliklerle iştigal ettiği görülebilmektedir. Özellikle maddi olmayan etkinliklerin üretimi için kayda değer bir yer tutan, normatif düzenin öngördüğü biçimde davranmak, düşünmek ya da gündelik hayatın ortak dili

üzerinden kendisini üretmek, ister istemez hayat içerisinde mevcut bulunan birçok farklı dilin öğrenilmesini zaruri kılmaktadır.

İmgelerin ve sembollerin kendi içerisinde bir dil sistematiği oluşturdukları görülmektedir. Nitekim bir toplumun kurumsal olgulara sahip olabilmesi için en azından ilkel de olsa bir dil formuna sahip olması gerekir (Searle, 2005: 84). Bu dil sadece konuşulan bir dili değil; görülen, duyulan ya da hissedilen bir dili de ihtiva etmektedir. Toplumsal aktörlerin mesajlaşma ve iletişim kurma ihtiyaçları, imgelerin de dil sistematiği üzerinden kalıplaştırılmasını gerektirmektedir. Hatta imgesel ve sembolik dillerin gelişmişliği ile söz konusu toplumun gelişmişliği arasında çoğu zaman doğru bir orantı kurulmaktadır (Pastoureau, 2012). İnsan zihninin çok katmanlı yapısı içinde mevcut bulunan farklı kodlardaki diller, niteliksel ve niceliksel özellikleriyle insanın ve onun içinde yaşadığı toplumun gelişmişliğinin temel göstergeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Tıpkı Weber'in (2008) Çin dili ile düşünme yetenekleri arasındaki bağlantıyı saptaması ve kapitalizmin Çin'de gelişememesinin sebebini buna bağlaması gibi; birçok düşünür sıradan dilin yanında imgesel ve sembolik diller ile düşünme yetenekleri arasındaki bağlantıya önem verir. Bu durum ilerleyen aşamalarda birçok haliyle ele alınarak renklerin birer gelişmişlik göstergesi olarak algılandığı tartışılacaktır. Ancak buradaki temel nokta bütün imgelerin kendine has biçimi ile birer dil sistematiği oluşturmuş olması ve bu dillerin hepsinin zihnin içerisinde verili olarak bulunmasıdır.



Tablo 3:İmgesel ve/veya sembolik renklerin gündelik yaşam pratiğindeki yeri ve onunla etkileşimi

Gündelik yaşamda birer iletişim unsuru olarak görülebilecek bütün imgesel renkler temelde insan zihninde bulunmaktadır. Bu zihnin muhtevasındaki birçok farklı yaşam dili içerisinden birisini teşkil eden imgeler, kendi içerisinde renkleri de barındırmaktadır. Bir zihinsel pratikler silsilesi yoluyla gündelik hayatın farklı alanlarında etkileşim unsuru olan renkler hem etken hem de edilgen vaziyettedir. Diğer bir değişle, mesela bir edebiyatçının, eserinde ortak bir toplumsal renk imgesini kullanabileceği nasıl beklenebilirse, söz konusu edebiyatçının kendisi de topluma yeni bir imge kazandırabilmektedir. Bu karşılıklı etkileşim bir yandan var olanı tekrardan benzer şekilde üretmeye ve onu muhafaza etmeye yararken, diğer yandan da var olanı değiştirmek ya da sıfırdan üretmek gibi bir düzen inşasına fayda sağlayabilmektedir. Nihai olarak burada insanın hayvandan ayrılan özelliklerinden birisi olan 'sembol kullanma yeteneği' (Ritzer, 2013: 231) renkler üzerinden de icra edilerek toplumsal düzenin farklı bir yönü ortaya çıkmış olmaktadır. Bu noktada birer iletişim aracı olarak toplumsal düzene hizmet etme özelliği taşıyan renkler (Yu, 2014: 49), insan zihninin kolektif temsilleri olma iradesini taşıyan nesnel gerçeklikler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bütün renk imgelerini ve göstergelerini kuşatan zihinsel imgeler her ne kadar da toplumsal koşulların etkisi altında gelişse de burada 'bireysel deneyimlerin' önemini bir kez daha ifade etmek gerekecektir. Mesela Gümüş'ün, Mutlu'dan aktardığı örnekte de görüldüğü gibi "gül, normalde sadece bir çiçektir. Ama genç bir adam onu kız arkadaşına sunarsa, bu bir gösterge olur. Gül, burada genç adamın romantik tutkusuna gönderme yapmaktadır ve onun bu anlama geldiğini kız arkadaşı da kabullenmektedir" (Aktaran: Gümüş, 2012: 34). Aynı gül, bir reçel fabrikasında çalışan işçi için farklı, bir bahçıvan için ise daha farklı bir imgeye ya da göstergeye sahip olabilmektedir. Ancak genel olarak bakıldığıdında imgelerin ya da göstergelerin birer öğrenilmiş fenomenler olması, onların toplumsal yönünü ortaya koymaktadır. Bu noktada özellikle pazarlamacıların hem duyu organlarına hitap eden pazarlama yöntemleri geliştirmeleri-*sensory marketing*- hem de renk tercihlerinin birer öğrenilmiş tercihler olduğunu göz önünde bulundurarak strateji geliştirmeleri renklerin hem sosyolojik hem de psikolojik yönünü ortaya koymaktadır (Amsteus, Al-Shaaban, vd. 2015: 32-33). Öğrenme süreci içerisinde mevcut toplumsal

koşulların epistemolojik olarak bireysel edimlere etkisi zaten bilinmektedir. Ancak burada altının çizilmesi gereken husus, imgelerdeki anlamların bireysel tasarruflara göre esnetilebilme, yeniden üretilebilme ya da ihlal edilebilme özelliklerine sahip olmasıdır. Bu noktada aşağıda ele alınacak bütün imgesel renk değişkenleri; sanat, edebiyat, kent, mimari, marjinallik gibi fenomenlerde hem bireysel hem de toplumsal etkilerin teşekkülünde ortaya çıkmış zihinsel imgeler ve diller olarak okunacaktır.

3.1.2.Dilsel İmgeler

3.1.2.1.Konuşma ve Yazma Dili

Burada renklerin dil fenomenine nasıl kümelendiği, değişmez ve sistematik olarak hem konuşma dili üzerinde hem de bu dilin edebiyat sanatına nasıl yansıdığı tartışılacaktır. Konuşma dili ve edebiyatta renkler genel itibariyle imge olarak kendisine yer bulmaktadır. Bu noktada imgelerin çoğu zaman nereden geldiği belli olmamakla beraber, bu imgelerin kimi zaman tarihe yenik düştüğü, kimi zaman da özellikle dil içerisinde kendisine uzun zaman yer bulabildiği görülmektedir. Atasözleri, deyimler, kalıplar, mecazlar gibi dil oyunları, toplumsal alandan türetilip bireysel inisiyatiflerle kullanılabilmektedir. Belirli renkler, belirli durumları anlatmak maksadıyla birer etkili iletişim metodu olarak enstrüman haline dönüştürülebilmektedir. Dile kümelenmiş renkler; kelime, deyim ve atasözünde genelde kalıplaşmış olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü Özezen'in de (2001: 878) değindiği üzere deyimler kalıplaşmış söz öbekleridir. Renklerin anlamları kimi zaman belirli sabiteler üzerinden dillendirilmekte kimi zaman da aynı renge farklı anlamlar yüklenebilmektedir. Bu vesileyle ilk olarak siyah ve beyaz (ak-kara) zıtlığı üzerinden Türk dilinde bir analiz yapmak gerekecektir. Siyah ve beyazın çok eski renkler olması onların anlam noktasında ürettiği sabitelerin de diğer renklere göre daha sistematik olmasını koşullandırdığı için bu renklere özel bir yer açmak gerekecektir.

- Ak akçe kara gün içindir (ak olumlu kara olumsuz),
- Ak gün ağardır, kara gün karardır (ak olumlu, kara olumsuz),
- Ak gün ağartır, kara gün karartır (ak olumlu, kara olumsuz),

- Ak koyun ak bacağından, kara koyun kara bacağından asılır (ak olumlu kara olumsuz),
- Ak koyunun kara kuzusu da olur (ak olumlu, kara olumsuz),
- Ak şeker, kara şeker, bir damar soya çeker (ak olumlu kara olumsuz),
- Analık fenalık kara yamalık (kara olumsuz),
- Arife günü yalan söyleyenin (oruç yiyenin) bayram günü yüzü kara çıkar (kara olumsuz),
- İyi dost kara günde belli olur (kara olumsuz),
- El el için ağlamaz; başına kara bağlamaz (kara olumsuz),
- İsteyenin bir yüzü kara, vermeyenin iki yüzü (kara olumsuz),
- Kara gün kararıp kalmaz durmaz. Koç yiğit bunalıp ölmez (kara olumsuz),
- Kara haber tez duyulur (kara olumsuz),
- İneğin sarısı, toprağın karası (sarı olumlu kara olumlu),
- Üzüm üzüme baka baka kararırmış (kara hem nötr hem olumsuz),
- Aç ölmez, gözü kararır; susuz ölmez, benzi sararır (kara olumsuz),
- Karaya sabun, deliye öğüt neylesin (kara olumsuz),
- Akın adı (var), karanın tadı (var) (ak olumsuz, kara olumlu)(Aksoy, 1993).

Örneklerde de görüldüğü üzere deyim ya da atasözlerinde ak-kara tezatlığı üzerinden bir ifade tarzı ortaya çıkmaktadır. Burada genel itibariyle "kara'ya" olumsuz, "ak'a" olumlu bir sıfat yüklenilmek suretiyle bu tarz icra edilmiştir. Ancak istisnai durumların varlığı da söz konusu olabilmektedir. Söz gelimi son örnekte de görüldüğü üzere "kara"ya olumlu bir misyon yüklenebilmektedir. Bu durum insanı, 'anlam ve sembolleri değiştirebilme iradesine' sahip olan bir aktör (Ritzer, 2013: 227) olarak karşımıza çıkarmaktadır. Fakat burada görüldüğü üzere "kara" çoğu zaman olumsuz "ak" ise olumlu bir imge taşıyıcısıdır. Bu durumu destekleyecek yüzlerce deyim ve atasözü daha bulunabilir. İlaveten kara ya da ak kelimeleri bu anlamlarıyla sadece deyim ve atasözlerine öbeklenmiş vaziyette de değildir. Onlara başlıca kelime olarak da söz konusu anlamlar yüklenebilmektedir. Kara bahtım, kara

kedi, kara kız, kara kuru, kara eşek, kara sevda vs. ya da alnı ak, bahtı ak, sütten çıkmış ak kaşık, ak (ağ) gelin vs. gibi çoğaltılabilecek kara-ak nitelemeleri deyim, atasözü, deyiş ya da kelime olarak kendisine sembolik ve-veya imgesel bir zemin bulabilmektedir.

Türkçenin söz varlığında önemli bir yere sahip olan renkler ve renklerle ilgili adlandırmalar konusunda makale türünde pek çok çalışma olmasına rağmen kitap ve sözlük türündeki çalışmalar az ve yetersizdir (Küçük & Doğan, 2014: 274). Çünkü renkler zaman ve mekân tesiriyle şekillenen değişken fenomenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum haliyle çalışmaları, epistemolojik olarak zorlayan gerekçeler haline dönüşmektedir. Türk dili içerisinde kara ve ak nitelemelerinden başka sabit anlam ve imge üreten daha birçok renk bulunabilir. Bu renkler arasında belirgin bir şekilde dikkat çeken diğer renk kırmızıdır. Kırmızı, al ya da kızıl gibi nitelemelerle belirtilen renk tonları, genel anlamda estetik yargılarla ilgili durumları ifade etmek için kullanılmaktadır. Her ne kadar da belirli bir sistematik üzerinden analiz edilme imkânı olmasa da 'kırmızı ve al' güzeli (bazen de çirkini) anlatmak için kullanılırken, 'kızıl' şiddet ve öfkeyi anlatmak için kullanılmaktadır. Söylenen kelimelerle tarif edilen renkler birbirine yakın olsa da imgesel olarak 'kırmızı ve kızıl' ya da 'al ve kızıl' aynı çağrışımı sağlamamaktadır. Buradaki nitelemeler yukarıda zikredilen 'kara ve siyah' kelimelerinin nitelemeleri gibi farklı anlamları ihtiva edebilmektedir. Bu noktada kırmızı ve güzellik-çirkinlik arasında Türkiye toplumunda oldukça fazla bağlantı kurulmuştur. Yeri gelmişken, konuşma dilinin dışında edebiyatta da kırmızının (al) bir güzellik nesnesi olarak tarif edildiğini söylemek gerekmektedir. Özellikle divan şiirinde en fazla kullanılan renk kırmızıdır. Mesela Bâkî genelde sevgilinin yüzünü, dudaklarını, kifayetini; ya kırmızı (al) ile betimler ya da kırmızı gül, kırmızı şarap vs. unsurlarla ona gönderme yapar (Eren, 2008). Kırmızı (al) ile kızıl arasındaki farklılığı ortaya koymak ve kelimelerin işaret ettiği bağlamı ortaya çıkarmak için birkaç deyim ve atasözü incelenebilir.

- Kızılca kıyamet koparmak (kızıl olumsuz),
- Kızıl gâvur (kızıl olumsuz),
- Kızıl divane (kızıl olumsuz),
- Kan kus, kızılcık şerbeti içtim de (kızıl olumlu),

- Allayıp pullamak (al olumlu),
- Ala bakan iki bakar (al olumlu),
- Al giyen aldanmaz (al olumlu),
- Al giyen alınır (al olumlu),
- Al ile aslan tutulur, güç ile sıçan tutulmaz (al olumlu),
- Alma alı, satma kırı, ille doru, ille doru; yağızın da binde biri (al olumsuz),
- Esmere al (giysi) bağla, karsısına geç ağla (al olumsuz) (Aksoy, 1993; Eren, 2008),
- Kırmızı olsun kırk kuruş fazla olsun (kırmızı olumlu).

Gerek Türk dilinde gerekse diğer köklü dillerde kırmızı, beyaz ya da siyah renkleriyle ilgili bolca nitelemelerin mevcut olması bu renklerin 'kolay elde edilebilmesi' (Pastoureau, 2005: 46) ve insanlığın teknik olarak himayesi altına almış olduğu ilk renkler olması sebebinden kaynaklanmaktadır. Yine aynı renklerin mekân isimlerinde de bolca kullanılması bu nedene bağlanabilir. Mesela Hıristiyan dünyasında bir dönem mekânların kahir ekseriyetine beyaz, kırmızı ve siyah ile ilgili yakıştırmalar yapılmıştır (Pastoureau, 2012: 50). Burada insan dillerinin doğa ile olan irtibatı ortaya çıkmaktadır. Doğal şartlar bir yandan toplumların kullanacağı renkleri belirlerken diğer yandan da o toplumda renk isimleri üzerinde önemli bir denetim unsuru olabilmektedir. Mesela bu durumu daha açık bir şekilde örneklemesi için İngilizcedeki sarı kelimesi incelenebilir. İngilizcedeki sarı –*yellow*- kelimesi eski İngilizcedeki *geolu* isminden gelir. *Geolu* Almancadaki *gelo* sözcüğü ile akrabadır. Gelo ise Almancadaki limon ve ayçiçeği isimleriyle akrabadır (Yu, 2014: 60). Yani diller arasındaki etimolojik akrabalık kadar da söz konusu dilin neşet ettiği coğrafi şartlar o dilin kaderini belirleyebilmektedir. Bu durumda dil içerisine kümelenmiş kelimeler ile renge atfedilen değer anlaşılabilmektedir (Pastoureau, 2005: 22). Söz konusu değer günlük iletişim dilinden sanat ve edebiyattaki farklı farklı dillere kadar birçok dil üzerinde kendisini gösterebilmektedir. Esasında Wittgenstein'in (2007: 2-16) dil oyunlarıyla rengi bağdaştırmasının altında şüphesiz sadece konuşulan ve yazılan dil yoktur. O genel itibariyle olgusal ve mantıksal bir dil oyunundan bahseder. Hal böyle olunca renklerin dili, resim sanatından siyasal nitelemelere kadar

birçok farklı biçim ve tarzda kendisini sunmuş olur. Dil oyunlarında nominalizm baskın olarak görülse de yukarıda ifade edilen kırmızı, siyah ve beyaz renkleri toplumlararası bir konsensüse kapı aralamaktadır. Haliyle kavramlarda realizm vurgusu bu noktada meşru bir cephe olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine köklü bir anlamsal geçmişe sahip olan siyah, beyaz, kırmızı gibi renklerin anlamlarındaki değişimlerin az olması üretildiği bağlam ve kabul edildiği toplumsal çoğunluk bakımından, ikinci bölümde açıklanan değişim parametreleriyle uyuştuğu görülmektedir.

3.1.2.2.Edebiyat

Genel olarak toplumsal hayat içerisinde birçok farklı dilin olması bu dillerin birbirinden farklı evrenlerde olduğu anlamına gelmemektedir. Zira üretilen bütün dil sistematikleri inşa edildiği konum itibariyle bir toplum içerisinde yükselişe geçmektedir. Bu noktada çalışma için bundan sonra gündelik hayatın farklı parametreleri üzerinden okunan renkler, esas itibariyle gündelik hayatın farklı dillerini çözümleme çabası olarak değerlendirilebilir. Mesela bunlardan birisi olan edebiyat, bir anlamda yazarların kendisini güzel ifade etme dili olarak okunabilir. Edebiyatçılar, kullandıkları dil itibariyle bir ressamın dilinden farklı bir dil kullansalar da yine büyük ölçüde mensubu olduğu toplumun edebiyat, konuşma ya da duygu dili etrafında bir şeyler ortaya koyma mecburiyetindedirler. Burada özellikle bir kısım edebi eserleri değerlendirmek hem konuya açıklık getirmesi bağlamında hem de söylenenlere mesnet oluşturması açısından önemli görülmektedir.

İlk olarak Michael Ende'nin *Momo* (2013) ismiyle kaleme almış olduğu esere bakılacak olursa; Ende bu kitapta bir kısım renk imgelerini kullanmıştır. Ende, çocuklar için yazdığı romanında, kendi toplumsal şartları için oldukça sıradan imgeleri ve çağrışımları kullanmaya özen göstermiştir. İnşa ettiği kurgusal anlatım üzerinden modern çağın koşuşturmacasına gönderme yapan Ende, var olan toplumsal sistemi 'zaman hırsızı bir şirket' olarak sembolize etmiştir. Bu şirketin çalışanları (sisteme hizmet edenler) 'duman' adamlar, 'gri' arabalarla gelip 'kurşun renkli' çantalarla beraber sürekli insanların zamanlarını çalmaktadırlar. Duman adamlar 'gri' sigara, gri kalem ve gri materyaller kullanmaktadır. Ende burada gri, duman, kurşun

rengi gibi renksel nitelemelerle şüphesiz hitap ettiği kitleye -özellikle çocuklara- bu şirketin ve çalışanlarının korkunç yüzünü göstermeyi hedeflemektedir. Bundan dolayı renkler onun eserinde ifade tarzının temel kriterleri arasına girmiştir. Modern çağın korkunç hizmetkârlarını pembe adam ya da beyaz adam gibi bir yakıştırmanın tasvir edemeyeceğinin farkında olan Ende, gri renk ile ruhsuzluk ve makineleşmeye dair önemli bir keşifte bulunmuştur.

Momo'nun dışında ele alınabilecek Türk edebiyatının önemli eserlerinden olan Halit Ziya Uşaklıgil'in *'Mai ve Siyah'* (2006) adlı çalışmasında, benzer bir yaklaşımın söz konusu olduğu görülmektedir. Eserdeki kahraman Ahmet Cemil üzerinden kurmaca bir metin inşa eden ama aynı zamanda bu metin ile toplumsal gerçekliğe gönderme yapan yazar, mavi ve siyah renkleriyle bir kısım felsefi ve toplumsal gerçekliğe işaret eder. Uşaklıgil, mavi renk ile bir yönden romantizm felsefesine gönderme yaparak edebiyatın ve gerçek hayatın kurmacasını, hayalini ve arzularını sembolleştirir. Ancak aynı yazar diğer yönden hem felsefi reailizmin altını çizmek için hem de gerçek hayatın acımasız yönünü belirtmek için siyah sembolleştirmesini kullanır. Burada yazar tarafından Ahmet Cemil'e, hayaller (mavi-olumlu) ve gerçekler (siyah-olumsuz) arasında eser boyunca bir gerilim yaşatılır.

Uşaklıgil ve Ende arasında sembolize etme metodu bakımından bir farklılık yoktur. Ancak iki ayrı sanatçının üç ayrı rengi sembolize etmesi söz konusu renkleri sosyolojik kılar mı? Bu sorunun cevabı şüphesiz üçüncü kişilerin imgeleri üzerinden okunmalıdır. Yani Ende ve Uşaklıgil ile ortak bir imge ve niteleme paylaşan üçüncü bir kişinin olması, söz konusu sanatçıların ortak imgeler üzerinden hareket ettiğine ve bu ortaklığın da sosyolojik bir kolektivite oluşturuduğuna delalet edecektir. Bu konuda üçüncü sanatçı olarak incelenmesi yerinde olabilecek kişi Cemal Şakar'dır. Şakar, *Portakal Bahçeleri* (2014) adlı çalışmasında yukarıda da ifade edilen bazı renkleri de içine alan bir kısım renk öyküleri yazmıştır. Bu öykülerinden mavi renk için kaleme aldığı öykü şu şekildedir:

> *"Sanki dağlardan, meşelerden, kayınların arasından kopup gelen o ferah rüzgarlar gibi açlığı, susuzluğu, uykusuzluğu unutturan: insana direnme gücü veren, dayanma isteği tazeleyen… Mavi: şimdiye kadar deniz görmemiş*

insanların; yeryüzü genişliğinde, Allah'ın yeryüzüne yeni yollar açacağına inanmalarının simgesi" (Şakar, 2014: 18).

Şakar'dan alıntılanan bu metin, Uşaklıgil ile Şakar'ın mavi konusunda paylaşmış olduğu ortak dili ortaya koymaktadır. Bu örnek mavinin, birbirinden bağımsız iki sanatçıya ortak-benzer bir imge sağlama iradesi olduğunu göstermektedir. Her iki durumda da mavi; umut, hayal, sonsuzluk ve iyimserliğin rengi olmuştur. Bu durum özelde mavinin genelde ise renklerin sosyolojik yönünü ortaya koyması açısından önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Şakar'ın (2014: 23) bir diğer renk için kaleme almış olduğu Siyah öyküsünde şu şekilde ifadeler söz konusudur;

"Zulmet. Bardaktan boşalmışcasına yeryüzüne dökülen ölümler. Her yanı kaplayan, kaçmanın mümkün olmadığı. Sarar karanlık kollarını; sıkar, sıkar…"

Yine Şakar'ın ölüm ve siyah arasındaki kurduğu bağlantı Uşaklıgil imgesiyle çatışmamaktadır. Her ikisi de gerçekliğin acı yönüne atıfta bulunmak için bu tip bir anlatım tarzına başvurmuştur. Buradan anlaşılacağı üzere siyah ve mavinin Türk toplumu içerisinde edebiyat dili üzerinden bakıldığında kendisini ortak bir payda üzerinden dillendirebildiği görülmektedir. Ancak buradaki diğer dikkat çekici husus Alman yazar Ende ile öykücü Cemal Şakar arasında paylaşılan ortak imgedir. Bu durum kavramlar ve imgeler için bakıldığında felsefi realizme ciddi bir kapı aralayabilmektedir. Şakar 'gri' hakkında Ende'ye benzer bir imgelem taşımaktadır. Şakar'ın 'Gri' adlı öyküsü şu şekildedir:

"Pat pat pat… Egzozdan, pat pat patın ritmine uygun çıkan boğum boğum kara dumanlar. Denizin yüzeyine yayılan mazot kokusu. Bazen ters bir rüzgarla ambrarın içine dolan kesif kokusu. Aksırıklar, öksürükler. Sonra bir yel… püfür püfür… umutları besleyen büyüleyen."

Şakar'ın gri rengi için Ende ile benzer bir imgelemi taşıdığı; *egzoz, duman, pat pat pat, öksürük* gibi unsurlardan anlaşılmaktadır. Farklı toplumsal imgelere sahip yazarların burada sanayileşmeyi, moderniteyi ve onun türevleri mesabesinde olan hususları gri rengi ile sembolize etmeleri, toplumlararası bir imgenin varlığına işaret etmektedir. Bu durum şüphesiz diğer birçok yazar ve renk üzerinden de hem sınırlı toplumlar üzerinden hem de toplumlarası olarak ortaya konabilir. Fakat

sembolize etme ve herhangi bir dil formu üzerinden renkleri birer anlamsal enstrüman haline getirme eğilimi sadece edebiyat ve konuşma dilinin kendisine hasredilebilecek bir durumu değildir. Bunun için başka alanlara da bakmak gerekmektektir. Renkler, bir dizi farklı dil sistematikleri tarafından da -resim, din, politika gibi- kullanılmaktadır.

3.1.3.Sanatsal İmgeler

3.1.3.1.Resim

Renklerin sanat içerisinde sadece edebiyat tarafından kullanılan birer fenomen olmadıkları ortadadır. Renkler özellikle resim, mimari, minyatür, çini, fotoğrafçılık, televizyon ve tiyatro (Kırık, 2013: 83) gibi farklı sanat dalları tarafından da kullanılmaktadır. Bu sanat dallarının hepsinin kendine ait bir mesaj verme dili ve tekniği vardır. Kimi zaman yerel ve belirli bir topluma has metot ve imgeler kullanılabilirken, kimi zamanda evrensel olarak kabul edilebilecek tekniklerin, söz konusu sanatın icra ediliş biçimi üzerinde etkili olabildiği görülmektedir (Avcı, 2014). Ancak burada sanat her ne biçimde icra edilirse edilsin, bir tablodaki renk figürünün 'göstergebilimsel bir değerinin' olabileceğini göz önünde bulundurmak gerekmektedir (Rifat'tan Aktaran: Gümüş: 2012: 34) Çünkü sanat icra edilirken hem belirli sanat akımlarının telkinleri göz önünde bulundurulabilmekte hem de sanatçının kendi kişisel ve toplumsal imgesi ön plana çıkabilmektedir. Burada renkleri birer imge malzemesi olarak gören sanat dalları önemine binaen sıralanacak olunursa, ilk olarak resim sanatına değinmek gerekecektir. Çünkü resim sanatı, renkler üzerinde diğerlerine göre en fazla itina gösteren sanat olarak karşımıza çıkmaktadır.

Resim sanatında renk, doğanın bilgisini soyutlama ve idealize etmede 'ressamın imgelerini kurmak için kullandığı' en temel argümanlardan birisidir (Avcı, 2014: 53). Ressamlar sadece mevcut renkleri kullanmamakta, onlar aynı zamanda yeni renk ve renk isimleri de üretmektedirler (Paterson, 2003: 3). Ancak hem mevcut kullanılan renklerde hem de yeniden üretilen renklerde resim sanatında kullanılan renklerin az çok bir sosyolojik damarı söz konusudur. Ressam, renk konusunda bir yerden toplumu etkilemiş bir yerden de ondan etkilenmiştir. Mesela bir zamanlar

Avrupa'da çizilen Meryem resimlerinde mavi rengin bol kullanılması, Avrupa toplumlarında mavinin de fazla giyilmesine sebep olmuştur (Pastoureau, 2005: 58). Bunun yanında insanoğlunun himayesi altına aldığı tahmin edilen ilk rengin siyah olması (Pastoureau, 2012: 28) resim sanatının çizgi aygıtını geliştirmiş oldu. Diğer bir ifadeyle, siyahın bulunmasıyla beraber düz zeminlere çekilen çizgiler resim formatına dönüşmüştür. Siyah ile belirginleştirilebilen 'çizgiler' yüzyıllardır resim sanatında egemen bir figür haline gelmiştir.

Resim enstrümanları arasında çizgi ve renk arasındaki mücadele uzun yıllar devam etmiştir. Çünkü çizgi, renklerle verilmek istenen mesajlara benzer mesajlar verebilmektedir. Mesela, ressamlar "dinginlik için yatay, neşe için yükselen, üzüntü için inen çizgileri seçerler. Ara çizgiler sonsuz çeşitliliğe sahip bütün diğer duyumları tasvir etmek için kullan[ılabilir.]" (Avcı, 2014: 63). Fakat resimde çizgi veya gölge sosyolojik olarak çözümlenebilecek durumda değildir. Ressam muhayyilesinde ya da imgeleminde, çizgi ve gölge ne derece sosyolojik doktirinler tarafından belirlenebilmiştir, burası sanat tarihçileri tarafından da kuşkuyla tartışılan bir husustur. Ancak hem yerel hem de evrensel sanat formlarının çoğu zaman gölge, çizgi ya da renk gibi teknik ayrıntılar üzerinden tanımlanabildiği görülmektedir. Fakat bu formlar sürekli bir değişim içerisinde olduğu için buradaki sosyolojik damarı yakalamak oldukça zor bir iş gibi görünmektedir. En basitinden bir örnek vermek gerekirse; sürrealist felsefi zemin, devrimci karekterinden ötürü sanatsal formları ve teknikleri dönüştürme çabası içerisine girmiştir (Gardıner, 2016: 48). Bu durum özellikle 20. yy'da etkisini resim sanatında da bir hayli göstermiştir. Bu dönemde ressamlar yaygın kültürel çağrışımların ötesine geçmek maksadıyla varolan imge ve normatif unsurlardan tedrici olarak uzaklaşmıştır. Dolayısıyla 20. yy. sanatçısının renk imgeleminin sosyolojik boyutunu yakalamak oldukça güç görünmektedir. Sürrealizmin muhafazakar renk imgelemine karşı duruşu, resim sanatındaki renk kartelasını hem çeşitlendirmiş hem de derinleştirerek analizi zor bir forma dönüştürmüştür. Esasında modern zamanlarda hayatın her alanında görülen bu çeşitlilikten, resim sanatı da nasibini almıştır. Nitekim Baudrillard da (2013: 138) *tüketim toplumu*'nun rengarenk bir resimcilik olduğunu ifade ederken, modern

toplumun çeşitliliği ile resim sanatı arasında bir analoji yapmak niyetinde olduğunu göstermektedir.

Resim sanatında renklerin sosyolojik boyutu sadece sanat felsefesinin çevresinde ortaya çıkmamaktadır. Zamanın siyaseti, felsefesi, dini ve toplumsal şartları resim sanatında renk tonlarını belirleyen önemli unsurlar olarak görülebilecek niteliktedir. Mesela, 12. yy ortalarında Batı dünyasında tezhip ve duvar resimlerinde şeytan, yeşil ile simgeleniyordu. Bunun nedeni Müslümanların batılılarla olan münasebetlerinin oldukça gergin bir zemin üzerinden ikame edilmiş olmasıydı (Pastoureau, 2012: 63). Söz konusu bu gerginlik ressamların imgesi üzerinde kalıcı bir etki bırakmış olmalı ki, sanatsal faaliyetler bir öteki imgesi olan yeşil üzerinden inşa edilmeye başlanmıştı. Bunun yanında resim sanatında genel olarak toplumsal imgeyle ressamın imgesinin paralellik gösterdiği görülmektedir. Örneğin kırmızı renk hem resimde hem de gündelik hayatta tehlikeyi belirtmek için (Okcu, 2007: 146) kullanılmaktadır. Bu noktada ressamın vurgulayacağı temalar için yaygın imgelerden taviz vermediği görülmektedir.

3.1.3.2.Mimari

Renklerin yaygın olarak kullanıldığı diğer sanatlardan birisi de mimaridir. Renk iç [ve dış] mimarinin ayrılmaz ve tarifi zor bir konusudur (Behbahani, 2012). "Bir mekân ya da yapı tasarımında renk öğesi tasarımı etkileyen önemli etkenlerden biridir. Renk, insanlar üzerinde farklı algılamalara sebep olmasının yanında, yaşanılan mekânlarda kullanılan renkler, orada yaşayanların; kültürünün, gelenek ve göreneklerinin de bir aynası olmuştur" (Baran & Yıldırım, 2008: 223). Mimaride renk, çok farklı biçimlerde kullanılmakla beraber, yapı-renk ilişkisinin ön plana çıkması durumu modern zamanın çok öncesine dayanmaktadır. Fakat modern dönemde mimarideki çoğulcu renk anlayışı, bir gelişmişlik göstergesi olarak algılanabilmektedir. Özellikle günümüzde 'boyacılık' anlamında bir ihtisaslaşmanın yaşanmış olması, renk ve yapı arasında eskisine nispetle önemli bir değişim ivmesinin kazanılmasına neden olmuştur. Eski yapılar daha çok kullanıldıkları malzemenin rengini almasına karşın orada da zaman zaman renk ve ışık konusunda önemli mimari doktrinler ortaya çıkmıştır. Mesela, Barok mimaride ışık ve renk konusunda, karşıtlıkları hissedebilmek mümkündür (Koloğlu, 2013: 29). Bunun

yanında Osmanlı ve Selçuklu mimarisinde figürleri belirgin kılmak için renklerden ziyade gölgelerden fazlaca yararlanılmıştır. Modern öncesi zamanlarda, mimari süslemelerin boya ile renklendirme yöntemlerinden ziyade daha çok söz konusu yapılar üzerinde işleme, oyma ve gölgelendirme ile icra edildiği görülmektedir. Fakat bunun karşısında süslemelerin Kremlin Sarayı gibi kimi yapılarda renkler ile yapıldığı da görülmektedir. Renklendirme temayülü iç ve dış mimaride kendine has farklı normlar üretmekle beraber mekanın sosyopolitiğine göre de rengin yoğunluğu ve muhtevası belirlenebilmektedir.



Fotoğraf 1: New York gündüz saatleri (Tankut, vd., 2002: 3)



Fotoğraf 2: Hong Kong gece saatleri Tankut, vd., 2002: 5)

Her ne kadar da modern öncesi zamanlarda mimari için belirgin bir şekilde renklendirme eğilimi olmasa da bu durum modern zamanlarda tam tersine dönmüştür denilebilir. Bir yandan renk bilgisinin artması, diğer yandan da mevcut estetik algılarının 'kontrast unsurlar üzerinden bir yükselişe geçmesi' (Baudrillard, 2014: 44) özelde yapıları, genelde ise kentleri oldukça renkli ve canlı bir kimliğe bürümüştür. Mimarlar renk seçimi üzerinde özenle durulması gerektiğini ifade etse de (Altınçekiç, 2000: 81) renklerin seçimi ve dizaynı noktasında batı dışı toplumlarda, modern Batı mimarisine öykünme stratejisi genel olarak hakim olmuştur. Bunun yanında modern yapıların dış görünümleri aydınlatma yardımıyla gece ve gündüz farklı farklı görüntü seçenekleri sunacak şekilde dizayn edilmektedir. Geceleri, gece kulubü ya da eğlence merkezi girişlerini andıran bir görüntü ile meskenler ve malikaneler ışıklandırılmakta, modern insanın karanlık ile yüzleşmemesi sağlanmaktadır. Aynı yapılar gündüzleri orijinal kimlikleri ile başka bir görüntü vermektedir. Adorno (2011: 66) bu gibi meta dönüşümlerini kültür endüstrisine atfederek, modern insanın haleti ruhiyesi ile meta arasındaki münasebeti ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Yapıların renklerdirmeler periyodik aralıklarla değiştirilmekte, duvar boyları ve ışıklandırmalar bir tüketim ve moda fenomeni olma hususiyeti taşımaktadırlar.

Mekanın insana sağlayabileceği aidiyet için gerekli olan süreye bireyler sahip olamamakta, bir ünsiyetin başlamasına gerek kalmadan renk konusunda değişimin başladığı görülmektedir. Esasen mimarideki bu dönüşüm modern insanın renkliliğe olan düşkünlüğünü de yansıtmaktadır. Yapıların iç unsurlarına bakıldığında da benzer renklendirme temayülü geçerlidir. Gerektiğinde yatak odası (pembe, lila vs.), kız çocuk odası (pembe), erkek çocuk odası (mavi), mutfak (siyah-koyu cam, mermer ve granit ile beraber kontrast renkler) hol ve antre (açık renkler) kendi içerisinde birer renklilik sabitesi üretebilmektedir. Nispeten bütün gelir guruplarına hitap eden bu tip edimler, modern insanın kendi hayatını renklendirme gayretinin bir tezahürü olarak okunabilecek niteliktedir.

Çokrenkliliğin baskın bir payda olarak kendisini gösterdiği alanlardan birisini de mobilya teşkil etmektedir. Mobilya malzemesi kartelalarına bakıldığında buradaki çoğulculuğun beton yapı renklendirmelerine göre daha fazla olduğu görülmektedir. Nitekim sadece ahşap ve sunta renkleri üzerinde değil, aynı zamanda mobilyaların üzerine monte edilen hırdavat ya da enstrümanların üzerinde de baskın bir şekilde çokrenklilik söz konusudur. İlaveten mobilyada renk teknolojisinin ilerlemesi; pastel renklere olan teveccühün, parlak renklere doğru kayışına neden olmaktadır. Nitekim Saussure'e (1998: 68) göre de modern estetik değerlendirmeleri için önemli olan "renklerin elde ediliş yöntemleri değil karşıtların işleyişidir". Yani ona göre teknoloji kontrast renkleri yükselişe geçirmedi, kontrast renklerin yükselişi teknolojiyi belirlememiştir. Bunun yanında modern mobilyada, mat ve eskitme unsurlarının çoğu zaman nostaljik mekanlara ithafen kullanıldığı görülmektedir. Modern insanın çokrenklilik adına inşa ettiği yapılar, kalite ve demode taarruzlar karşısında oldukça mukavemetsiz görünmektedir.

Mimarideki renk kullanımı; minyatür, çini ve hat gibi daha birçok farklı sanat dallarında kullanılan renklerle ilişki içerisinde olabilir.. Mesela İslam çini sanatı içerisinde yeşil baskın ve görünen bir paydadır (Şahinler, 1999). Bir hikayeyi ya da bir iletiyi renkle anlatmak, rengin önce bir nesne olup, sonradan özgür bir özne hükmüne dönüşebildiği alanlarda kullanılması; diğer bir ifadeyle önemli bir sanat eyleme enstrümanı biçimini alması, tarih öncesi çağlardan beri söz konusudur. Ancak burada renklerin sosyolojik olarak görülebilecek yönü, kullananların 'hayata bakışını' yansıtmasından kaynaklanmaktadır (Akkaya, 2013: 527). Aksi durumda

sanatın icra edildiği hemen her alanda renk kullanılabilir. Hatta renk ve estetik ilişkisi diş hekimlerinin diş tasarımı için bile dikkate aldıkları bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Kahramanoğlu & Özkan, 2013).

3.1.3.3.Sinema ve Fotoğrafçılık

Renklerin sosyolojik olarak değerlendirilebileceği diğer iki alan; sinema ve fotoğrafçılıktır. Sinemada renkler, sinema sanatını icra eden yönetmen ve yapımcının tasarrufuna bağlı olarak değişebilmektedir. Örneğin *Sin City* (2005) adlı filmde görüntü renkleri onu üreten ekibin tasarrufuna göre önemli ölçüde sembolik olarak izleyiciye sunulmuştur (Stokes, 2008: 2). Şüphesiz buradaki amaç sanatı üretenler ve tüketenler arasında oluşturulan bağın daha etkili ve güçlü kılınmasıdır. Sinema sektörünün montaj kısmında çalışanlar gerekli teknolojik altyapı unsurlarını sağladıktan sonra renk konusunda atılım yapmışlardır. Renkler çeşitli sinema ekolleri tarafından efekt, gölge ve poz için farklı şekillerde kullanılmaya başlanmıştır. Renklerle duygu ve düşünceleri daha yoğun bir şekilde vermek için girişilen bu gibi çabalar, sektör temsilcilerinin zihinsel kategorileriyle yakından ilgilidir. Zihinsel kategorilerin birer 'toplumsal yaratımdan müteşekkil' olduğu varsayımı (Ritzer & Stepnısky, 2014: 102) göz önüne alındığında, sinemada kullanılan renklerin onu kullananların bağlı bulunduğu toplumsal gerçeklik ile ilintili olabileceği tahmin edilebilecek niteliktedir.



Fotoğraf 3: Hollywood filminden bir kesit (www.onedio.com)

Sinemada siyah-beyazdan, çokrenkliliğe geçiş döneminde ilk önceleri doğallığa yaklaşma amacı ile yapılan renklendirme çabaları söz konusu iken zamanla bu durum rengin görüntüye anlam katması anlayışına doğru evrilmiştir (Bodur, 2006: 80). Yani doğallığın abartılı bir şekilde gösterimiyle, verilmek istenen mesaj en etkili şekilde verilmeye çalışılmaktadır. Teknik olarak ileticiye ortak bir imgelem üzerinden mesajın verilmesi istenci, çekilen filmleri hitap edeceği toplumsal grubun imgelemine göre şekillenmektedir. Mesela İngiliz ve Rus filmlerindeki baskın renk spekturumu arasında ciddi farklılıklar vardır (Stam, Burgoyne, & Lewis, 1999: 9). Bunun yanında özelde Hindistan'a genelde dünyaya hitap eden Hint filmlerinde bu durum baskın bir şekilde ön plana çıkmaktadır. Bu noktada Hindistanın çokrenkli gündelik hayatını yansıtan filmler, kendini Avrupa ve Amerikan yapımı filmlerden tamamen farklı bir kulvara oturtmaktadır. Hindistan'ın Hollywood'u olan Bollywood, kendisini görüntü içeriği ve tekniği ile Hollywood'dan ayırmakla beraber aynı zamanda Hint imgelemini dünyaya pazarlamaktadır.



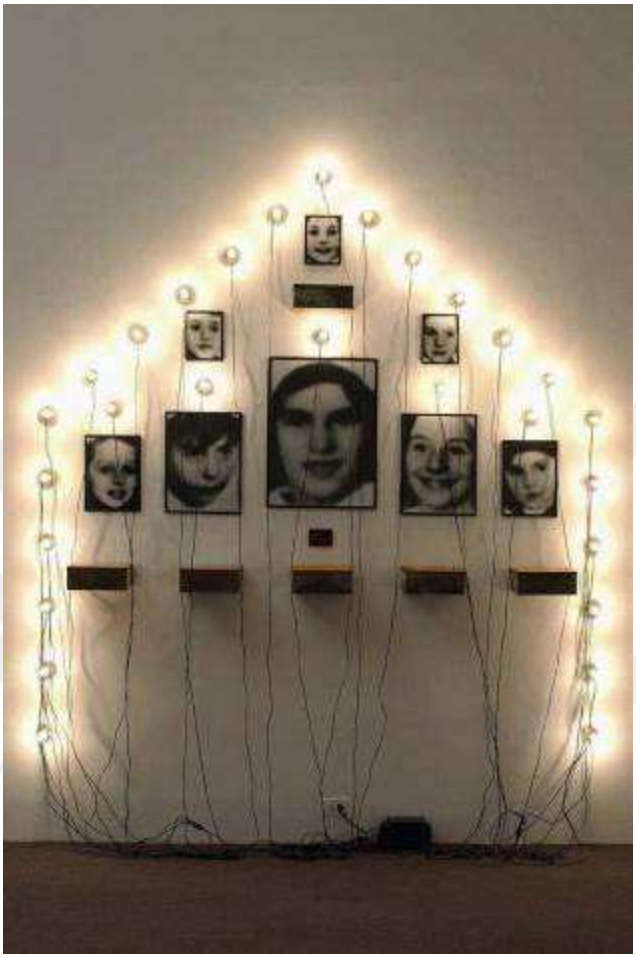
Fotoğraf 4: Bollywood filminden bir kesit (www.onedio.com)

Film yönetmenleri tematik unsurlarla çoğu zaman ortak bir imgelem zemininde izleyiciyle uyuşmaya çalışsa da bu durum diğer sanat dallarında da olduğu gibi her zaman söz konusu olmamaktadır. En basitinden sinemanın küresel bir imgelem düzeyi üzerinden inşa edilmeye çalışılması otomatikman yerel imgesel unsurların kimi zaman es geçilmesini gerektirebilmektedir. "Anlamsal bakış açıları,

zamana, uzama ve nesnenin sunumuna ve onu yorumlayan öznenin konumuna göre değiş[tiği]" (Gümüş, 2012: 36) için film yönetmenleri çoğunluğun imgesine göre harekete geçmek mecburiyetinde kalabilmektedirler. Bu minvalde belirli temaları içeren filmlerde belirli renklerin baskın bir şekilde kullanılabildiği görülmektedir. Mesela, western filmlerinde kahverengi; korku ve gerilim filmlerinde özelde siyah ve beyaz genelde kontrast renkler; Gangster (mafya) filmlerinde siyah; bilim kurgu filmelerinde gri; komedi filmlerinde sıcak renkler; dram filmlerinde pembe, siyah ve kırmızı (Kırık, 2013: 78-82) Hint filmlerinde ise sarı, kırmızı, yeşil, mavi ön plana çıkmaktadır. Sarı renk, sinemadaki baskınlığını Bollywood'a borçlu iken; gri ve siyah renk Hollywood'a borçludur. Bu durum söz konusu sinema ekollerinin çıkmış olduğu toplumların imgeleriyle yakın bir ilişki içerisindedir.

Renklerin sık olarak kullanıldığı bir diğer alan ise fotoğrafçılıktır. Fotoğrafçılık içerisinde renklerin yakalanması ya da renklerle oynanması genel itibariyle psikolojik etkileri iletmek içindir. Fakat öte yandan özellikle sanat fotoğrafçılığında renk ile verilen mesajların içerisinde sosyolojik bir boyut da söz konusu olabilmektedir. Sanat fotoğrafları çekilmeden önce çoğu zaman üzerinde bir plan yapılmaktadır. Çünkü elde edilecek görüntü, reklam, propaganda, mesaj ya da estetik bir amaç için kullanılabilecektir (Dora, 2003). Öte yandan doğal olanı yakalamanın planından ziyade fotoğrafçılıkta tıpkı sinemada olduğu gibi doğal olanın ötesine geçme eğilimleri de söz konusudur. Fotoğraf çekimi sona erdikten sonra verilecek olan mesaja göre fotoğraf rengi üzerinde bir ton oynaması yapılabilmektedir. Realist ya da sürrealist bir tavırla yapılan bütün plan ve oynamalar sonuç itibariyle fotoğraf okuyucusunun imgelemiyle ortak bir zeminde buluşmalıdır. Fakat sanatçının kendi gerçekliğinin ya da hikayesinin fotoğraf renklerinin seçimine etkisi yadsınamaz. Örneğin II. Dünya Savaşı sırasında oldukça zorlu günler geçiren Christian Boltanski aşağıdaki fotoğrafta suni bir mekân ve görüntü ile Yahudi katliamını anlatmaya çalışmıştır. Muhtemelen ölmüş olan bir kısım kişileri ev şekli oluşturmuş ampullerin içine alarak dramatik bir şekilde anlatmaya çalışan sanatçı, vermiş olduğu mesajı siyah, beyaz, sarı renklerle ve bazı çizgisel unsurlarla, tematik bir hale getirmeye çalışmıştır. Bu noktada sanatçı esere manevi bir olgunluk kazandırmaya çalışmıştır (Koloğlu, 2013: 118-119). Tercih edilen renkler ve renklerin tonu sanatçının önemli ölçüde tasarruf sahibi olduğu bir alanı

oluşturmaktadır. Çünkü tematik olarak aynı ya da benzer mesajın onlarca farklı tonda verilmesi söz konusu olabilmektedir.



Fotoğraf 5: Dramatik bir mesaj için oluşturulan suni fotoğraf (Christian Boltanski) (Kologlu, 2013: 118)

3.1.4.Moda İmgeleri

İmgeler fiziksel veya hayali olmak kaydıyla iki biçimde karşımıza çıkabilmektedir (Dora, 2003: 177). Hayali olanlar daha çok zihin ve dil üzerinde kendisini belli ederken, fiziksel olanlar doğrudan somut unsular olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak sonuçta fiziksel olan ile hayali olanın arasındaki bağlantı 'algılama' girişiminde bulunulduğu zaman kurulmuş olmaktadır. Bu noktada fiziksel imgeler ile zihinsel imgeler arasındaki parametreler üzerinden eşyaya karşı yaklaşılmakta, ona değer yüklenmektedir. Eşyanın tabiatına zihinsel imgeler üzerinden sürekli müdahale edilebilmekte, eşya ve zihin arasındaki uyuşmazlıklar

kişisel müdahalelerle giderilmeye çalışmaktadır. Fakat öte yandan zihinsel imgeler bir yerden eşyanın değiştirilmesinde temel faktör olurken, bir yerden de eşya zihinsel imgeyi etkileyebilmektedir. Sonuç olarak "anlamlamayı veya anlamlandırmayı incelemek, anlamın işleyiş biçimlerini, bilgi ve eylemle kurduğu ilişkileri betimlemek demek[tir] " (Gümüş, 2012: 40).

Eşya ve zihin arasında süreğen diyalektik ilişkinin içerisinde arabalar, giysiler, ayakkabılar hatta kentler de kendi payına düşeni almaktadırlar ve söz konusu nesneler sürekli değişmektedir. Eşyanın tabiatına olan müdahalenin kısmi olarak meşrulaştırıldığı alanlardan birisini de moda teşkil etmektedir. Baudelaire (2013: 47) modayı doğanın hamlığına ve korkunçluğuna meydan okuyan bir unsur olarak görmektedir. Moda, insanların eşya ile olan ilişkisini 'belirli zamanlarda belirli kabuller' üzerinden inşa etmeleri olarak tanımlanabilir. Renklerin modayla olan ilişkisi ise söz konusu kabuller üzerinden eşyayı boyamak ve boyattırmak olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani hangi rengin hangi eşya üzerinde olması gerektiğinin bilgisi moda tarafından verilebilmektedir. "Kişilerin renk tercihlerinde moda, etken faktörlerden birisidir. Renk tercihlerinde moda kültürel bir hareket taşır" (Özdemir, 2005: 395). Baudrillard'a (2013: 101) göre insan, renklerle kendi içerisinde oynayarak, diğer bir ifadeyle onların yerlerini değiştirerek, moda üretir ve üretmiş olduğu bu modanın birleştiricilik marifeti, grubun sosyolojik olarak bütünleşmesini sağlar. Gerçekten de moda insanların bir yandan kendi normallerini üretmesine ve onun birer nesnesi konumuna dönüşmesine hizmet ederken diğer yandan da üretim ve tüketim ilişkisinin dışında geniş veya dar ölçüde bir kolektivite üretilmesine sebep olmaktadır (Simmel, 2006: 103-134).

En genel anlamıyla toplumsal alan, bazı yapısal kurallar ve gereklilikler üzerine inşa edilir. Bu münasebetle bir arada yaşamanın temel ilkeleri ortak kabuller olarak üyeler üzerinde yaptırım gücüne sahip olur (Aydemir, 2011: 59). Dolayısıyla bir gereklilik olarak görülebilen modanın ihlali bir yaptırım gücüne haiz olabilir. Modayla oluşturulan kolektivite ister istemez bir toplum içerisinde çeşitli altkültürlerin oluşmasına, hatta birer toplumsal ötekinin inşa edilmesine de hizmet edebilir. Mesela 1975'den önce Fransa'daki işçi sınıfı içerisindeki bazı kadınlar giymiş oldukları elbiselerin renklerinden dolayı kendi toplumsal sınıfını ister istemez

belli ediyordu (Crane, 2003: 91). Haliyle kimi toplumsal sınıfların belirgin olarak eşdeğer tutulduğu renkler, çeşitli altkültür gruplarını eş zamanlı olarak ayrıştırmaktaydı. Bu durum Fransa'ya ya da işçi sınıfına özgü bir durum değildir. Çeşitli toplumların içerisinde ekonomik ya da estetik sebeplerden ötürü üretilen farklı modalar ve imgeler giyim kuşam rengi üzerinden kendini her zaman belli etmektedir.

Modanın genel olarak ekonomik ve estetik sebeplerden ötürü, farklı toplumsal katmanlarda, aynı zaman içerisinde farklı şekillerde ortaya çıkabildiği görülmektedir. Bu noktada her fraksiyon kendi normalini, kendi giyim kuşamı üzerinde yansıtmaktadır. Ancak bunun yanında dışarıdan müdahale olarak görülebilecek bazı hususların, hem modanın hem de renklerin tercihi üzerinde etkili olabileceği bilinmektedir. Modanın içerisindeki bu müdahalecilik durumunun renkler üzerinde de doğrudan etkisi olduğu görülmektedir. Her ne kadar da Pastoureau (2012: 108-109) önceki dönemler Avrupa'sı için boyacıların ve boyacılığın modayı etkilemediğini ifade etse de bunun günümüz için önemli ölçüde böyle olmadığı aşikârdır. Günümüzde boyacıların (herhangi bir nesneyi boyayanlar) moda üzerinde görünür bir etkisi söz konusudur. Kabul etmek gerekir ki, toplumsal talepler renklerin kullanımı için baskın bir payda olarak karşımıza çıksa da rengin elde edilmesindeki ekonomik ve teknolojik kolaylıklar, moda tasarımcılarının renklere karşı tutumları, medyanın renk üzerinden üretmiş olduğu normaller; renklerin hem boyanması aşamasında hem de tüketimi noktasında tercih edilmesini belirleyen önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Renkler konusunda moda, üretmiş olduğu sığ imgelem nedeniyle sürekli değişebilmektedir. Moda olan renklerin temel fonksiyonu, nesneleri süresine bakılmaksızın çekici ve cazibedar kılmaktır. Burada eskimeyecek bir imgelem üretmek gayesinden kısa vadede çok iş görecek bir imgelem inşa etmek, temel odak noktasını oluşturmaktadır. Mesela alışveriş merkezlerinde bulunan bireyler kendisini farklı bir dünyada hissetmektedirler. Bu dünya tüketim cazibesi üzerine kuruludur ve nesnelerle olan münasebet tüketimin dayanılmaz hazzını insanlara aşılamaktadır (Aydemir, 2013: 341). Alışveriş merkezlerine cazibe pompalayan en önemli unsurlardan birisi de renklerdir. İçerdeki renk spektrumunun mevcudiyeti oradaki

bireyler için bir göstergedir. Bu gösterge insanlara doğru yerde olduklarına dair önemli bir mesaj vermektedir. Baudrillard'a (1991: 12) göre bu göstergeler, insanları mistik bir şekilde kendine bağlamaktadır. İnsanlar bir yerde gösterge içeriklerine tapabilmektedirler.

Yaş, cinsiyet, statü, eğitim ya da kullanılan şeyin ne olduğu gibi farklı değişkenlerin kimi göstergelerin tercih edilmesini belirleyebildiği görülmektedir. Mesela, Yaman'ın Apaçi Gençlik (2013) adlı çalışması; kendi içerisinde altkültür oluşturan ve özellikle gecekondularda yaşayan bir kısım dar gelirli gençlerin incelenmesine dayanır. Bu çalışmada söz konusu gençlerin giyim kuşamlarındaki renkler üzerine de eğilen Yaman (2013: 267-271) gençlerin genel olarak "cırtlak" diye belirtilen açık renkleri giydiklerini açığa çıkarmaktadır. Burada nun pembesi, turuncu, kavuniçi gibi renklerin siyah ya da beyaz renklere göre daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir. Bu renklerin yaş, cinsiyet, statü, sınıf ve eğitimle yakından ilgili olduğu yorumu, söz konusu gençlerin sosyolojik hususiyetleri göz önüne alındığında yapılabilir. Cırtlak, açık ya da marjinal olarak ifade edilen renkler şüphesiz sadece apaçi gençlere hasredilebilecek renkler değildir. Türkiye içerisinde Romanlar da benzer bir tarz ile giyinmektedirler. Ancak Romanlarda erkek ve kadın giyim kuşamında çokrenklilik noktasında bir farklılık söz konusudur. Erkekler kadınlara göre nispeten daha az renkli olarak karşımıza çıkarken kadınların pembe, turuncu, sarı, kırmızı ve yeşil renklerine öncelik verdiği görülmektedir.

Aynı toplumun içerisinde toplumsal özellikleri bakımından farklılaşan insanların, belirli sabit renklerle (romanların renkleri, apaçilerin renkleri gibi) değişen moda dinamiklerini kullanabildikleri görülmektedir. Çünkü 'algılamanın ve anlamlandırmanın' birçok farklı boyutu ve süreci söz konusu olabilmektedir (Gümüş: 2012, 41). Bu süreçlerin sadece giyim kuşamda değil, mobilya, araba, konut gibi gündelik hayatta kişilerin boyadığı birçok nesne üzerinde de aynı şekilde geçerli olabildiği görülmektedir. "Her modanın, güzele yönelik az çok başarılı yeni bir çaba, huzursuz insan zihninin dinmez bir açlıkla aradığı bir ideale yaklaşma çabası olduğu için, hoş ve çekici, daha doğrusu görece hoş ve çekici olduğu, sağduyuyla gözlenmiştir" (Baudelaire, 2013: 243). Bu noktada eşyanın üzerindeki renklerin sürekli değişmiş olması görece eskinin, daha iyi bir şekilde yeniden üretilmesinin bir

tezahürü olarak yorumlanabilir. Ancak bu hususta sosyolojinin ilgilendiği nokta, üretilen moda imgelerinin bir öncekine göre tamamen bir kopuş noktası olmaması ve nihai çıktının toplumun varoluş koşullarından bağımsız bir şekilde gerçekleşmemesidir. Modanın üretmiş olduğu renk imgelerinin kısa zaman için de olsa yapısal bir mahiyete dönüşmesi, normlaşması, şeyleşmesi ya da nesnelleşmesi - her nasıl ifade edilirse edilsin, bireyin dışında bir gerçeklik halini alabilmesi- modayla dayatılmış olan renklerin sosyolojik yönünü ortaya koymaktadır.

Modanın dayatıcı yönünü ortaya koyabilmenin en iyi yollarından birisini, etnometodologların kullandığı ihlal deneyleri teşkil edebilir. İhlal deneyleriyle etnometodologlar, normatif unsurları etkileşim ile sınayıp onları anlamak ve çözümlemek amacı güderler. Örneğin Garfinkel (2014: 66-68) öğrencilerine evdeki aile üyeleriyle olan konuşmalarını sanki bir yabancıyla konuşuyormuş gibi formel bir üslup ile yapmaları talimatını verir. Bunun üzerine anne babasına yurt müdürüymüş gibi davranmanın karşılığında büyük tepkiler alan öğrenciler, beklenen tarz ve üslupta davranmadıkları için ve hatta bir yerde normatif unsurları ihlal ettikleri için psikolojik olarak baskı altına bile alınmışlardır. Burada renk konusunda gündelik hayatta renk ve eşyanın uygun görülemeyeceği kimi tasarımlarla toplumsal tepkiler ölçülebilir. Bu konuda ihlal mantığına uygun düşecek yaşanmış bir örnek vermek gerekirse, Kanada Başbakanının yaşadığı bir olaya değinmek yerinde olacaktır. Kanada'nın Başbakanı Justin Trudeau siyah takım elbisenin altına pembe çorap giydiğinden dolayı hem NATO toplantısına katılan liderlerin hem de dünya basınının oldukça fazla dikkatini çekmiştir. Gündeme oturan Trudeau'nun vermek istediği mesaj nedir bilinmez ama onun şahsına karşı gösterilen bu ilgi, çorap renklerinin küresel bir kılık kıyafet normunu (belki de modayı) ihlal etmesinden dolayıdır. Aşağıda resimde de görüldüğü üzere Almanya Başbakanı Angela Merkel bu ihlal karşısındaki şaşkınlığından dolayı Trudeau'nun çoraplarına şaşkın bir şekilde bakmaktadır.



Fotoğraf 6:Pembe çorap giyen Kanada Başbakanı Justin Trudeau (www.grihat.com)

3.1.5.Marjinalliğin İmgeleri

Yukarda ifade edilen hususların çoğunda renklerin ortak bir imge ve değer zemini üzerinden kullanıldığı, bu kullanımın kimi zaman ahlaki sebeplerden kimi zaman da estetik nedenlerden ötürü kendisine değer düzlemi üzerinden yer bulabildiği vurgulandı. Burada Baudrillard'ın da (2011: 129) değindiği gibi renk tonlarının oluşturmuş olduğu imgelerin, birer "toplumsallaşma çağrısı" yaptıkları ifade edilmeye çalışıldı. Ancak gündelik hayatın hemen her yerinde kullanılan bu renklerin; bir grubun, cemaatin ya da partinin parçası olmak için kullanılmadığı görülebilmektedir. Hatta renklerin gündelik yaşamdaki bazı kullanımlarının imge ve değer zemininde hiç kimseyle bir ortaklık kurmama içgüdüsünden kaynaklandığı da anlaşılmaktadır. Gündelik dile de yerleşmiş olan marjinallik kavramı, renklerin bu amaç doğrultusunda kullanılmasını açıklayabilecek niteliktedir. Marjinallik; toplum içerisindeki bireyin bazı sosyolojik unsurlar ve semboller ile olan 'irtibatının kopması' olarak görülebilir (Marshall, 1999: 472-473). Bu kopuş bireyin kendi isteği doğrultusunda veya dışsal bir zorlama ile olabilmektedir. Burada renkler konusunda bireylerin marjinalleşmesi, ortak imgelem ve değer ile olan irtibatının kopması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler, renk konusunda; cinsiyete, yaşa, toplumsal statüye, zamana, mekana ve estetiğe bağlı olan bazı toplumsal teamülleri alenen ihlal ediyorsa ya da bireylerin bu teamüllere itiraz bağlamında bir karşı duruşu söz konusu

oluyorsa; renklerin kullanımı konusunda kendine has bir takım marjinal imgeler üretmiş veya mevcut marjinal imgeleri tüketmiş olarak anlaşılabilir.

Renk konusunda marjinal imgeleri üretenler ve tüketenler temelde iki gruba ayrılabilir. Bunların ilki kendisini toplumsal normale uymayabilecek kadar değerli, bilinçli ve farklı görme eğiliminde olan, sınıfsal ve-veya ekonomik açıdan en üst tabakada yer alan insanlardır. Bu grubun içi politikacılar, sanatçılar, iş adamları ya da medyatik tipler ile doldurulabilir. Marjinal imgeleri üreten ve tüketen diğer insanlar ise, kendisini var olan normatif yapının tam olarak bir parçası şeklinde göremeyecek kadar düzenden yabancılaşmış, onu değiştirme direnci kırılmış, bunun yerine kendisini değiştirmiş kişiler olarak görülebilir. Bu grubun içerisine ise sınıfsal ve-veya ekonomik açıdan en alt tabakada olan; işçi sınıfı, etnik azınlıklar, altkültür grupları dahil edilebilir. Yukarıda '*Apaçi Gençlik'* (Yaman, 2013) çalışmasında, bir altkültür grubunun "cırtlak" renkli elbiseler giydikleri ifade edilmişti. İkinci gruba dahil edilebilecek bu gençlerin "cırtlak" renkleri tercih etmelerinin altında hem bir karşı duruş hem de kendini düzenin değiştirilemeyeceğine ikna etmişlik yatmaktadır. Bu noktada apaçi gençler toplumsal baskıya rağmen, var olan toplumsal paydaya dahil olmayıp, kendi tarzlarını kendileri üretmişlerdir.



Fotoğraf 7: Apaçi Gençlik kitabının kapak görseli

Marjinal olarak görülebilecek bireysel tutumların, toplumsal tabaka içerisinde genel olarak en üst ya da en alt kesimin müntesipleri tarafından benimsendiği ifade edilmişti. Mesela en üst tabakadaki aydınlar; bilgi, yorum, eleştiri ve yönetim gibi

özelliklerine bağlı olarak sıradan kalabalıklardan ayrılan zevk ve eğilimlere sahiptirler (Aydın, 2013a: 145). Bu zevk ve eğilimler, gündelik hayatın materyallerine karşı da sıradan vatandaştan farklı bir tutum sergilenmesine neden olabilmektedir. Bu duruma örnek olabilmesi için daha önceleri Kanal D Haber Bültenlerini sunan gazeteci Mehmet Ali Birand verilebilir. O, çoğu zaman akşam haberleri sunumuna, ağır renkli takım elbiselerle beraber, kırmızı, pembe, yeşil vs. gibi saatlerle çıkmaktaydı. Kravatların kontrast renklere göre kombine edilmesi doğal olarak görülebilecek iken saat için bunu söylemek biraz güçtür. Apaçi gençlerin de giyim kuşamda seçmiş oldukları bu renkler, temelde bazı toplumsal imgelerin ihlal edilebilecek nitelikte olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Ancak Birand'ın tutumunun altında aydın olma özgüveni yatarken, apaçi gençlerin tutumunun altında söz sahibi olamamanın vermiş olduğu bıkkınlık yatmaktadır. Birand'ın takmış olduğu saatlerin renkleri, genç yaş grubu erkekler tarafından kullanılmış olsaydı, şüphesiz bu duruma karşı tavır daha esnek olacaktı. Ancak Onun konum ve yaş itibariyle takınmış olduğu bu tavır, özellikle sanal mecrada uzun süre gündem olmuştur.



Fotoğraf 8: Mehmet Ali Birand ve kol saati

Birand ve apaçi gençler gibi çoğaltılabilcek onlarca farklı örnek söz konusu olabilir. Romanlar, köylüler, burjuvalar, politikacılar, sanatçılar, moda tasarımcıları vesair temel olarak yukarda zikredilen sebeplerden ötürü marjinal renkleri tercih

edebilmektedirler. Ancak son olarak belirtmek gerekir ki her toplumsal aktörün renk konusunda kendi bulunduğu caminanın normalleri üzerinden hareket etmek gibi bir zorunluluğu söz konusu değildir. Nitekim bir camianın normalleri üzerinden genel bir normal tanımı yapmanın da yersiz olduğu bilinmektedir. Bu konu üzerinde durulmasının sebebi, değer yargıları arasındaki farklılığın ya da benzerliğin dayanmış olabileceği toplumsal arkaplanı analiz etme arzusundan kaynaklanmaktadır. Mesela renk tercihi konusunda marjinal tiplerden birisi olan Kanada başbakanı Trudeau'nun NATO'nun liderler zirvesinde giymiş olduğu pembe desenli çorap,[15] bu açıdan bakıldığında, onu inceleyen sosyoloğun değil failin kendi sosyolojik ve psikolojik değerleri üzerinden açıklanabilecek türde bir eylemlilik halidir.

3.2.Gündelik Yaşamda Sembolik Renkler

3.2.1.Dini Semboller

Latincede *religio* sözcüğü ile anlatılan din, bir işin tekrar tekrar yapılması anlamına gelmektedir (Bal, 2014: 47). Bu etimolojik değerlendirme şüphesiz din olgusunun ritüel ve inanış biçimine atıfta bulunmaktadır. Din sadece ritüeller düzeyinde değil aynı zamanda 'inanmak eyleminin' istikrarı ve sabitesi bakımından da şüphenin olmadığı bir alanı öngörmektedir. Din telkin ettiği öğretiyi telkin ettikten sonra işlevini yitirmemekte, söz konusu öğretinin çağlar boyunca yaşayabileceği, nesilden nesile geçebileceği argümanları da üretmektedir. Bu argümanlar sosyal hayatın doğrudan içine dâhil olmakta; kimi zaman evimizin kapısında, kimi zaman arabamızın kaputunda, kimi zaman da nikâh merasimlerimizde yer alabilmektedir. Dinin kendisini sürdürme materyallerine bakıldığında bunun sembolik düzeyde de oldukça sık bir şekilde cereyan ettiği görülmektedir. Bir yandan 'ritüellerin kendisi sembolik bir üretim iken' (Alver, 2010: 210) diğer yerden ritüellerin de semboller üretebildiği görülmektedir. Örnek vermek gerekirse sembolik bir değeri olan namaz ritüelinin ürettiği 'cami minaresi' temelde yine bir semboldür. Minarenin işlevsel özelliğinden ziyade sembolik değeri,

[15] Bkz. Fotoğraf: -6

bir ritüelin-sembolün başka bir sembolü tetiklemesinin bir tezahürü olarak görülebilecek niteliktedir.

Bir toplumun sembolleri onun temsil ettiği kolektivite hakkında kısa ipuçları sağlar (Elgenius, 2005: 15). Renkler sembolik değere haiz olması münasebetiyle, dini öğretiler içinde de önemli bir sembolik işlev görmektedirler (Özköse, 2014: 27-30). Bu durum haliyle sembolik renk unsurlarının temin etmiş olduğu kolektif duygu ve bilinç hakkında ipuçları vermektedir. Esasen bu sembollerin çoğunun bir öğreti ve mesaj elçisi olduğu görülmektedir. Söz konusu renklerle sembolize edilen olgu veya olay dinler içerisinde bir takım mesajları iletmek görevini üstlenmektedirler. Bu mesaj, kimi zaman o dinin müntesiplerini doğrudan ilgilendirirken ve onları harekete geçirebilecek bir potansiyele sahip olabilirken, kimi zaman da onu harekete geçirmekten ziyade ona estetik ve içkin bir edim kazandırma potansiyeline sahip olabilmektedir. Nihai olarak mit, efsane ya da din gibi teolojik alanlarda renk, sosyal hayatın içerisinde olumlu ya da olumsuz bir mesaj elçisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dinlerin renklere olan atıfları kimi zaman kitabi olarak kayıt altında tutulurken çoğu zaman bu atıflar, kişilerin tasarrufuna bağlı olarak sistematik kalıpların dışına çıkartılmaktadır. Bu durum renkleri dinler içerisinde gizemli bir sıfata bürümektedir. Gerçekten de mitolojik bir gücü olan her nesnenin kökenleri belli oranda gizemlidir (Pastoureau, 2005: 178). Gizemlilik kendisini renk alanında da gösterebilmekte, rengin hikâyesi ve ona atfedilen anlam net bir şekilde tanımlanamadığı için sürekli olarak değişebilmektedir. Bu anlamın değiştiği hayatın her alanında görülebilmektedir. Söz gelimi Avrupa resim geleneğinde 10.yy'da 'şeytanın resimleri' siyah ve kırmızı bir şekilde betimlenirken 12. yy'da şeytanının İslam'ın rengi olan yeşil ile simgelenmesi (Pastoureau, 2012: 60-63) ve ilaveten 12. yy'da İslam dünyasından Batıya sürekli askeri akınlar olması, toplumsal şartların imgesel ve sembolik unsurları değiştirme potansiyeline örnek olabilecek niteliktedir. Becker'e göre (2016) "bazı dünyalarda temsiller, üretenlerin dünyasını ya da uzmanların içerden dünyasını hızla terk ederler ve kullanıcıların nesneyi kullanma biçimlerinin onu üretenlerin başlangıçtaki niyetlerinden önemli derecede farklılaşabileceği sıradan dünyalara dâhil olurlar". Bu vurgu üzerinden sembolik

renklere bakılacak olunursa, sembolik renklerin başlangıçtaki üretiliş sebeplerinin tamamen gizemli bir hale dönüşebilmesi ve sonraları anlamların değişebilmesi Becker'ı haklılaştırılabilecek niteliktedir.

İslam dini içerisinde birçok renge farklı kişilerce farklı anlamlar yüklenmiştir. Ancak temelde yeşil ve siyah üzerinde oldukça benzer şeylerin söylendiği görülmektedir. Örneğin, siyah ve yeşil için Şahinler (1999), siyahın örtücülüğüne değinir ve onu karanlık aydınlık tezatlığıyla açıklamaya çalışır. Karanlık kötü aydınlık iyi bir imgeye sahiptir. Ona göre karanlık varlığın maddesel sonudur, ölümdür, gayb'dır. Varlığın ölümü ise yeni bir başlangıcın habercisidir, asıl olana dönüştür. Bu noktada sonsuzluğun başlangıcı olması hasebiyle de aynı zamanda iyidir. Bunun karşısında aydınlık yani; nur, ilahidir. Aşkındır. Burada Şahinler, Allah göklerin ve yerin nurudur (Nur suresi: 35. Ayet) ayetini kendisine dayanak gösterir. Yeşil ise hayatı ve canlılığı sembolize eder. Ona göre: "Kuranda cennet tasvirlerine ait daha çok Rahman, Vakıa, İnsan ve Ğaşiye surelerinde yoğunlaşılmaktadır. Bu tasvirlerde cennette ön plana çıkan rengin yeşil olması dikkat çekicidir" (Şahinler, 1999: 72). Bunun yanında İslam mimarisindeki yeşil tonlarının ağırlığı, İslam menkıbelerdeki vaha çöl dikotomileri, yeşil sarık, yeşil cübbe veya yeşil kubbe gibi sıkça rastlanılan unsurlar içerisindeki yeşilin, İslam ile irtibatı tam olarak bilinememekle beraber, yeşil genel anlamda hayatın ve dirilişin bir sembolü olarak karşımıza çıkmaktadır.

İslam için yeşil şüphesiz sembolik bir değere sahiptir. Ancak yeşilin ne için sembolik olduğu ya da iyi bir imgesi olmasına rağmen beyazın ne için sembolik olamadığı gibi soruların cevabının verilmesi ihtimal dâhilinde görünmüyor. Şüphesiz bunun cevabını vermeye koyulmak kişisel yargılarla dolu bir değerlendirmeler dizisini oluşturacaktır. Fakat nihai olarak yeşilin İslam dini müntesipleri için sembolik ve bazen de kutsal görülebilmesi; Müslüman imgelemini yeşil ile barışık bir duruma sokabilmiştir. Bunun karşısında gayr-ı müslim imgelemini de bir toplumsal öteki olarak karşımıza çıkarabilmektedir. Son kertede bu etiket insanların birbirlerine karşı yaklaşımlarını belirli bir sembolizma üzerinden inşa edebilmelerine hizmet etmektedir. Mesela yine Şahinler'e göre (1999: 102) bir zamanlar kırmızı bültenle aranan insanların artık yeşil bültenle aranmaya başlaması ya da NATO

tatbikatlarında düşman unsurlarının kırmızı ile temsil edildiği görülürken bu rengin yeşile dönüşmüş olması; ABD'nin SSCB (kırmızı komünist) hedefinin Müslüman coğrafyasına (yeşil İslam) dönüşünün bir tezahürüdür**.**

İslam dışında diğer dinlerin de kendisine göre sembolik renkler üretebildiği görülmektedir. Millî dinlerde ve özellikle de Uzakdoğu dinlerinde, renk cümbüşünün günlük yaşamın ve dinsel ritüellerin vazgeçilmez bir unsuru olarak çok önemli bir fonksiyon icra ettiği görülmektedir. "Bu anlamda doğumdan ölüme ve hatta ölüm sonrasına kadar uzanan bir renk egemenliğinden söz etmek mümkündür. Tanrılar, din adamları, onların giysileri, sunu, takdime ve kurbanlar renk sembolizmiyle yakından ilişkilendirilmektedir. Renklerin iyilik ve kötülüğe, uğur ve uğursuzluğa, dindarlık ve din dışılığa delalet eder tarzda algılanması, onların kutsal birer fenomen olarak görüldüğünü düşündürmektedir" (Albayrak, 2008: 40). Bunun yanında Hristiyan toplumlarda; sarı, kırmızı, mavi, Çin toplumunda; sarı, Roma toplumunda; mor kutsal sayılabilmektedir (Özer, 2012: 279-280). Söz konusu toplumların benimsediği dinlerin, hemen hepsi kendi içerisinde imgesel ve sembolik düzeyde bu renkleri üretmekte ve dinlerin müntesipleri bunları birer iletişim ve kolektivite unsuru olarak kullanabilmektedir. Sonuç olarak her dinin ürettiği renk sembolü ve imgesi, teker teker açılıp hangi sosyolojik vaakıalardan etkilendiği ya da neleri tetiklediği noktasında önemli oranda bir literatürün varlığı bilinmektedir.

3.2.2.Kültürel Semboller

Sembollerin arasında dinî semboller, kültürel semboller ya da siyasi semboller gibi ayrımların belirgin çizgilerle yapılması mümkün değildir. Ancak bu sembollerin yaslandığı epistemolojik veriler hesaba katıldığında karekteristik ve kullanım alanı olarak tedrici bir ayrımın yapılması mümkündür. Örneğin politik ya da dini argümanlarla beslenen semboller arasında bir ayrım söz konusu olabilir. Ancak kültürel semboller diye yapılabilecek bir sınıflandırmayı politik kültürden ya da dini kültürden ayırt etmek güç görünmektedir. Burada 'kültürel semboller' olarak ifade edilen sembolik renkler, toplumsal hayatın birçok noktasında kendisini gösterebilir.

Renklerin sosyolojik yönlerinden birisi de onun farklı kültürlerde toplumsal cinsiyete hasredilebilen bir özelliğinin olmasıdır. Renkler erkeksi ve kadınsı olmak üzere sembolize edilirek toplumsal cinsiyetin vurgulanacağı alanlarda kullanılmaktadır. Bu durum klasik olarak kadın için pembe ve pembe tonlarını, erkek için ise mavi ve mavi tonlarını içermektedir. Bu yakıştırmanın altındaki sebep toplumsal cinsiyet sahibi bireylerin söz konusu renklere olan teveccühünden değil, bu bireylere söz konusu renklerin yakıştırılmasından kaynaklanmaktadır. Yani bireyler doğduklarında belirli renk öğretilerinin içerisine doğmaktadır. Ancak birey bu öğretileri değiştirebilmekte ve ihlal edebilmektedir. Örneğin Batıda Birinci Dünya Savaşı'ndan sonraki "en sevilen renk" kavramı üzerine yapılan araştırmalarda toplumsal cinsiyetin belirgin bir şekilde belirli renklere tesir edemediği görülmektedir (Pastoureau, 2005: 184-185). Burada toplumsal aktörlerin birer kadın ve erkek olarak kendilerine yakıştırılan renklere boyun eğmedikleri ortaya çıkmaktadır. Ancak buna rağmen çeşitli kültürler, bazı renklerin bazı cinsiyetlere has olduğu noktasında ısrarla vurgu yapmaktadır. Özellikle çocukluk çağından itibaren alınan elbise, ayakkabı ve oyuncaklar, özdeşleştirilen renkler üzerinden tercih edilebilmektedir. Gerçi modern dünyada bir muhafazakarlık alameti olarak geleneksel tercihler ve kültürel vurgular söz konusu olsa bile 'çocukların kendileriyle özdeşleştirilen renkleri aldıkları materyallerde sıklıkla tercih etmedikleri' görülmektedir (McAlister & Cornwell, 2010). Çocuklar renklerle olan ünsiyetini kendi psikolojik koşulları üzerinden medya vasıtasıyla kurmaktadırlar. Bu noktada ailenin dahil edilmediği renk tercihlerinde çocuklar oldukça farklı bir tercih yelpazesini ortaya koyabilmektedirler.

Renklerin farklı kültürlerde farklı cinsiyetlere atfedilmesinin yanında kimi kültürler, bazı toplumsal tabakalara mensup üyelere zorunlu olarak bazı renkleri dayatabilmektedir. Apaçi Gençlik örneğinde, bazı altkültür unsurlarının bazı renkleri gönüllü olarak tercih ettiğine değinilmişti. Esasında farklı toplumsal sınıfların antik zamanlardan beri kendisini renklerle ifade ettiği bilinmektedir (Pastoureau, 2005: 90). Bu durum bazen kişinin kendi isteğine bağlı olarak bazen de bir zorlama ile gerçekleşebilmektedir. Mesela bir zamanlar toplumsal sınıfın daha belirgin olduğu Avrupa'da sınıfların belirginleştirilmesi ve sınıflar arası kaymayı engellemek maksadıyla, belirli renklerde elbiselerin belirli zümrelerdeki kişiler tarafından

tüketilebilmesi öngörülmüştür. Bunun yanında bazı renkler sadece en üst zümrenin tüketmesi için diğer kesimlere yasaklanmıştır (Pastoureau, 2005: 95-97). Toplumsal sınıfın renk ve diğer semboller üzerinden ifade edilmesi bir bölgeden diğer bölgeye değişebilirken, aynı bölgede zamanlar arasında da değişkenlik söz konusu olabilmektedir. Ancak dayatma ile renk kullanımı artık söz konusu değildir. Modern teknoloji hemen her türlü rengi ucuz ya da pahalı bir şekilde elde edebilecek yeterliliğe sahip olduğu için renkler kamusallaşmıştır. Toplumsal sınıflar dayatılan rengi değil, kendi iradesi doğrultusunda beğendiği rengi kullanmaktadır. Fakat bu sefer de üst katmandaki bireylerin kaliteli ve daha geç solan renklerle sembolik vurgularını sürdürdükleri görülmektedir. Burada her halükarda rengin gerek farklılıklarıyla gerekse de kalitesiyle toplumsal sınıfın birer göstereni olduğu görülmektedir.

Toplumsal yapıların kendine has bir motif üretmesindeki başat faktör olan kültür, renklerin belirli sistematiklerle eşyanın üzerine koyulmasına sebep olabilmektedir. İnsan imgeleminde eşyanın üzerine sinmiş olan kimi renklerin toplumlararası bir değişkenlik arz etmesinin altında kültürün değişkenliği söz konusu olmaktadır. Mimari, sanat, kentleşme zihniyeti ya da kılık kıyafete kadar birçok eğilim kültür tarafından belirlenebilmekte ve akabinde kültür belirlemiş olduğu unsurlardan tekrar etkilenebilmektedir. Ancak son kertede kültürden söz etmek insanın eylemi, faaliyeti ve üretiminden söz etmeyi zaruri kılmaktadır (Alver, 2013: 187). Bu durumda eylemin eşya üzerindeki yansımasını incelemek, incelenen fenomenin kendine has yapısını ortaya koymak açısından eylemin kendisini incelemek kadar yerinde bir tutum olacaktır.



Fotoğraf - 9 Çinde (kırmızı/mutluluk) Ortaçağda (yeşil/doğurganlık) ve Batı Uygarlığında (beyaz/saflık) giyilen gelinlikler (Zammitto, 2005: 5)

Fotoğraf -9'da farklı kültürlerde gelinlere atfedilen duygular ya da özellikler; renk sembolizması ile onların gelinlikleri üzerinden vurgulanmıştır. Bu noktada beyazın saflık ve temizlik göstergesi olduğunu vurgulayan kültürlerde gelin, saflık ve temizlik ile ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. İki değişken arasındaki bağ, atfedilmek istenen duyguyla sembolize edilmiştir. Bunun farklı kültürlerdeki farklı yansımaları şüphesiz oldukça fazla çeşitlendirilebilir. Fakat her kültürün renk konusundaki anlam haritalarına yer vermek mümkün değildir. Genel itibariyle bazı kültürlerin-ulusların bazı renklere atfetmiş olduğu değerler Tablo -4'te sistematize edilmeye çalışılmıştır.

KÜLTÜR	KIRMIZI	MAVİ	YEŞİL	SARI	BEYAZ
ABD, Avrupa	Tehlike	Yiğitlik, Tatlılık, Sakinlik, Otorite	Emniyet, Güven, Ekşi	Uyarma, Korkaklık	Saflık
Fransa	Asalet	Özgürlük, Barış	Suçluluk	Hazırlacıyı	Tarafsızlık
Mısır, Arap Ulusları	Ölüm	Erdem, İnanç, gerçek	Verimlilik, Güç	Mutluluk, Refah, Varlık	Sevinç
Hindistan	Yaşam, Yaratıcılık		Refah, Varlık, Verimlilik	Başarı	Ölüm, Temizlik
Japonya	Öfke, Tehlike	Utanç, Aşağılık	Gelecek, Gençlik, Enerji	Zerafet, İtibar, Neşeli	Ölüm
Çin	Mutluluk, Keyif, Kutlama	Gökyüzü, Bulut	Hanedan, Krala ait, Onur	Doğum, Zenginlik, Güç	

Tablo 4: Kültürlerarası renk anlamları/çağrışımları (Bu tablo Özdemir'in (2005: 397) Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler adlı çalışmasından derlenmiştir).

Tablo -4'te verilen renkler, söz konusu çağrışım ve anlamlarıyla çeşitli uluslarda kullanılmaktadır. Bu durum şüphesiz bazı kültürlerin bazı renkleri farklı anlamlarla kullanılmalarının temel göstergesidir. Psikolojik yaklaşımların geneli, özellikle pazarlama tekniklerini geliştirmek için insanların renk spektrumu üzerinde hangi skalaya hangi anlamları yakıştırdıklarını psikolojik argümanlarla analiz etmeye çalışsa da (Amsteus, vd., 2015) renk tercihlerinin ve anlamlandırma süreçlerinin muhtevasında kültürün oynadığı başat rolü kabul edenler de vardır (Kommonen, 2011: 367). Kültür ve renk konusunun beraber anılabilmesi ise bu fenomenin sosyolojik yönünü ortaya koyan husus olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.2.3.Siyasi Semboller

Bir iletişim nesnesi olarak sembolik renkler, siyasi alanlarda da bol miktarda kullanılmaktadır. Siyasal ideolojilerin, ulusların, uluslararası kuruluşların, dernek, vakıf ya da sendika gibi örgütsel faaliyetlerin; hemen hepsinin kurumsal olarak kendisini tanımladığı, ürettiği veya tarif ettiği bir renk, bayrak ya da flama söz konusu olabilir. Bu örgütler, neşet ettiği toplumsal yapının kültürel göstergelerinin imkânlarından faydalanmak suretiyle, hangi sıfatını vurgulamak istiyorsa ya da kendisinin nasıl tanımlanması gerektiği noktasında, izleyicilerine mesaj veriyorsa, ona göre bir renk ya da şekil ile varlığını sembolize etme tutumuna gidebilmektedirler. Nitekim bir bayraktaki kan, cesaret, erdem, dayanışma ya da savaş sembolizmasının en önemli sebebi 'tanımlama ya da tanımlatma' isteğinin bir tezahürü olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya üzerindeki çeşitli ulusların veya örgütsel yapıların kendisini 'tanımlama ve tanımlatma' adına kullanmış olduğu renkler, siyasal alanın en önemli figürlerinden birisi olarak kendisini okutmaktadır. Bu noktada birbirini takip eden ya da birbirine öykünen uluslar ve örgütsel yapılar; tıpkı kuşatıcı bir normatif unsurun farklı toplulukları etkileme gücünde de görüldüğü gibi sembolik olarak benzeşmekte ve toplumlararası bir kolektivite üretebilmektedir. Toplumlararası kolektivitenin ötesinde renklerin siyasal olarak fonksiyonel önemi, belirli bir grup içerisinde bir kim-lik nesnesi ve şuuru tesis edebilmesinden kaynaklanmaktadır.



Fotoğraf 10: T.C Bayrağı Tunus Bayrağı ve Azerbaycan Bayrağı Akrabalıkları (Bullen, vd.; 2008).[16]

[16] Kırmızı rengini T.C Bayrağından almış Tunus Bayrağı ve yeşil rengini İslam'dan, mavi rengini Türklükten, kırmızı rengini T.C Bayrağından almış Azerbaycan Bayrağı

Fotoğraf -10 ulusların ideolojik ya da dinsel akrabalıklarını ortaya koyması açısından önemli bir gösterendir. Gerek Türkiye özelinde gerekse Avrupa ve Amerika özelinde bu akrabalıkları gösterebilecek daha birçok örnek verilebilir. ABD ile Birleşik Krallıkların ya da Türkiye ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin bayrakları arasındaki benzerliklerin temelinde yine bu akrabalıklar söz konusudur. Ancak burada vurgulanması gereken husus bu bayrakların ontolojik olarak birbirleriyle bağlantıları değil, onların işlevsel olarak hitap ettiği kitle içerisindeki birey ve onun edimlerine olan katkılarıdır. Bu katkı şüphesiz çoğu zaman duygusal bir bağdır. Bu bağın önemini ortaya koymak açısından Elias'ın (2016) bir pasajını vermekte fayda vardır:

> *"İnsanların sembolik formlar üzerinden gerçekleşen bu duygusal bağları, artan uzmanlaşmaya dayanan bağlardan daha önemsiz değillerdir. Aslına bakılırsa duygusal bağların farklı türleri arasında hiçbir fark bulunmaz. İster doğrudan yüz yüze ilişkilerle, ister ortak sembollere tutunmak suretiyle dolaylı yoldan olsun insanları birbirine bağlayan duygusal bağlar spesifik türden bir bağlanma düzlemi teşkil ederler. Anlayacağımız, duygusal bağlar tek kişinin iradesine daha az bağlı olan ve farklı bir bağımlılık düzlemini temsil eden bağlanma türlerinden farksızdır. Yalnızca küçük kabileler için değil, aynı zamanda milyonlarca insanı kapsayan birlikler, mesela ulus devletler için de biraradalığı sağlaması bakımından görünüşe göre bu tür bağlar vazgeçilmez bir bağlayıcı unsur, harç teşkil ederler"* (Elias, 2016: 204).

Elias'ın bu uzun pasajının alıntılanmasının sebebi, bu çalışmada henüz daha giriş bölümünden itibaren ifade etmeye çalışılan şeye büyük ölçüde temas etmesindendir. Bu noktada sembolik renklerin ya da daha genel anlamıyla renklerin sağlamış olduğu duygusal bağlar -belki de kolektif duygu- renk konusunun sosyoloji içerisindeki önemini ortaya koyması açısından önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyasal renk sembollerinin bayrak dışında belirli siyasal ideolojilere mal edilebildiği görülmektedir. Bu noktada Türk siyasal tarihi içerisindeki, kızıl komünist, yeşil sermaye, Ak gençlik vs. sembolleştirmelerinin varlığı bilinmektedir. Ancak burada bir unsur vardır ki yine renklerin sosyolojik ve sembolik yönünü ortaya koyması açısından oldukça önemlidir. Türkiye'de 2001 yılında kurulmuş olan Adalet ve Kalkınma Partisi, kurucuları tarafından kısaca 'AK Parti' olarak

tanımlanmaktadır. Bu kısaltma söz konusu "Parti'nin" ak'lığına ve temizliğine işaret eden bir imgelemle ya da sembolle uyuşmaktadır. Yani AK Parti dendiğinde dilbilimsel olarak temiz parti imgelemine tekabül etmektedir. Ancak Adalet ve Kalkınma Partisi'ne muhalif çeşitli siyasal organlar Parti'yi işaret edeceği zaman AK Parti değil AKP demektedir. Yani ak'lık imgesini kabul etmemektedirler. Bu durum haliyle sadece liderler düzeyinde değil, parti müntesipleri ve muhalifleri arasında da tanımlama-işaret etme noktasında bir değişkenliğe sebep olmaktadır. Burada bir imgelem çatışması olması, 'ak' rengine atfedilen değerin baskın bir şekilde ön plana çıkmasından kaynaklanmaktadır. Söz gelimi AK Parti yerine Mavi Parti olmuş olsaydı muhalif çevreler mavilik imgelemine itiraz etme ihtiyacı hissetmeyeceklerdi. Esasında muhaliflerin buradaki tutumu, rakip partinin temizliğini ve paklığını kendi ağızlarıyla itiraf ediyormuşçasına bir söylemden kaçınmaktan kaynaklanmaktadır.

3.2.4.Kent Sembolleri

Fotoğraf -1 ve fotoğraf -2 genel itibariyle modern mimarinin renklerle girdiği ilişkiyi ortaya çıkarması açısından önemli bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Modern kentlerin çokrenkli yapısının yanında, her kentin kendi sosyolojik koşullarıyla beraber üretmiş olduğu renkler de söz konusudur. Çünkü "her kent kendi yapısına özgü bir kimlik, kişilik, imaj ve yaşam ile giyin[mektedir]" (Alver, 2012: 19). Kentler arasında genel itibariyle fonksiyonel bir ayrım yapıldığında; belirli fonksiyonların belirli renkleri üretebildiği görülmektedir. Bu noktada mesela sanayi kentleri olarak nitelendirilebilecek kentlerde mat, gri ve siyah tonları, bürokrasi ve finans kentlerinde parlak kontrast renkler, tarihi kentlerde bölgede bulunan malzemenin rengine göre mat sarı ve gri tonları baskın bir şekilde görülebilmektedir. İlaveten, son 30 yılda modern materyaller ile inşa edilmiş hemen bütün kentlerde, cam zemin üzerinde yükselen buz mavisi, gri ve siyah renklerinin az veya çok ön plana çıkabildiği görülmektedir. Mimari bölümünde değinildiği üzere geleneksel (tarihi) kentlerle modern kentler (yeni inşa edilmiş kentler) arasında, renklerin biçimi ve sayısıyla ilgili farklılıklar söz konusudur. Bu noktada geleneksel kentlerin inşa edildiği malzemenin rengini ön plana çıkardığı görülürken, bu kentlerde az sayıda rengin kullanıldığı bilinmektedir. Modern kentler ise belirli sabiteler üzerinden, doğanın renk hamlığına bir itirazı dile getirir gibi çokrenkliliği ile göze çarpmaktadır.

Geleneksel kentler arasında, Eski Mardin buna bir örnek olarak gösterilebilirken (Fotoğraf-11) Modern kentlere New York (Fotoğraf-1) ve Hong Kong (Fotoğraf-2) örnek gösterilebilir.



Fotoğraf 11: Mardin'den belirli bir kesit (www.grupbileti.com).

Modern ve geleneksel mimarinin imkânlarından 'bilinçli' bir şekilde yararlanıp yine sabit renkler üreten kentler de söz konusudur. Bunlara verilebilecek örneklerden bir tanesi Zürih'tir (Fotoğraf-12). Zürih, her ne kadar da kendi içerisinde farklı yapısal unsurları beraber barındırsa da genel itibariyle modern ve geleneksel tarzları mezcedip kentleşme zihniyeti olarak kendine ait bir üslup ortaya koyabilmiştir. Öte yandan modern kentin çokrenkliliği, kendi içerisinde özgün bir spekturum planına dâhil olduğu zaman; bu durum bir gelişmişlik göstergesi olarak algılanabilirken, söz konusu çokrenklilik plansız bir şekilde temayüz ederse, bu durum gettolaşmanın semiyotik bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. İstanbul gibi düzensiz göç ve kentleşmenin olduğu şehirlerde her türlü renk, kent üzerinde belirmektedir. Özellikle bazı yerlerde daha baskın bir şekilde görünen bu çokrenklilik, kentleşme zihniyetinin kusurlarını ortaya çıkarmaktadır. Aynı zamanda kentlere gündüz gözüyle bakıldığında kendisini daha çok teşhir eden bu çokrenklilik, düzensizlik ve tarihten kopuşun nesnel göstergesi olarak kendisini okutturmaktadır. Bu noktada özellikle Türkiye'de kent renklerinin, Batı ve Doğu medeniyetleri arasındaki mevcut benzeşmeleri, çatışmaları, öykünmeleri ve gelgitleri dramatize

ettikleri görülmektedir. Hatta bu durum daha açık bir şekilde siyasal bir sürecin, taş ve beton üzerindeki yansımaları olarak da okunabilecek niteliktedir.



Fotoğraf 12: Zürih'ten belirli bir kesit (www.zuppet.com)



Fotoğraf 13: İstanbul Esenler'den belirli bir kesit (www.emlakkulisi.com)

Modern kentlerin geleneksel kentlere göre çokrenkli olduğu görülmekle beraber modern kentlerin kendi içindeki mekânsal farklılaşması da aynı şekilde renksel farklılaşmayı üretebilmektedir. Bu noktada modern kentin içerisindeki modern semtler, gecekondu ve kenar mahallelere göre renk konusunda daha fazla

sabite üretmekte düzen unsuru daha fazla ortaya çıkmaktadır. Hemen her kent için söz konusu olan bu mekânsal yarılma, orada oturan vatandaşların toplumsal sınıflarının; renklerin düzensizliği ile pekiştirilmesine de hizmet edebilmektedir. Kenar mahallelerdeki yapı malzemelerinin ekonomik güç nispetinde seçilmesi, bu mahallelerdeki renklendirme çabalarının her konut sahibinin kendi tasarrufuna bağlı olabilmesi, genel itibariyle şehirlerin çokrenkli görülmesindeki diğer aslî unsurlar olarak okunabilecek niteliktedir.

Kent ve mimari içerisinde renklerin -düzenli olmak kaydıyla- çok olmasının bir gelişmişlik göstergesi olarak görülmesi ifade edildi. Çokrenkliliğin bir gelişmişlik göstergesi olarak görüldüğü alan şüphesiz sadece mimari yapılar ya da daha genel anlamda kent değildir. Çokrenklilik gündelik hayatta birçok alanda birer gelişmişlik göstergesi olarak algılanmaktadır. Şüphesiz bunun en önemli sebeplerinden birisi renkleri denetim altına almanın bir marifet olarak algılanmasındandır. Ne kadar fazla ve kaliteli renk varsa o kadar gelişmişlik vardır anlayışı, renkler tarihçisi Pastoureau'nun (2012 & 2005) sıklıkla vurguladığı bir husustur. Tarih öncesi zamanlarda insanoğlu bazı aktiviteleri yapmaya başladığında renkleri denetim altına almak noktasında çok az bilgiye sahip oluğu bilinmektedir. İnsanoğlu pek çok deney gerçekleştirdikten sonra çeşitli renkleri teşhis etmeye başlamıştır (Yu, 2014: 53). Sonuç olarak bilgiye sahip olmak ve eşya üzerinde bir tasarruf sahibi olabilmek o zamandan beri bir gelişmişlik göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar da bir rengin kullanım alanının yaygınlaşmasının kimyevi teknik bilgiden ötürü mü olduğu yoksa simgesel nedenlerden ötürü mü olduğu pek açık olmasa da (Pastoureau, 2005: 88-89) renklerin denetim altına alınmaya başlanması ve kalitesinin artırılması kendi başına sadece ekonomik alanda bile bir gelişmişlik göstergesi olarak algılanmıştır.

Günümüzde renk elde etme bilgisi bütün toplumlar tarafından bilinmekte olsa da 'kaliteli bir çokrenklilik' halen maliyet gerektiren bir iştir. Çokrenkliliğin yanında, renkleri soldurmamak için kaliteli boya kullanabilmek; mimari, sanatsal ve teknik alanlarda toplumsal sınıf ve tabakalaşma vurgusunu yapan mühim bir hadise olarak görülmektedir. Pastoureau (2005), kimya bilgisinin artmasıyla renk elde etmenin kolaylaştığını ve artık kimi renklerin bir tabakalaşma unsuru teşkil etmediğini

belirtse de bu durum ‘kaliteli renk fenomeni’ düşünüldüğünde geçerliliğini yitirmektedir. Kaliteli renk fenomeni giyim, kuşam, inşaat, otomotiv, hatta dolma kalemde bile kendisini baskın bir şekilde gösterebilmektedir. Sonuç olarak çokrenklilik gibi kaliteli renklilik de bir gelişmişlik göstergesi olarak kendisini dayatmaktadır.

SONUÇ

Türkiye'de renk üzerine yapılan pek çok çalışma, renklere yüklenen anlamların derlenmesi şeklinde teşekkül etmiştir. İncelenen literatürde, renk anlamlarının oluşturmuş olduğu kolektivite ve imgelem, sosyal teorinin birikimi eşliğinde değerlendirilmeye tabi tutulmamıştır. Bu çalışmada renkler, sosyal teorinin imkânları göz önünde bulundurularak, büyük oranda post-yapısalcı ve göstergebilimsel bir açıdan incelenmiştir. Söz konusu bakış açıları çalışmayı ister istemez interdisipliner bir inceleme eğilimine teşvik etmiştir. Çalışmanın kurgusuyla beraber, varlığını Türk sosyolojisi pratiğinde de gösteren "alan aristokrasisinin" epistemolojik ve metodolojik temellerine, interdisiplinerlik bağlamında, eleştirel bir tutum benimsenmiştir. Söz konusu tutum, konu seçimi itibariyle ortaya çıkmış, çalışma henüz kurgu aşamasında daha önce çalışılan kimi konuları tekrar etme riskinden kaçınarak tasarlanmıştır.

Sosyolojik bir perspektiften çalışılmamış bir toplumsal fenomenin, öncelikle sosyolojik bir değerinin olup olmadığı, önemli bir sorun alanı olarak görülmüştür. Çalışmanın birinci bölümünde, sosyolojinin konusunun ne olması gerektiği hususunda yapılan soruşturmayla, renklerin sosyoloji pratiği içerisindeki yeri kavranmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda renklerin toplumsal hayatı daha iyi anlamak adına taşıdığı değer, tartışmaya açılmıştır. Tartışmanın sonunda, renklerin birçok haliyle toplumsal hayat içerisinde baskın bir sosyolojik damar içerdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu damarın beslendiği epistemolojik köklerin, tıpkı diğer normatif unsurları besleyen kökler gibi benzer hikâyeyi ve tarihselliği içerdiği vurgulanmıştır. Kendi içerisinde özerk bir yapısal mahiyete sahip olan din, siyaset, aile gibi kimi toplumsal fenomenlere benzer olarak, renklerin de yapısal bir karakterinin olduğu saptanmıştır. Son kertede, renklerin hem normatif figür üreten hem de diğer normatif unsurlardan etkilenen yapısı, farklı boyutlarıyla onların sosyolojik yönünü ortaya koymuştur. Burada yapısal bir karaktere bürünen renklerin, birey edimlerini çeşitli tarzlarda yönlendirdiği saptanmıştır.

Birinci bölümde diğer tartışmaya açılan husus, renklerin insan davranışına tesir etmesinin bilimsel bir yöntem ile anlaşılıp anlaşılamayacağıdır. Bu noktada renk

incelemeleri için metodolojik bir dayanak aranmıştır. Sonuç olarak renklerin okunmasında bir kısım metodolojik imkânlar ve zorluklar olduğu saptanmıştır. Bu imkânların sağladığı epistemolojik ve metodolojik dayanak ile renklerin, sosyal teori temelinde araştırılabileceği ortaya çıkmıştır. Metodolojik kabuller ile toplumsal hayat içerisinde, belirli sistematikler üzerinden kullanılan renklerin epistemolojik zemini kavranmaya çalışılmıştır. Çeşitli toplumlarda yapılan çalışmalar, aktörlerin gündelik hayatta renkleri farklı bilgi stokları üzerinden kullandıklarını göstermiştir. İlaveten, renklerin aynı toplumsal yapının farklı üyelerince, farklı bilgi stokları üzerinden kullanılabildiği de ifade edilmiştir. Bu durumun, yapı karşısındaki bireyin inisiyatif kullanma yeteneğinden kaynaklandığı vurgulanmıştır. Yapı-fail diyalektiği göz önünde bulundurulduğunda, renklerin sahip olduğu yapının bireyden etkilendiği gibi onları etkileyebildiği de görülmüştür.

İkinci bölümde, toplumsal aktörlerin renklere dair bilgi stokları irdelendiği zaman, bilgi felsefesinin imkânlarıyla bir çözümleme zaruretinin ortaya çıktığı anlaşılmıştır. Bu noktada özellikle renklerin kavramsal bilgisi, nominalizm ve realizm gibi bilgi felsefesinin argümanlarıyla izah edilmeye çalışılmıştır. Renklere ait kavramsal bilgilerin çoğunluğunun dış dünyada mevcut olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani siyah, beyaz, pembe ya da mavi gibi renklerin dış dünyada reel olarak tekabül ettiği bir anlamın söz konusu olmadığı görülmüştür. Bu durumun, nominalist argümanları doğrulayacak nitelikte olduğu ifade edilmiştir. Öte yandan kavramlara dair sergilenen toplumlararası tavırlar, realist gerekçelerin de haklı olabileceğini ortaya koymuştur. Böylece, "siyah-kara gerçekten dış dünyada olumsuzluk ve kötülüğü sembolize edecek doğaya sahip midir?" gibi sorular gündeme gelmiştir. Çünkü siyah, farklı toplumlarca neredeyse üzerinde mutabakata varılmışçasına, bir kötülük ve olumsuzluk imgesini taşımaktadır. Bu kötülük imgeleri aynı zamanda sembol sistemlerine de etki edebilmişlerdir. Fakat aynı siyahın, aynı zaman dilimi içerisinde, aynı toplumların üyesi tarafından, kötülük ve olumsuzluğun yanında, bir asalet imgesini de sağlayabildiği görülmüştür. Burada nesnelerin soyutlanmasıyla oluşturulan kavramların genel olarak nominalist felsefeyle açıklanabilecek nitelikte olduğu ama aynı zamanda realizm vurgularının da kendisine meşru zemin bulabildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada, bireyleri eyleme ya da bir tutuma sevk eden renkler sosyolojik olarak incelenirken, bir bilinçlilik üzerinden gerçekleşmemiş tutumlar genel olarak ele alınmamıştır. Bu noktada, anlamlılık arz eden renklere yönelik edimlerde, renklerin zihinlerde oluşturduğu anlamın, eşyada oluşturduğu anlama göre farklı bir yapısının olduğu saptanmıştır. Eşya üzerindeki renk anlamlarının daha çok sembolik düzeyde cereyan ettiği görülürken, zihin ya da dil içerisindeki kavramsal renk anlamlarının imge düzeyinde belirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bu imge ve sembollerin kimi zaman birbirinin yerine geçebildiğinin de altı çizilmiştir. Genel olarak anlam atfedilen renkler, imgesel renkler ve sembolik renkler olarak ayrılmıştır. İmge olarak kalıplaşmış renk anlamlarının moda ve sanat gibi alanlarda çok hızlı değişebildiği görülürken; dil ve kültür gibi alanlarda daha yavaş değişebildiği saptanmıştır. Ancak genel bir şekilde bakıldığında, imge haline dönüşmüş renklerin sembol haline dönüşmüş renklere göre çok daha hızlı değiştiği görülmüştür.

Sembolik renklerin imgesel renklere göre anlamındaki değişiminin yavaş olmasının yanında, bu renklerin ürettiği ortaklık alanı bakımından da farklılık arz ettiği anlaşılmıştır. Sembol haline gelmiş renklerin daha geniş topluluklarda birliktelik şuuru tesis edebildiği görülürken; imgesel renkler kolektivite unsuru olmaktan ziyade, belirli bir toplumun ya da sınıfın beğenisi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum, sembolik rengin genelde eşya üzerinde olmasına ve uzun yıllar boyunca anlamının kitleler tarafından benimsenmesine bağlanmıştır. Sembolik renge atfedilen anlamın, temelde bir hikâyeye dayanması ve bu hikâyenin çoğu zaman doğru ve genel geçer bir bilgi olarak kabul edilmesi, söz konusu rengin anlamını daha gerçekçi bir zemine oturtmaktadır. Ancak bu hikâyelerin çoğu zaman nominalist bir karakterde türetildiği görülmüştür.

Toplumsal aktörün sembolik renk ile girdiği ilişkiyi, imgesel renk ile girdiği ilişkiden ayıran diğer önemli husus, etik ve estetik alanlarıdır. Sembolik renklere karşı takınılan tutumların arka planında daha çok etik unsurlar etkiliyken, imgesel renklere karşı takınılan tutumların estetik sebeplerden neşet ettiği bilinmektedir. Bu noktada, mesela din içerisindeki sembolik bir renge hak ettiği itibarı vermek ahlaki bir sorumluluk olarak görülmektedir. İslam'da yeşile, Hıristiyanlık'da beyaza,

Budizm'de kırmızıya hak ettiği değeri vermek inanlar tarafından, ahlaki bir sorumluluk olarak görülebilmektedir. Bayrak, ideoloji ya da futbol takımlarının sembolik renkleri, müntesiplerince ahlak zemini üzerinden değerlendirilmektedir. Öte yandan imgesel renkler için değer atfetme durumu farklı bir zemin üzerinden işlemektedir. Bir moda imgesi ya da dilsel bir imge daha çok estetik bir algı üzerinden muamele görmektedir. Burada "güzel-çirkin" değerlendirmeleri ön plana çıkar iken, sembolik unsurlarda "iyi-kötü" değerlendirmeleri görünen bir paydayı teşkil etmektedir. Sembolik ve imgesel renkler arasında, sembollerin esnetilmesi ya da yok sayılması ahlaksızlık olarak görülebilirken; imgeler, sembollere göre daha fazla esnetilebilir ve yok sayılabilir durumdadırlar. İmgesel renklerin esnetilebilmesi, basit olarak estetik tercihlerin değişmesine bağlanmaktadır. İlaveten, bireylerin renk anlamına karşı yorum yapabileceği alanlarda, renklerin çok daha hızlı anlam değişimlerine uğradıkları görülebilmektedir. Ancak yorum yapmanın yasak ve ahlak dışı sayıldığı alanlarda, sembol ve renk anlamlarının uzun tarihsel süreç içerisinde kendisini muhafaza edebildiği bilinmektedir. Bu durum haliyle tıpkı birey ve toplumsal yapı ilişkisinde de olduğu gibi renklerin kendi içerisinde bağımlı ve otonom bir yapısının olduğu sonucunu, eşzamanlı olarak ortaya çıkarmaktadır.

Renk yapılarının kendi içerisinde dışsal/nesnel bir nitelik kazanan fenomenler olabileceği sonucu, onların hikâyelerinden bağımsız bir hale dönüşmesiyle açıklanmıştır. Bu hikâyelerin bir kısmına temel iddiaları destekleyecek kadarıyla yer verilmiştir. Gerçekten de renklerin, imge ve sembol olarak, diğer birçok toplumsal olgu gibi bireyin dışında ve onu zorlayan bir gerçeklik haline dönüşebildiği görülmüştür. Hassaten "Üçüncü Bölüm" bu dışsal zorlamayı göz önüne koyması açısından önemli birçok fotoğraf ve hikâyeyi barındırmaktadır. Bazen tek başına kimi renklerin, bazen çokrenkliliğin, bazen de renk tonlarının, iletmiş oldukları mesaj, rengi kullananın vermek istediği mesajla çatışıyorsa; rengi kullananların ya niyetlerini ya da renklerini değiştirmek zorunda kalabildiği görülmektedir. Bu durum, renklerin dışsal ve baskılayıcı birer fenomen haline dönüştüklerini ortaya koymaktadır.

Bu minvalde tartışılan bakış açılarının haklılığı tematik olarak son bölümde vurgulanmaya çalışıldı. Yapılan tartışmalarda görüldü ki renkler insanoğlunun

kendini ifade etmesi hususunda önemli materyallerden birisi haline dönüşmüştür. Renklerin oluşturduğu kendine has dil sistematiği, bu dilin başka diller içerisinde de kullanılmasıyla karmaşık bir dil silsilesini haline dönüşmüştür. Nitekim resim, edebiyat ya da fotoğraf dili içerisinde, renklerin kendi dili kümelenebilmektedir. Farklı diller iç içe geçerek birbirini dönüştürmekte ve birbirine yön vermektedir. Bilhassa burada sanat, farklı dillerin kendisine ifade zemini bulduğu bir alan olarak görülebilecek niteliktedir. Renkler din, aile, siyaset, kent, sanat, toplumsal tabakalaşma, moda, marjinallik ve gelişmişlik gibi sosyolojik fenomenlerle ayrı ayrı ilişkiye girmekte, belirli zihinsel kategorilerin belirli durumları ve olayları işaret etmesine fayda sağlamaktadır. Bu zihinsel kategoriler renklerle tecessüm etmekte ve renkler; kötülük, fenalık, gelişmişlik, kadınsılık gibi hem duyguları hem de düşünceleri sembolize edebilmektedirler.

Üçüncü bölümde, insanlığın teknik olarak himayesi altına aldığı ya da ıslah ettiği ilk renklerin; geç dönemde keşfedilmiş renklere göre, kültür ve dil gibi kadim unsurlarda daha çok yer edindiği anlaşılmıştır. Siyah, beyaz, kırmızı, mavi, sarı gibi temel renklerin sabit anlamlarının olmasına karşın; uzmanlaşmış kimya bilgisi neticesinde elde edilen renklerin daha az sabit anlamlar ürettiği ve bu anlamlar üzerinde medeniyetlerin henüz karar kılamadıkları görülmüştür. Ancak modern çağda, anlamına bakılmaksızın oluşturulan kaliteli ve genç renkler, birer gelişmişlik göstergesi olarak algılanabilmektedir. Kaliteli bir çok renkliliğin tüketim hızına eşdeğer olarak gelişmesi, renklerin kısa zamanlarda üretilip tüketilmesi, modern toplumların temel karakteristiğinin renklere yansıması olarak değerlendirilebilir. Nitekim boyalardaki üretim hızının, renklere verilen isimlerde kelime sıkıntısı çekecek kadar fazla olması; bu çağın üretim ve tüketim parametreleriyle de bağdaşmaktadır. Ancak genel olarak tüketimin niteliği toplumsal tabakalar arasında nasıl değişmekte ise renk tüketimleri ya da kullanımları da o minvalde tabakalar arasında değişmektedir. Hem kalite hem de çeşitlilik açısından her toplumsal fraksiyon kendi renk spektrumunu oluşturmakta; yoksul ile zengin, aydın ile avam, kadın ile erkek, köylü ile kentli; toplumsal konumunu tercih ettiği renkler yoluyla semiyotik olarak ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

Adorno, T. W. (2011). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi.* (N. Ülner, M. Tüzel, & E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Ahmed, S. (2014). *Duyguların Kültürel Politikası.* (S. Komut, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.

Akın, M. H. (2011). *Toplumsallaşma Sözlüğü.* Konya: Çizgi Kitabevi.

Akkaya, A. (2013). Alıp Manaş Destanında Renkler. *Tarih Okulu Dergisi (6),* ss. 527-544.

Aksoy, Ö. A. (1993). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü 2 Deyimler Sözlüğü.* İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Al-Adaileh, B. A. (2012). *The Connotations of Arabic Colour Terms.* Jordan: Al-Hussein Bin Talal University.

Albayrak, K. (2008). Millî Dinlerde Renk Fenomen. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 8 (1),* ss. 1-41.

Altınçekiç, H. (2000). Peyzaj Mimarlığında Renk ve Önemi. *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 50 (2),*ss. 79-83.

Altınörs, A. (2000). *Dil Felsefesi Sözlüğü.* İstanbul: Paradigma Yayınları.

Alver, K. (2010). Emile Durkheim ve Kültür Sosyolojisi. *Sosyoloji Dergisi, 3 (21),* ss. 199-210.

Alver, K. (2012). Kent İmgesi. (Editör: K. Alver) *Kent Sosyolojisi* ,ss. 9-32. Ankara: Hece Yayınları.

Alver, K. (2013). Siyasal Eylem Alanı Olarak Kültür. (Editör: K. Alver, & N. Doğan) *Kültür Sosyolojisi,* ss. 185-196. Ankara: Hece Yayınları.

Alver, K. (2014). Türk Sosyolojisi: Tarzlar, İçerikler, Sınırlar. *Sosyoloji Divanı (4)* ,ss. 25-38.

Alver, K. (2016). *Haller Hayaller.* İstanbul: İz Yayıncılık.

Amsteus, M.,vd., (2015). Colors in Marketing: A Study of Color Associations and Context (in) Dependence. *International Journal of Business and Social Science, 6 (3),* ss. 32-45.

Arslan, H. (2007). *Epistemik Cemaat Bir Bilim Sosyolojisi Denemesi.* İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Arslantürk, Z., & Amman, T. (2012). *Sosyoloji Kavramlar Kurumlar Süreçler Teoriler*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.

Avcı, S. (2014). Bilimsel Renk Bilgisinin Resim Sanatındaki Yansımaları. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi (11),* ss. 53-67.

Aydemir, M. A. (2011). *Sosyal Sermaye -Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Araştırması-*. Konya: Çizgi Kİtabevi.

Aydemir, M. A. (2013). Tüketim: Modern Dünyanın Kültürel Göstereni -Bir Tüketim Kültürü ve Alışveriş Merkezleri Çözümlemesi Denemesi-. (Editör: K. Alver,& N. Doğan) *Kültür Sosyolojisi*, ss. 325-344. Ankara: Hece Yayınları.

Aydın, M. (2013a). *Bilgi Sosyolojisi.* İstanbul: Açılımkitap.

Aydın, M. (2013b). *Güncel Kültürde Temel Kavramlar.* İstanbul: Açılımkitap.

Bal, H. (2014). *Din Sosyolojisi*. Ankara: Sentez Yayıncılık.

Baran, M.,& Yıldırım, M. (2008). Geleneksel Türk Evi ve Renk Kullanımı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (26),* ss. 223-234.

Barthes, R. (1979). *Göstergebilimin İlkeleri.* (B. Vardar, & M. Rifat, Çev.) Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Baudelaire, C. (2013). *Modern Hayatın Ressamı*. (A. Berktay, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Baudrillard, J. (1991). *Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu.* (O. Adanır, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon.* (A. Oğuz, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (2013). *Tüketim Toplumu Söylenceleri Yapıları.* (H. Deliceçaylı, & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2014). *Nesneler Sistemi.* (O. Adanır, & A. Karamollaoğlu, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme.* (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bayraktar, N. (2005). Kavram ve Anlam Boyutunda Türkçede Kara ve Siyah. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yabancı Diller Eğitimi Bölümü Alman Dili Eğitimi Anabilim Dalı Uluslararası IV. Dil, Yazın ve Deyişimbilim Sempozyumu Bildirileri,*ss. 157-168. Çanakkale.

Becker, H. S. (2014). *Mesleğin İncelikleri.* (L. Ünsaldı, vd., Çev.) Ankara: Heretik Yayıncılık.

Becker, H. S. (2016). *Toplumu Anlatmak.* (Ş. Geniş, E. Arıcan, & M. Hazır, Çev.) Ankara: Heretik Yayıncılık.

Behbahani, N. S. (2012). *Theoretical Review on Color in Interior Space: An Experimental Assessment of Iranian Houses.* Eastern Mediterranean University, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazimağusa.

Berger, P. L., vd., (2000). *Modernleşme ve Bilinç*. (C. Cerit, Çev.) İstanbul: Pınar Yayınları.

Bodur, F. (2006). Fotoğraf ve Renk: Fotoğraftaki Renklerin İletilerin Algılanmasındaki Rolü. *Ç.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15 (1),* ss. 77-86.

Bullen, R.,vd., (2008). *Complete Flags of The World*. New York: Dorling Kindersley.

Cirlot, J. E. (2001). *A Dictionary of Symbols.* London: Routledge.

Cohen, P. N. (2013). Children's Gender and Parents' Color Preferences. *Archives of Sexual Behavior The Official Publication of the International Academy of Sex Research, 42 (3),* 393-397.

Crane, D. (2003). *Moda ve Gündemleri Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik.* (Ö. Çelik, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Çınar, E. (2011). *Dergah'ın Sırrı Aleviliğin Kayıp Hafızası.* İstanbul: Nokta Kitap.

Çitoğlu, S. (2008). *1945 Yılı Sonrası Afişlerdeki Renklerin Psikolojik Boyutları.* Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara.

Davidson, A. I. (2002). Arkeoloji, Genoloji, Etik. (Editör: V. Urhan).*Faucault ve Bilginin Arkeolojisi* (V. Urhan, Çev.) ss. 101-118. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Delice, A. (2013). Kural, Anlam ve Yorum Üçgeninde Wittgenstein. *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi (2),* ss. 101-119.

Dora, S. (2003). *Büyüyen Fotoğraf Küçülen Sosyoloji.* İstanbul: Babil Yayınları.

Elgenius, G. (2005). *Expressinons of Nationhood: National Symbols and Ceremonies in Contemporary Europe.* London: University of London.

Elias, N. (2016). *Sosyoloji Nedir?* (O. Değitmenci, Çev.) İstanbul: Olvido Kitap.

Ende, M. (2013). *Momo*. (L. Çalışkan, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.

Erbaş, H. (1984). Sosyolojide Fenomenoloji. (Editör: D. Özlem) *Tarih Felsefesi (34),* ss. 159-166. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Eren, A. (2008). Bâkî Divanı'nda Kırmızı Renk. *A.Ü Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi,* ss. 31-69.

Faucault, M. (2007). *Cinselliğin Tarihi.* (H. U. Tanrıöver, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Fuente, E. d. (2000). *Sociology and Aesthetics. European Journal of Social Theory, 3 (2),*ss. 235-247.

Gardıner, M. (2016). *Gündelik Hayat Eleştirileri.* (D. Özçetin, B. Taşdemir, & B. Özçetin, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.

Garfinkel, H. (2014). *Etnometodolojide Araştırmalar.* (Ü. Tatlıcan, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.

Giddens, A. (2005). *Sosyoloji.* (C. Güzel, Çev.) Ankara: Ayraç Yayınevi.

Gökçen, A. (2001). Protestocu: Kimlik, Arkaplan ve Araçlar. (Editör: M. A. Aydemir) *Toplumsal Tipler* ss. 299-314. İstanbul: Açılımkitap.

Gümüş, A. (2012). Çağdaş Bir Çözümleme Bilimi: Göstergebilim. *e-Journal of New World Sciences Academy NWSA-Humanities , 7 (2),*ss. 31-43.

Habermans, J. (2001). *The Liberating Power of Symbols Philosophical Essays.* (P. Dews, Çev.) Boston: First MIT Press.

Halmi, N. (2007). *The Genealogy of the Romantic Symbol.* New York: Oxford University Press.

Jay, M. (2014). *Diyalektik İmgelem Frankfurt Okulunun Tarihi ve Çalışmaları [1923-1950]*. (S. Doğan, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Junk, C. G. (1964). Man and him Symbols. Spain: Anchor Press.

Kahramanoğlu, E.,& Özkan, Y. K. (2013). *Diş Hekimliğinde Estetik ve Renk. Cumhuriyet Dent, 16 (4),* 339-347.

Kant, İ. (2001). The Critique of Judgement. (Editörler: R. Kearney, & D. Rasmussen) *Contınental Aesthetıcs.* Oxford: Blackwell.

Kırık, A. M. (2013). Sinemada Renk Öğesinin Kullanımı: Renk ve Anlatım İlişkisi. *21.Yüzyılda Eğitim ve Toplum, 2 (6),* 71-83.

Koloğlu, D. (2013). Günümüz Sanatında Renk ve Işığın Dramatik Etkileşimi. Işık Üniversitesi (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul.

Kommonen, K. (2011). Narratives on ChineseColour Culture in Business Contexts The Yin Yang Wu Xing of Chinese Values. *Cross Cultural Management, 18 (3),*ss. 366-383.

Küçük, S.& Doğan, N. (2014). Hatice Eminoğlu, Türkçede Renkler Sözlüğü, Gazi Kitabevi, Ankara, Ocak 2014, 620 s.,ISBN 978-605-344-112-0. *Dil Araştırmaları (15),* ss. 274-279.

Lechte, J. (2006). *Yapısalcılıktan Postmoderniteye Elli Çağdaş Düşünür.* (Y. Barış, Çev.) İstanbul: Açılım Kitap.

Leeuwen, T. V. (2005). *Introducing Social Semiotics*. USA and Canada: Routledge.

Lefebvre, H. (2010a). *Gündelik Hayatın Eleştirisi I.* (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2010b). *Gündelik Hayatın Eleştirisi II Gündelik Hayat Sosyolojisinin Temelleri.* (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2010c). *Gündelik Hayatın Eleştirisi III Moderniteden Modernizme (Gündelik Hayatın Meta-Felsefesi).* (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü.* (O. Akınhay, & D. Kömürcü, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mauss, M. (2011). *Sosyoloji ve Antropoloji*. (Ö. Doğan, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Mazlum, Ö. (2011). Rengin Kültürel Çağrışımları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (31)*,ss. 125-138.

McAlister, A. R.,&Cornwell, T. B. (2010). Children's Brand Symbolism Understanding: Links to Theory of Mind and Executive Functioning. *Psychology & Marketing , 27 (3)*,ss. 203-228.

Mills, C. W. (2015). *Sosyolojik Tahayyül.* (Ö. Küçük, Çev.) İstanbul: Hil Yayın.

Okcu, A. (2007). Kur'an'da Renkler. *Atatürk Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi, 28*,ss. 127-163.

Özdemir, T. (2005). Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (2),* ss. 391-402.

Özer, D. (2012). Toplumsal Düzenin Oluşmasında Renk ve İletişim. ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 3 (6),ss. 268-281.

Özezen, M. Y. (2001). *Türkçe Deyimler Üzerine Birkaç Söz. Türk Dili Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi, 2 (600)*,ss. 869-879.

Özköse, K. (2014). Tasavvufta Renklerin Dili. *Sûfi Perspekti,* ss. 27-30.

Pastoureau, M. (2005). *Mavi Bir Rengin Tarihi*. (İ. M. Uysal, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.

Pastoureau, M. (2012). *Siyah Bir Rengin Tarihi.* (M. Tufan, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.

Paterson, I. (2003). *A Lexicon of the Language of colour A Dictionary of colour*. India: Thorogood Publishing.

Philipona, D. L., & O'REGAN, J. K. (2006). Color Naming, Unique Hues, and Hue Cancellation Predicted from Singularities in Reflection Properties. *Visual Neuroscience, 23,* ss. 331-336.

Poloma, M. M. (1993). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları.* (H. Erbaş, Çev.) Ankara: Gündoğan Yayınları.

Reisman, D. (2016). *Yalnız Kalabalık Amerikan Toplumsal Karakterinin Değişimi Üzerine Bir İnceleme.* (Y. Erdem, Çev.) Ankara: Heretik Basın Yayım.

Rıtzer, G. (2013). *Modern Sosyoloji Kuramları*. (H. Hülür, Çev.) Ankara: De Ki Basım Yayım.

Rıtzer, G., & Stepnısky, J. (2014). *Sosyoloji Kuramları.* (H. Hülür, Çev.) Ankara: De Ki Basım Yayım.

Sarıbay, A. Y. (2014). *Toplumun Mantığı Bir Mantıksal Anlatı Olarak Sosyoloji.* İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Sartre, J. P. (2009). *İmgelem*. (A. Tümertekin, Çev.) İstanbul: İthaki.

Saussure, F. D. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri*. (B. Vardar, Çev.) İstanbul: Multılıngual.

Searle, J. R. (2005). *Toplumsal Gerçekliğin İnşâsı.* (M. Macit, & F. Özpilavcı, Çev.) İstanbul: Litera Yayıncılık.

Searle, J. R. (2015). *Zihin Dil ve Toplum.* (A. Tural, Çev.) İstanbul: Litera Yayıncılık.

Seherman, G. D., & Gerald, L. C. (2009). The Color of Sin White and Black Are Perceptual Symbols of Moral Purity and Pollution. *A Journal of The Association For Psychologial Sicience, 20 (8),* ss. 1019-1025.

Shaviro, S. (2009). *Without Criteria: Kant, Whitehead, Deleuze, and Aesthetics, Steven Shaviro.* London: The MIT Press.

Simmel, G. (2017). *Gizliliğin ve Gizli Toplumların Sosyolojisi.* (İ. Dündar, Çev.) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Simmel, G. (2006). *Modern Kültürde Çatışma.* (T. Bora, N. Kalaycı, & E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Singh, S. (2006). Impact of color on marketing. *Current Research Development, 44 (6),* ss. 783-789.

Slattery, M. (2014). *Sosyolojide Temel Fikirler.* (Ü. Tatlıcan, G. Demiriz, Dü, Ö. Balkız, G. Dermiriz, H. Harlak, C. Özdemir, Ş. Özkan, & Ü. Tatlıcan, Çev.) Bursa: Sentez Yayıncılık.

Stam, R.,Burgoyne, R., & Lewis, S. F. (1999). *New Vocabularies in Film Semiotics Structuralism Post-Structuralism and Beyond.* London ve New York: Routledge.

Stokes, K. (2008). *Sin City: An Object Lesson in Colour.* Central Queensland University.

Swartz, D. (2015). *Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi.* (E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Şahinler, N. (1999). *Siyah ve Yeşil Kur'an'da Renk Sembolizmi.* İstanbul: İnsan Yayınları.

Şakar, C. (2014). *Portakal Bahçeleri.* İstanbul: İz Yayıncılıl.

Tankut, G.,vd. Yeni Ufuklara Kentler. Bilim ve Teknik.

Tekel, A. (2015). Estetik Yargı ve Estetik Yargıyı Etkileyen Faktörler. *STD*, ss. 149-157.

Tokdil, E. (2016). Renk Kuramları ve Andre Lhote Örnekleminde Renk Algısına Fenomenoloji Yaklaşım. *İdil, 5 (22),* ss. 547-568.

Toker, İ. (2009). Renk Simgeciliği ve Din: Türk Kültür Yapısı içinde Ak-Kara Renk Karşıtlığı ve Bu Karşıtlığın Modern Türk Söylemindeki Tezahürleri Üzerine. *Ankara Üniversite İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2 (50),*ss. 93-112.

Tolan, B. (2005). *Sosyoloji*. Ankara: Gazi Kitabevi .

Turğut, F. (2016). Klişeleri Aşmak: Sosyolojik Düşüncenin Ezberleri üzerine. *Sosyoloji Divanı (8),* ss. 201-214.

Uşaklıgil, H. Z. (2006). *Mai ve Siyah*. İstanbul: Özgür Yayınları.

Weber, M. (2008). *Sosyoloji Yazıları*. (H. H. Gerth, C. W. Mills, Dü, & T. Parla, Çev.) İstanbul: Deniz Yayınları.

Weber, M. (2012). *Sosyolojinin Temel Kavramları*. (M. Beyaztaş, Çev.) İstanbul: Yarın Yayınları.

Wittgenstein, L. (2007). *Renkler Üzerine notlar*. (A. Sarı, Çev.) Ankara: Salkımsöğüt Yayınları.

Woodward, I. (2016). *Maddi Kültürü Anlamak*. (F. B. Aydar, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Yaman, Ö. M. (2013). *Apaçi Gençlik*. İstanbul: Açılım Kitap.

Yu, H.-C. (2014). A Cross-Cultural Analysis of Symbolic Meanings of Color. *Chang Gung Journal of Humanities and Social Sciences, 7 (1)*, ss. 49-74.

Zammitto, V. L. (2005). *The Expressions of Colours*. DiGRA.

İNTERNET KAYNAKÇASI

http://grihat.com/kanada-basbakaninin-nato-desenli-pembe-coraplari-zirveye-renk-katti/. 2017.06.14erişim tarihi

http://www.aljazeera.com.tr/haber/cankirida-pkknin-renklerinde-tespih-gerginligi.2017.06.14 erişim tarihi.

http://www.grupbileti.com/mobil/haber-82-isvicre-zurih-gezilecek-yerler.

05.27.2017 erişim tarihi.

http://www.zuppet.com/mardin-hakkında-bilgiler/. 05.27.2017 erişim tarihi.

https://emlakkulisi.com/istanbul-esenler-ve-bahcelievlerde-3-adet-satilik-gayrimenkul-2-milyon-255-bin-825-tl/306593. 2017. 11. 06.erişim tarihi.

https://onedio.com/haber/samimiyetin-adresi-bollywood-u-hollywood-dan-ayiran-20-temel-fark-717076. 2017. 14. 06erişim tarihi.

ÖZGEÇMİŞ

1992 yılında Kahramanmaraş Dulkadiroğlu'nda doğdu. 2015 yılında Selçuk Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nden mezun oldu. Aynı yıl içerisinde Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda yüksek lisans programına yerleşti. Akademik çalışmalarına Selçuk Üniversitesi'nde Arş. Gör olarak halen devam etmektedir. İlgi alanları; toplumsal tipler, kültürel incelemeler, din sosyolojisi, edebiyat sosyolojisi.