



MİZANPAJ TASARIMINDA KULLANILAN RENKLERİN İNSAN ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Mustafa KISA* -Levent CİVCİK**

Öz

Günümüzde teknolojinin hızla gelişimi basım yayın sektöründe de görülmüştür. Birçok görselin internet ortamında sunulması ve sınırsız bir ortamın var olması insan üzerinde oluşan algı etkisi oluşturmayı da olumsuz etkilemiştir. Ülkemizde okuma oranını giderek düşmekte ve görselliğin insan algısı üzerinde etkisi hızla artmaktadır. Bundan dolayı mizanpaj tasarımında kullanılan görseller ve renkler önem arz etmektedir. Çünkü görseller hedef kitle okuyucular üzerinde yeterli algı etkisi oluşturmazsa, içerdiği mesajı doğru aktaramayacak ve yapılan grafik tasarım çalışmalarıyla verilecek mesajın kaybolmasına neden olacaktır. Çalışmada mizanpaj ve renk çalışmalarının insan algısına etkileri gazete model çalışmaları ile kişiler üzerindeki etkisi incelenmiştir. Yapılan çalışmada gazete tercihlerinde seçilecek renklerin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Renk, Mizanpaj, Algı, Tasarım, Gazete

EFFECTS OF COLORS USED IN DESIGN ON HUMAN PERCEPTION IN DESIGN STUDIES

ABSTRACT

Nowadays, the rapid development of technology has been seen in the publishing industry. The presentation of many images on the Internet negatively affects the perception of people. In our country, the reading rate is decreasing and the impact of visuality on human perception is increasing rapidly. Therefore, the visual and colors used in layout design are important. Because if the

* Dr. Öğr. Üyesi, Konya Teknik Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi, Konya/Türkiye.
mkisa@selcuk.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0035-5077

** Dr. Öğr. Üyesi, Konya Teknik Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi, Konya/Türkiye.
lcivcik@ktun.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4580-8164
Makalenin Gönderilme Tarihi: 14.02.2019
Makalenin Kabul Tarihi: 16.03.2019
Makalenin Yayınlanma Tarihi: 25.03.2019
Makalenin Türü: Araştırma



visuals do not have enough perception effect on the target audience, it will not be able to transmit the message correctly and it will cause the message to be lost due to graphic design studies. In this study, the effects of layout and color studies on human perception were studied with newspaper model studies. In the study, it was determined that the colors to be selected in the newspaper preferences were effective.

Keywords

Color, Layout, Perception, Design, Newspaper



I. GİRİŞ

Son yıllarda teknolojinin baş döndüren hızda gelişimi ve milyonlarca görselin aynı anda servis edildiği bir ortamın varoluşu insan üzerinde etkili bir algı oluşturmayı da zorlaştırmaktadır. Okuma oranının giderek düştüğü ve görselliğin insan üzerinde etkisinin giderek arttığı çağımızda görsel tasarım kritik bir önem arz etmektedir. Çünkü görsel olarak yeterli etkiyi veremeyen, içerdiği mesajı doğru bir şekilde aktaramayan tasarım çalışmaları mesajın kaybolmasına neden olmaktadır. Yayıncılıkta doğru bir mizanpajla yapılan bir çalışma insan algısına ciddi etkiler bırakacak mesajı tayin eder. Bu nedenle mesaj verilecek ürün ne kadar önemli olursa olsun doğru şekilde sayfa düzenlemesi yapılmadığı takdirde önemini kaybetmeye mahkumdur.

Fransızca “*mise en page*” kelimesinden dilimize yerleşen mizanpaj; en genel tanımıyla sayfa düzenini ifade etmektedir(www.tdk.com.tr). Belli kurallar çerçevesinde şekillenen mizanpaj, başta çizgi, yazı, renk, büyüklük küçüklük gibi insan algısına etki eden görsel öğelerin bir düzen içerisinde yerleştirilmesiyle şekillenir.

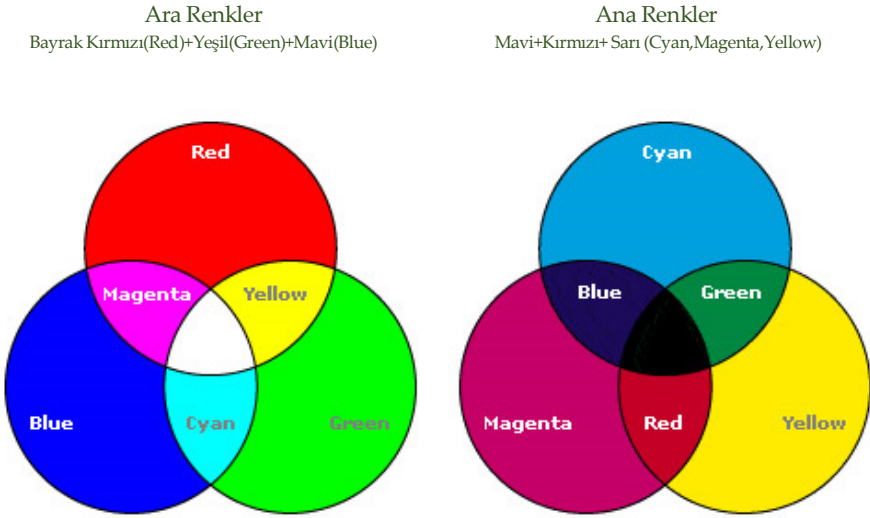
Mizanpaj ile algı arasında doğrudan bir etkileşim vardır. Bu etkileşim insanın ilgisi, bakış açısı, yaklaşımı ve talebi üzerinde oldukça belirleyicidir (Koyuncu, 2016:143). Çünkü algı en genel açıklamasıyla duyu organlarımız aracılığıyla elde edilen duyuların ve izlenimlerin zihinsel olarak yorumlanması, seçilmesi, düzenlenmesi şekliyle mesajın anlam kazanma sürecidir (İşliyen, 2014: 23). Şunu da ifade etmek gerekir ki insan beyni önce şekil, renk, sembol ve fotoğrafları daha sonra diğer unsurları anlamlandırır. Bu nedenle mizanpaj çalışırken kullanılan renkler, yazılar, şekiller gibi görsel tüm unsular insan algısı üzerine doğrudan etki etmektedir. Başarılı bir mizanpaj çalışması içeriğin veya mesajın gücünü arttırdığı gibi çalışmanın etki gücünü de arttırmaktadır.

II. RENK NEDİR?

Doğada görüntülerin, görme olayının ve renklerin oluşabilmesi için bir ışık kaynağı ve bu kaynaktan yayılan ışığa ihtiyaç vardır. Bir ışık kaynağından yayılan ışınları foton denilen küçük tanecikler oluşturmaktadır. Işınları oluşturan tanecikler nesnelere çarparak önce sönmüleme sonra kırılarak yansıma gerçekleştirmektedir. Yansıyan ışığın bir algılayıcı ya da göz tarafından algılanmasına ve bıraktığı duyguya görme ve renk denmektedir (<http://www.koksalakgun.com/renk-nedir-etkileri-nelerdir>). Her bir foton taneciği kırılma ve yansıma işlemi esnasında yansıdığı objenin rengini üzerine almaktadır. Foton tanelerinin yan yana gelmesiyle renkler ve görüntüler oluşmaktadır. Renkler ışıksal ve maddesel olarak iki kısımda incelen-



mektedir. Bunlar RGB ve CMYK renk uzaylarıdır. Işıksal ortamda görülen renkler RGB renk uzayı bileşenlerinin “0-255” aralığında karışımlarından oluşmaktadır. Baskı ortamında ki renkler ise maddesel renkler olup CMYK renk uzayının “0-100” aralığında karışımlarından meydana gelmektedir. Renkler objeleri tanımlanmasına yardımcı olmaktadır. Renkler kullanıldığı alana göre; ana renkler, ara renkler, sıcak ve soğuk renkler olarak sınıflandırılırlar (<http://www.koksalakgun.com/renk-nedir-etkileri-nelerdir>).



Şekil-1 Renk Uzayları

Sıcak Renkler: Pembe, Sarı, Turuncu ve Kırmızı.

Soğuk Renkler: Lacivert, Mor, Mavi ve Yeşil.

Tamamlayıcı (Zıt/Kontrast) Renkler: Kırmızı – Yeşil, Mavi – Turuncu, Sarı – Mor.

Komşu Renkler: Sarı – Mavi – Yeşil, Sarı – Kırmızı – Turuncu, Mavi – Kırmızı – Mor.

Grafik Tasarımda ve masatüstü yayıncılıkta kullanılan yazı ve şekillerin düzeni kadar, renklerin ahenkleri ve yan yana gelişleri, aralarında bir bütünlük kurmaları için renk ve ton geçişleri çok önemlidir.

III. RENKLERİN İNSAN ÜZERİNDEKİ ALGI ETKİLERİ

Grafik tasarımda renklerin doğru seçilmesi çok önemlidir. Çünkü renkleri oluşturan her bir foton taneciği yan yana gelerek görüntüyü oluşturmaktadır. Her bir rengin ve farklı tonlarının verdiği algı etkisi bir mesajı



bulunmaktadır. Zaman zaman bu etki yüzde olarak azda olsa, kişiler üzerinde farklı algı etkisi oluşturabilmektedir. Renk insan hayatında bir iletişim aracıdır. Trafik ışıklarındaki renklerin insanlarda bıraktığı algı söz konusu iletişime verilebilecek en önemli örnek niteliğindedir. Renk, çevreden bilgi almada çok güçlü bir görsel araçtır. Yapılan araştırmalarda ve literatür taramalarında renklerin düşünceleri yönlendirdiğine dair çalışmaların olduğu görülmüştür (<https://www.kigem.com/renklerin-psikolojik-etkileri.html>). Renklerin algısal etkisi günümüzde resmi ve özel birçok kurum ve sektörde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu bağlamda renklerin sorgu odaları ile ambalaj, gıda ve pazarlama gibi birçok sektörde kullanıldığı bilinmektedir. Ülkemiz basım yayın sektörü de bu sektörlerden birisidir. Günlük çıkan ulusal gazeteler incelendiğinde basım yayın sektörünün renk ve bıraktığı algı etkileri konusu üzerinde durmadıkları görülmüştür. Ulusal gazetelerin birçoğunun arşivlerde yapılan çalışmalarda doğrudan göze hitap eden son 10 yıllık arşivlerin her aydan bir numunesine bakılarak incelemesi gerçekleştirilmiştir. Yapılan ön sayfa incelemelerinde tek düze yapılarının olduğu ve renk algısı oluşturacak bir çalışmanın yapılmadığı görülmüştür. Ulusal gazetelerin başlıklarında birkaç istisna dışında siyahın ve kırmızının hakim olduğu renklerin kullanıldığı anlaşılmıştır. Yerel kaynaklı basım yayın kuruluşlarına ait gazetelerde siyah-beyaz tek rengin kullanıldığı görülmüştür. Günümüzde “UNESCO” nun istatistik verilerine göre dünyada Türkiye, kitap okuma oranında 86’ncı sırada gelmektedir (<https://www.cnnturk.com/dunya/dw/unesco-turkiye-kitap-okuma-oraninda-86inci-sirada>). Kadir Has Üniversitesi Türkiye Çalışmaları Merkezi 2017 Türkiye Sosyal-Siyasal Eğilimler Araştırmasına göre; Araştırmaya katılanların yüzde 37’si gazete okumadığını belirtirken her gün okuduğunu söyleyenlerin oranı ise yüzde 20 olmuştur. Okurların yüzde 39’u yalnızca internet, yüzde 29’u ise yalnızca basılı haber okumaktadır. Kitap okuyanların oranı ise % 0,1 oranını bulmaktadır. Renk algı etkisi bilimsel olarak iyi kullanıldığı takdirde kişilerin gazete, dergi, kitap vb. gibi basılı ve sanal kaynaklara olan ilgisinin artması sağlanacaktır. Sayfaların rahatlatıcı ve kendine bağlayıcı renklerle tasarlanması okumaya olan ilgiyi artıracaktır.

IV. RENK SEÇİMİ

Renkler içinde bulunduğu kültüründe mesajlarını taşımaktadır. Kültürel ve bölgesel kavramlarda renk algısında etkili olmaktadır. Sektörel maddelerde renk tercihleri, yapılan araştırma çalışmasında, kişiler kurum veya bir firmanın devamı ya da temsilcisi niteliğinde değilse kişilerin tercihleri kendi beğendikleri renkler yönünde olduğu görülmüştür. Renk görüşü belirtme-



yenilerin ise tercihleri Grafik tasarımcının yaklaşımı ve yönlendirmesi belirlemiştir.

Aşağıda çoğu anonimleşerek kabul görmüş ve yapılan literatür taramalarından elde edilen renklerin algı etkileri derlenmiştir.

Kırmızı: Sıcak, ateş, kan, şehvet, aşk, samimiyet, güç, heyecan ve agresiflik. Kan basıncını ve solunumu hızlandırarak tansiyonu yükseltir. Çekici ve bağlayıcıdır. Heyecan verici ve aceleci olmaya iter. Kırmızı, dikkat çekici bir renktir. Sürekli bakıldığında itici bir algı oluşturmaktadır.

Turuncu: Turuncu dışa dönük, heyecan ve mutluluk verici, dinamik, dikkat çekici, çarpıcı ve iç açıcı bir renktir. Kırmızıdan sonraki en sıcak renk olan turuncudur. Zihni harekete geçirir.

Sarı: Gözü en çok yoran renktir. Aynı zamanda sarı renk metabolizmayı hızlandırır. Sarı renk sınırların gerilmesine sebep olmaktadır. Ayrıca sarı sayfalı not defteri ve bilgisayar ekranında sarı renkli arka fon beyni ve gözleri yorar.

Mavi: Yalnızlığı, üzüntüyü, depresyonu, bilgeliği, güveni ve sadakati simgeler. İş görüşmelerine mavi giyerek gitmek kararlılığı ve bağlılığı ifade eder. İştah kesici bir renktir. Açık mavi boyanmış ortamlar, verimliliği ve performansı artırır. Akılda kalıcılığı artırır.

Yeşil: En güçlü ve evrensel olan bir renktir. Yaşamı, gençliği, yeniliği, umut ve dinçliği simgeler. Çok rahatlatıcı bir renktir ve görme gücünü artırır. Sakinleştirici özelliği ile sinir sistemi üzerinde doğal bir yatıştırıcı etki yapar.

Siyah: Suç ve kötülük ile bağdaştırılırken, ölüm, yas, acı, keder, resmiyet, sadakat, sebat, dayanıklılık, ihtiyat, bilgelik ve güvenilirlik algısı da oluşturmaktadır. Aynı zamanda gücü temsil ettiği için kıyafet tercihidir.

Beyaz: Saflığı, temizliği ve masumiyeti simgeler. Birçok dünya kültüründe gelinler beyaz giyinmektedir Doktorlar, hemşireler ve laboratuvar teknisyenleri temiz görünmek için beyaz giyinmektedirler. Beyaz, üstüne gelen tüm ışığı yansıtarak ortamı ve zemini serin tutar.

Mor: Asaleti temsil etmektedir. Lüks, zenginlik ve zarafeti simgeler. Aynı zamanda romantizmin, aşkın, duygusallığın ve tutkunun rengidir.

Kahverengi: Toprak ve ağacın rengidir. Sağlam ve emin hissi veren bir renktir. Kararlılık, güç, olgunluk ve güvenilirlik algısı oluşturmaktadır.

Pembe: Romantik ve zarif bir renktir. Rahatlatıcı bir etkisi vardır. Pembe enerjiyi üzerine çeken sakınleştirici bir renktir.

Gri: Siyahtan beyaza ton geçişi ile oluşan bir renktir. Gözün en rahat algıladığı renklerden biridir. Siyah ve beyaz renklerin gösterdiği etkiyi gösterebilir. Alçak gönüllü, ciddi, uzlaştırıcı, denge unsuru olan bir renktir. Denge unsuru ve uzlaştırıcı olarak kullanılabilir. Kullanıldığı ortamlarda bunal-



tıcı bir havaya neden olabileceği için fazla tercih edilmeyen bir renktir (<https://www.brandingturkiye.com/renklerin-anlamlari-ve-markalasmaya-etkisi/>).

V. YÖNTEM

Çalışmada Ulusal gazetelerin mizanpaj tasarım çalışmalarından örnekler alınmıştır. Alınan mizanpaj tasarım örneklerinde markalar kaldırılarak marka isimleri yerine sade bir şekilde “GAZETE” ifadesi yazılmıştır. Gazetelerin metin kısımlarında puntolar okunamayacak şekilde küçültülerek algı etkisi oluşturmak için kullanılan renklere dikkatlerin çekilmesi sağlanmıştır. Çalışmada beş farklı renkte gazete modeli oluşturulmuştur. Renkler gazetelerin metin kısmı dışında marka isminde ve farkındalığı artıracak boş kısımlarda kullanılmıştır. Gazete modelleri rastgele kişilerle temas sağlanarak incelenmesi istenmiştir. İnceleme neticesinde kendisinde okumayı teşvik edecek mizanpaj renk tasarımının hangisi olduğu sorulmuştur.

VI. UYGULAMA VE ANKET ÇALIŞMASI

Çalışmada yapılan anket çalışması için Konya ili Selçuklu ilçesinde uygulama yapılmıştır. Anket çalışmasında yaş aralığı dikkate alınmamıştır. Rastgele kişilerle temas kurularak kişilerin cinsiyetleri belirleyici unsur olmamıştır. Katılımcı sayısı 120 kişi olarak tamamlanmıştır. Gazete modellerinde 5 renk kullanılmıştır. Renkler **Kırmızı**, **Sarı**, **Mavi**, **Yeşil** ve **Siyah**'tır. Ankete katılan kişilere, verilen gazete modellerinden hangisini tercih edeceği sorulmuştur. Ayrıca verilen gazete modellerinin tamamını ret edebilecekleri de belirtilmiştir.

GAZETE	GAZETE	GAZETE	GAZETE	GAZETE	RET
21	3	28	57	7	4

Şekil-2 Anket Sonuçları

Mizampajda kullanılan renklerin algıya etkisini bulmak için yapılan anket çalışmasında **Kırmızı** rengin algıya etkisi ve tercih eden kişi sayısı “21” olmuştur. **Sarı** rengin algıya etkisi ve tercih eden kişi sayısı sadece “3” olmuştur. **Mavi** rengin algıya etkisi ve tercih eden kişi sayısı “28” olmuştur. **Yeşil** rengin algıya etkisi ve tercih eden kişi sayısı “57” olmuştur. **Siyah** rengin algıya etkisi ve tercih eden kişi sayısı “7” olmuştur. “4” Kişi ise renkli gazete modüllerinin tamamına ret cevabı vermiştir.



Yüzdesel bazda incelendiğinde:

Kırmızı renk % 17,5

Sarı renk % 2,5

Mavi renk % 23,3

Yeşil renk % 47,5

Siyah renk % 5,8

Ret % 3,3

olarak değerlendirilmiştir.

Yeşil renk % 47,5 oranla kişiler üzerinde renk algısı etkisinde en fazla tercih edilmiştir. Yeşil renk için yapılan literatür taramalarında da; “Güçlü ve evrensel olan bir renktir. Yaşamı, gençliği, yeniliği, umut ve dinçliği simgeler. Rahatlatıcı bir renktir ve görme gücünü artırır. Sakinleştirici özelliği ile sinir sistemi üzerinde doğal bir yatıştırıcı etki yapar.” şeklinde ifade edilmiştir. Mavi renk ise % 23,3 oranla, kişiler üzerindeki renk algısı etkisinde ikinci olarak tercih edilmiştir. Mavi renk için yapılan literatür taramalarında; “Yalnızlığı, üzüntüyü, depresyonu ifade ettiği gibi ayrıca açık mavi boyanmış ortamların, verimliliği ve performansı artırdığı” ifade edilmiştir. Kırmızı renk % 17,5 oranla kişiler üzerinde renk algısı etkisinde üçüncü olarak tercih edilmiştir. Kırmızı renk için yapılan literatür taramalarında; “Sıcak, ateş, kan, şehvet, aşk, samimiyet, güç, heyecan ve agresiflik etkisi vermekte ve kan basıncını ve solunumu hızlandırarak tansiyonu yükseltmektedir.”

Çekici, bağlayıcı ve dikkat çekici bir renk olması ise onun tercih edilirliliğini artırmıştır. Diğer renklerin algı etkileri incelendiğinde yüzdesel olarak düşük tercih değerlerinde olmasının sebebi anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Araştırmada ele alınan mizanpajda renk algısının kişilere etkisi konulu GAZETE modelli anket çalışmasında kişilerin okuma alışkanlıklarını pozitif yönde etkileyebilecek sonuçlar alınmıştır. Kişilere ulusal gazetelerin mizanpaj tasarım çalışmalarından oluşturulan gazeteler verilmiştir. Alınan mizanpaj tasarım örneklerinde markalar kaldırılarak marka isimleri yerine sade bir şekilde “GAZETE” ifadesi yazılarak kişilerin marka tercihlerinin arka plana itilmesi sağlanmıştır. Gazetelerin metin kısımlarında puntolar okunamayacak şekilde küçültülerek algı etkisi oluşturmak için kullanılan renklere dikkatlerin çekilmesi sağlanmıştır. Kişilerden beş farklı renkte gazete modeli arasından tercih yapmaları istenmiştir. Çalışma sonucunda kişilerin gazetelere ilgisinin renklere göre değerlendirmesi yapılmıştır. Araştırmada, renklerin literatür taramalarında belirtildiği gibi özelliklerde algı etkisi yaptığı tespit edilmiştir. Bu tespitler okuma alışkanlığı yok denecek



kadar az olan Ülkemizde gazetelerin ve kitapların okunmasına ve alışkanlık kazandırılmasına etki edecektir. İnceleme neticesinde gazeteleri ve kitapları eline aldığı anda sıkılan insanları nispeten renklerin insan algısına etkilerini kullanarak etkileyerek sayfalara bağlamak gerekliliği olduğu kanaatine varılmıştır. Renk algı etkisi bilimsel olarak iyi kullanıldığı takdirde kişilerin gazetelere ve kitaplara olan ilgisinin artması sağlanacaktır. Sayfaların rahatlatıcı ve kendine bağlayıcı renklerle tasarlanması okumaya olan ilgiyi artıracaktır.



KAYNAKÇA

- Alpan, G. B. *Görsel İletişim*, YA-PA Yayını, İstanbul. (2005)
- Becer, E. *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara. (2007)
- Garcia, M. R. *Contemporary Newspaper Design*, Prentice Hall, New Jersey. (1997)
- Ketenci, H. F. ve Bilgili, C. *Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. İstanbul. (2006)
- Koyuncu, S. *Gazete mizanpajının okuyucu algısı üzerindeki belirleyiciliği. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(1).143-156 (2016).
- Seçim, F. *Sayfa Tasarımı (Yayımlanmamış Ders Notları)*, Anadolu Üniversitesi İBF, (1996) Eskişehir.
- İstek, R. *Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni*, Pusula Yayınları, İstanbul. (2004)
- İşliyen, F. Ş. *Gazete Tasarımının Haberin Algılanması ve Anlamlandırılması Üzerindeki etkisi*. Selçuk Üniversitesi, Yayımlanmış doktora tezi, Konya. (2014).
- Uçar, T. F. *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İnkilap Yayınevi, 3. basım, İstanbul. (2004)
- White, W. A. *The Elements Of Graphic Design*, Allworth Pres, New York. (2002)
- <https://www.kigem.com/renklerin-psikolojik-etkileri.html>(01/01/2019 alıntılama tarihi)
- <http://www.koksalakgun.com/renk-nedir-etkileri-nelerdir/>(03/01/2019 alıntılama Tarihi)
- <https://www.cnnturk.com/dunya/dw/unesco-turkiye-kitap-okuma-oraninda-86inci-sirada>(05/01/2019 alıntılama tarihi)
- <https://www.takvim2019.com/node/2114> (03/01/2019 alıntılama tarihi)
- www.tdk.com.tr
- <https://www.brandingturkiye.com/renklerin-anlamlari-ve-markalasmaya-etkisi/>