



ISSN: 1306-3111/1308-7320
NWSA-Humanities
NWSAID: 2013.8.2.4C0164

Status : Original Study
Received: September 2012
Accepted: February 2013

E-Journal of New World Sciences Academy

Şebnem Soygüder

Ege University
sebnemsoyguder@ege.edu.tr
Izmir-Turkey

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2013.8.2.4C0164>

BİR DİL OLARAK "SARI" RENGİN ANLAMI VE "SARI BASIN" NEDEN "SARI"?

ÖZET

Çalışmada hemen bütün dillere İngilizceden "Yellow Press" olarak geçen "sarı basın/gazetecilik" kavramının neden sansasyonel basını çağrıştırdığı açıklanmaktadır. Bir dil olarak renklerin bir şeyler anlattığı, her rengin kendine göre (mutlaka bulunduğu bağlama göre) vermek istediği bir mesajı olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda "sarı" renginin ne anlama geldiğini, sarının ne söylemek istediğini ve gerçekten "sarı renk" ile "sarı basın/gazetecilik" teriminin anlam olarak birbiriyle nasıl örtüştüğü ortaya konmaktadır. Öncelikle sarı rengin tarihsel perspektifte ve çeşitli kültürlerde ne anlama geldiğini, ardından da renk olarak sarının bir gazetecilik terimi olan "sarı basın/gazetecilik" ile nasıl bir bağı olduğu ya da olabileceği açıklanmaktadır. Bunu yaparken "Sarı basın/gazetecilik" nereden ve nasıl literatüre girdiğinden kısaca tarihçesinden bahsedilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sarı Basın, Sansasyonel Haber, Magazin, Sarı Çocuk, Sarının Anlamı

THE MEANING OF "YELLOW" COLOR AS A LANGUAGE AND "YELLOW PRESS/JOURNALISM" WHY YELLOW?

ABSTRACT

In this article, why "yellow press/journalism" concept which comes from English term "yellow press" to almost all other languages symbolizes sensational press will be explained. If we accept that colors as a language tell us something and every color has a message that is to be delivered (bound to its concept), we will try to manifest that what is the meaning of the "yellow" color, what yellow wants to say and if there really exist a relationship between the "yellow color" and "yellow press/journalism" term by meaning. Primarily, what is the meaning of "yellow colour" in historical perspective and in different cultures, and then how yellow as a colour has a relationship or might has a relationship with the journalism term "yellow press/journalism" will be explained. As it is being explained, how and where the term "yellow press/journalism" came into the literature and its history will be mentioned shortly.

Keywords: Yellow Press, Sensational News, Magazine, Yellow Kid, The Meaning of Yellow



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

"Sarı basın/gazetecilik" Batı'dan girmiş bir gazetecilik terimidir. Amerika ve Avrupa tabloid basınına, magazin basınına, kısaca sansasyonel basına sarı basın (İng. Yellow Press) veya sarı gazetecilik (İng. Yellow Journalism) demektir. Literatürde ise magazin basınına sarı basın dışında "renkli basın" (ki Almanlar da sarı basın dışında genellikle "Regenbogen Presse" yani gökkuşağı basını demektedir ve 'renkli olduğu' anlamını vermektedirler) veya "boyalı basın" da denilmektedir.

Bu çalışmada renklerin dilinden dünyaya bakıldığında sarının önce evrensel ve sonra kendi kültürümüzde ne anlama geldiği ve bu iki perspektifi birleştirip "sarı basın" teriminin bilinçaltında nasıl sansasyonel veya magazin haberine dönüştüğü ortaya konmaya çalışılacaktır.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Çalışmada öncelikle neden "yeşil basın", "kırmızı basın", "pembe basın" veya başka renkte bir basın değil de "sarı basın" dendiği araştırılmaktadır. Bu rengin neden daha çok magazini çağrıştırdığı ya da başka bir ihtisas alanını sözgelimi ekonomi basınına veya spor basınına çağrıştırmadığı irdelenmektedir.

Bir iletişim dili olarak kabul edilen renklerden sadece sarı rengi antropolojik ve etnolojik olarak derinlemesine incelendiğinde, dile yerleşen terimlerin tesadüfen veya rastlantısal olmadığı, bunun tarihsel bir neden ve temele dayandığı açıkça görülmektedir.

3. BİR DİL OLARAK "SARI" RENGİN ANLAMI (THE MEANING OF "YELLOW" COLOR AS A LANGUAGE)

Çalışmanın bu bölümünde "sarı" rengin tarihsel süreçte, çeşitli kültürlerde ne anlama geldiği açıklanmaktadır. Bir dil olarak renklerin insanlara anlatmak istediği şeyler vardır; onlar mesaj vermektedirler. Bu bilgidен yola çıkarak "sarı" ne söylemekte ve söyledikleriyle "sarı basın" arasında nasıl bir bağ kurulmaktadır?

Renkler kişilere tek ve biricik anlamlarla seslenmezler. Onları içinde buldukları bağlama göre çözümlenmek gerekmektedir. Bu anlamlar bireysel, toplumsal ve evrensel bilinç dışına göre farklı şekillerde ortaya çıkar. Sözgelimi kırmızı, toplumsal ve evrensel olarak farklı anlamlara sahip olabileceği gibi sizin kendi bilinç dışınızda farklı bir anlama sahip de olabilir. O rengi sevme veya sevmeme nedeniniz kişiye özel bir sebebe dayanabilir. Ancak yine de bazı kemikleşmiş anlam boyutları vardır. Örneğin; kırmızı neredeyse evrensel olarak bağlamına göre aşkı, şiddeti, cinselliği, kan kardeşliğini, enerjiyi, ateşi, kanı simgeler. Ne olursa olsun kırmızıya "sakinleştirir, huzur verir" gibi anlamlar yükleyemeyiz. Çünkü kırmızı fiziksel olarak dalga boyu uzun olduğundan ilk görünendir, bilinmektedir ki bu nedenle adrenalini ve kan basıncını yükseltir.

Renklerin anlamlarının arketipsel olarak kuşaktan kuşağa aktarıldığına inanılmaktadır. Kırmızı, ilk insan var olduğundan beri kanı ve dolayısıyla bize şiddeti kodlamıştır.

Somut olarak sarı rengi ilk önce güneş ve altını akla getirmektedir. Biri sıcaklık ve enerji; diğeri zenginlik, saltanat ve statüyü simgelemektedir. Kişilerarası iletişimde ise sarı dışadönük, yenilikçi, yaratıcı, alternatifler üretebilen, ilgi çekmekten hoşlanan, neşeli, espritüel, canlı, hareketli, kıpır kıpır sıcak insanların rengidir. O mutluluğun rengidir. Bulduğu ortama coşku ve neşe katar.

Sarı renk "güneş"i çağrıştıırır. Bütün güneş tanrılarının (Helios, Apollon, Sol invictus, Ra) rengi sarıydı (Elender, 2013,

<http://www.galerie-elender.de/Farbsymbolik.htm>). Mitolojik anlatılarda güneş tanrılarının ışık saçtıkları ve herkesin bu ışığı görebildiğine işaret edilmektedir (Resim 1-2).



Resim 1. Apollon
(Picture 1. Apollon)



Resim 2. Helios
(Picture 2. Helios)

Uzakdoğu kültüründe çok kutsal bir renktir. Çin’de saltanatı ve imparatorluğu simgeler. Çin hükümdarının tıpkı güneş gibi evrenin merkezinde olduğuna inanılır.

Mitik anlatıya göre Konfüçyüs’ün doğumu sırasında Kung ailesinin evinin yukarısında beş ihtiyar görülür. Bu gelecekteki üstadın, ihtiyarların sembolize ettiği elementlerle yakın ilişki içinde olacağını gösterir. Bu mite göre ihtiyarlar; doğunun üstadı (elementi tahta, rengi mavi), güneyin üstadı (elementi ateş, rengi kırmızı), batının üstadı (elementi metal, rengi beyaz), kuzeyin üstadı (elementi su, rengi siyah) ve merkezin üstadı (elementi toprak, rengi sarı) şeklinde adlandırılırlar (Albayrak, 2010:75).

Türklerde ve Moğollarda da aynı bu şekilde yönlerle ilgili renk sembolizmi kullanılmaktaydı.

Sarı özellikle Çin İmparatorluğunun rengidir. Göğün oğlu sayılan Çin İmparatorlarının sarı elbise giyindikleri, en yüce bilgeliğin ve aydınlanmanın rengi olduğu, imparatorluğa ait arma ve amblemlerin hatta ünlü Çin ejderhasının sarı renkli olduğu, her hangi bir Çin vatandaşının sarı renkli bir elbise giyinip sokağa çıkmasının, imparatorluğunu ilan etmesi anlamına geldiği için bunun ağır cezasının olduğu çeşitli kaynaklarda belirtilmektedir (Albayrak: 2010:76). Sarı "orta" veya "merkez" demektir, imparator da ortada, gökyüzü ile yeryüzü arasındadır.

Hindistan’da Budist öğretilerde hocalar ve Budha rahipleri "geru" giyinir. Rengi sarıdır ve "içteki aydınlığı" temsil eder. Sarı doğanın ışığıdır (Finlay, 2007:195).

Hindu geleneklerine göre her biri birer enerji kaynağı olan insan vücudundaki "çakra"ların ayrı rengi vardır. Sarı karın boşluğundadır ve anlamı "sevinç"tir.

Hindistan’da sarı evliliğin rengidir. Gelinler hem mutluluğun hem de birleşmenin sembolü olarak avuç içlerine sarı bir boya sürerler.

Genel olarak bakıldığında Doğu kültüründe sarının anlamı hep pozitif değerlerle yüklüdür. Yaşam, ışık, zenginlik, güç, bilgelik, sevinç, neşe gibi. Fakat Doğu kültürünün aksine Batı kültüründe sarı



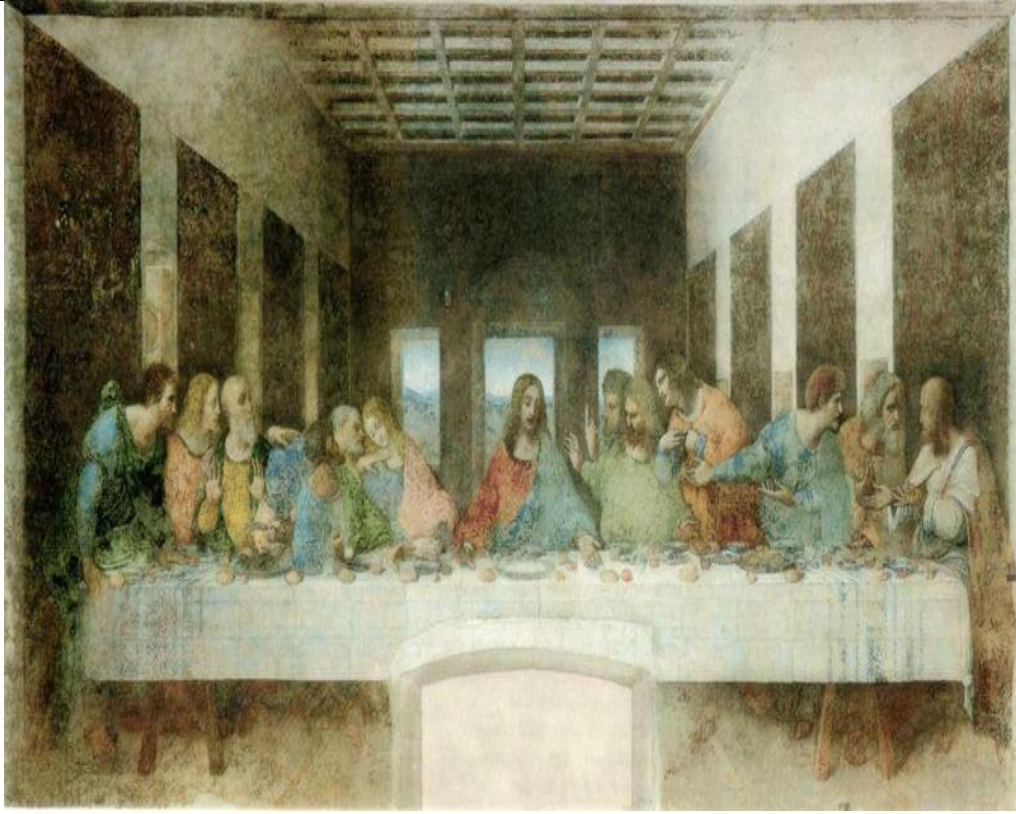
hep negatif anlamlarla yüklüdür. İkiyüzlülük, kıskançlık, inançsızlık, rezillik, adilik, hainlik, ihanet, fahişelik, kalleşlik, ispiyoncu, gammaz, borçlu, suçlu, iğrenç, aşırı, edepsizlik, nefret edilen kişi, kâfirlik anlamındadır. Aynı zamanda toplumdan dışlanmışlığın rengidir. Pis, kirli ve ihanet edeni simgeler.

Hıristiyanlığın sarıya olumsuz anlam yüklemesinin sebebi eski çağlarda Doğu kültüründe sevinç ve övünçün simgesi olduğu için Hıristiyanlık, sarıya bir tepki oluşturmuş ve böylece de sarı çekememezliği, ihaneti ve kıskançlığı çağrıştıran bir renk olarak kabul edilmiştir. Yehuda'nın resimlerde sarı giysiler giymiş olarak gösterilmesi bundan ötürüdür (Sözen, 2003:73). Yehuda, İsa peygamberin on iki havarisinden birisidir. O, İsa'yı düşmanlarına ispiyonlayarak ihanet etmiştir. Hz.İsa'nın yakalanıp çarmıha gerilmesine sebep olmuştur. Yüzyıllar sonra Leonardo da Vinci "Son Yemek" tablosunu resmettiğinde bu bilgiden faydalanmış (sarı ihanetin rengidir) ve Yehuda'nın kıyafetini sarıya boyamıştır (Resim 3).

Eşini aldatan kadının rengidir sarı (Alm. Sinnbild des Ehebruchs). Ayrıca Almanca'da "Gelb Horn" denen bir deyim vardır ki anlamı "sarı boynuz" demektir; erkek eşi tarafından aldatıldığında bu duruma denilmektedir (Wanzeck, 2003:93). Aynı şekilde İngilizce'deki "to wear yellow stockings" yani "sarı çoraplar giyinmek" deyimini ihanete uğramak anlamındadır (Sözen, 2003:100). Sarının negatif anlamı Avrupa kültürüne özgüdür. Başka bir örnek vermek gerekirse; Almancada sarı konuşmak (gelb sprechen) küfürlü konuşmak demektir. Sarı gülmek (gelb lachen) ise karşındakini küçümseyerek, alaycı biçimde gülmektir (Wanzeck, 2003:93). Aynı şekilde Fransızca'da "rire jaune" deyimini "sarı gülüş" demektir ki, anlamı alaycı tebessümdür (Sözen, 2003:100).

Ortaçağ Avrupa'sında sarı açıkça fahişelerin, kocasını aldatan kadınların rengi olmuş ve kıskançlık, haset ve ihanetle eşleşmiştir. Fahişelerin tanınabilmesi için saçlarını safranla sarıya boyaması ya da sarı peruk takmaları, bunun dışında sarı bir bant, kemer ya da eşarp kullanmaları gerekiyordu (Buruns, 2012:99).

1215 yılından itibaren sarı, Avrupa'da Yahudiler için zor bir renk olmuştur. O yıl Papa III. Innocentius Yahudilerin sarı bant takmaları gerektiğini ilan eder. Nazilerin 2.Dünya Savaşı sırasında uyguladıkları baskılar sırasında Yahudilere sarı yıldız takmalarını emretmesinin nedeni de buna dayanmaktadır. Bu utanmaz yasalar bütün Avrupa kıtasında kabul görmüştür (Finlay, 2007:222). Avrupa'dan önce Mısır'da da Yahudiler sarı şapka takmak zorundaydılar. Muhtemelen Avrupa bu uygulamayı Mısır'dan almıştır. Hıristiyan olmayan kişiler herkes tarafından görülebilir diye sarı şapka, sonra da kıyafetlerine sarı yıldız arması diktiler. Sarı her yerden görünür, saklanamaz. O nedenle de toplumdan dışlananlar bu rengi kullanmak zorunda kalmıştır.



Resim 3. Leonardo da Vinci, "Son Yemek", 1495-1497
(Picture 3. Leonardo da Vinci, "The last supper", 1495-1497)

Orta Çağ Avrupası'nda dinsizler ve kâfirler boyunlarından giyotinle vurdurulurlardı. 16. Yüzyılda cellatlar tamamen sarı giyinirdi (Sarı manto, sarı pantolon, sarı gömlek). 17. Yüzyıla dek suçlular ve borçlular sarı şapka takmayı sürdürmüştür (Wanzeck, 2003:77). Latince de betin benzin sararması da sarı rengeyle ifade bulmuştur. Kelime Türkçede de hastalık belirtisi anlamında kullanılır.

Almanca'da "Gelbe Gewerkschaften" (sarı sendika) kelimesinin karşılığı işçi sendikasıdır (Wanzeck, 2003:88). Türkçede de bu deyim "sarı sendika" olarak aynen kullanılır. Ancak bu sendika, patronun yanındadır. Patrona karşı kurulan sendikaya karşılık alenen kurulur ya da o sendikanın içinde gizlice patronun yanına bir oluşum meydana gelir. Görüldüğü gibi "sendika" kelimesi sarı ile anıldığında "sendika ruhuna ihanet" anlamı ortaya çıkmaktadır.

Almanya, İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri, Türkiye'de ve pek çok ülkede postaneler sarı renkle sembolize edilir. Sebebi önceden telefon rehberlerine "sarı sayfalar" dendiğinden ve sarının "geçiciliği" anlattığındandır. Yani sıra sarı iletişimin ve haberciliğin de rengi olarak kullanılmıştır.

1506'da Hamburg'ta; 1445'de Leipzig'de fahişeler sarı pelerin, sarı eşarp takmaktaydılar. Almanda "Gelbe Kleidung" yani sarı elbise deyimini erotik kıyafet anlamındadır ki, o zamanlardan bugüne miras kalmış bir kelimedir.

Alman yazar Goethe kırk iki yıl boyunca renk teorisi üzerinde çalışır. 1810'da yayımlanan Zur Farblehre'de (Renk Teorisi) Goethe aydınlık ve karanlığın çatışmasıyla renkleri algıladığımızdan söz eder. Soluk almak için soluk vermek gibi göz karanlıkta aydınlık, aydınlıkta karanlık arar. Zıtlıkların bu şekilde aktivitesini gözleyen Goethe bir renk çemberi hazırlar. Onun ana renkleri aydınlığa en yakın

olan sarı ve karanlığa en yakın olan mavidir. Bu iki renkten diğer renklerin ortaya çıktığını söyler (Seçkin ve Savacı, 2013, www.iyte.edu.tr/~acarsavaci/GOETHE.doc).

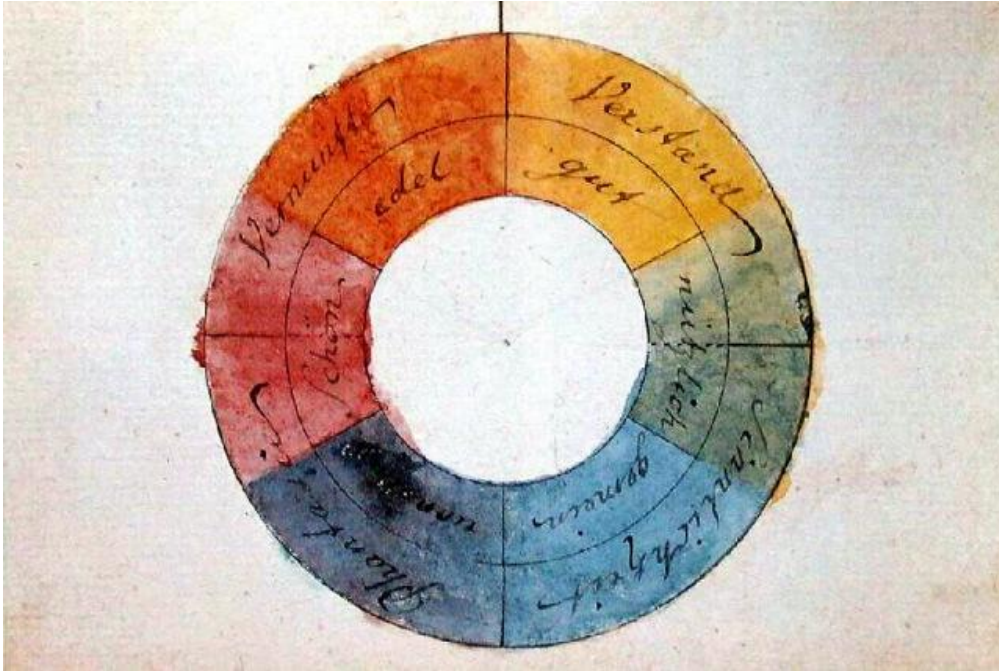
Renk çemberinde sarıya "iyi" der. Goethe'ye göre sarı bilinen en parlak renktir. Öyle bir ışık ki bütün bitkiler, hayvanlar ve insanlar bu ışıktan olumlu yönde etkilenir. Goethe sarıya karşı inanılmaz sempati duymuş ve "Zur Farblehre" adlı kitabında sarı hakkında şöyle yazmıştır (Resim 4):

"765- Işığa en yakın renk budur.

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

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

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



Resim 4. Goethe, Renk Çemberi, 1810
(Picture 4. Goethe, Farb Kreise, 1810)

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

771- Sarı, üzerinde bütün enerjisiyle ışıdayamadığı sıradan tuval, keçe ve benzeri kumaşlar gibi arı olmayan ve bayağı yüzeylere geçtiğinde bu nahoş etkiyi yaratır. Azaltılmış, ayırt edilemez bir kaymayla ateşin ve altının



güzel etkisi çirkef bir etki haline gelir. Onur ve mutluluğun rengi utanç, iğrenme ve kaygının rengi haline gelir. İflas edenlere verilen sarı şapkaların kullanımı ve Yahudilerin paltolarındaki sarı halkalar şüphesiz buradan gelmektedir; aldatılan kocanın rengi olarak adlandırılan, aslında pis bir sarıdan başka bir şey değildir" (Thuan, 2010:111).

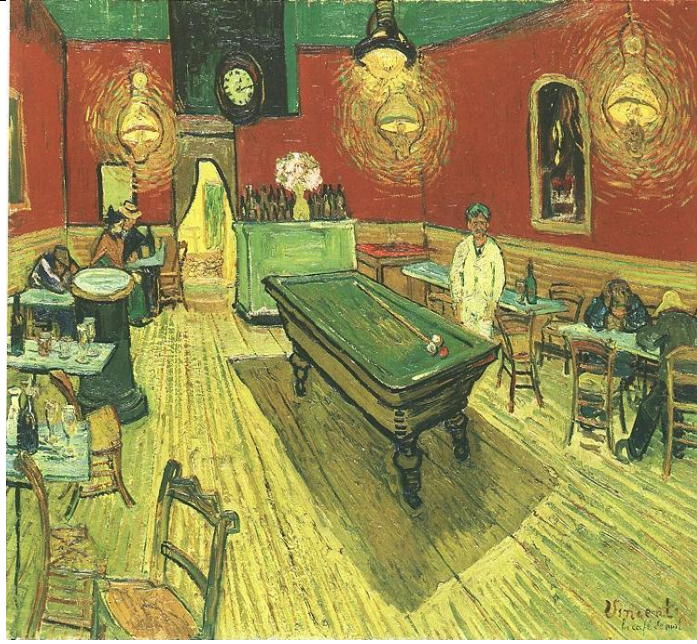
Görüldüğü gibi rengin tonu soldukça anlamının negatife doğru kaydığını ifade etmektedir.

Sarı deyince empresyonist resmin öncülerinden Van Gogh akla gelmektedir. Eserlerinde sarının hakimiyeti açıkça görülmektedir.

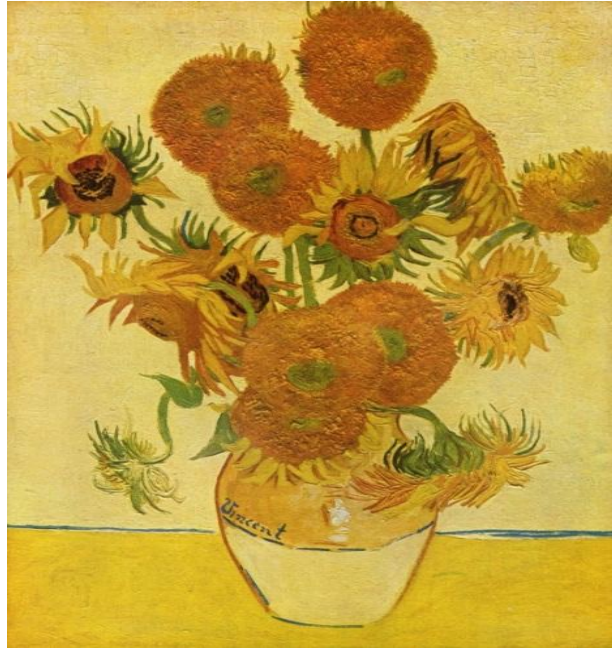
Ünlü ressam Vincent van Gogh sarıyla flört yaşamıştır adeta. "Bilmek isterdim ki nedir beni sarıya iten, neden sarıya musallat oldum? Neden bu kadar sarıya hapsoldüm? Çünkü bariyerler ve engeller bu ışığı görmemi engelleyemiyor" der. O, sınırsız sayıda sarı tonlarıyla çalışmıştır (Buruns, 2012:82). 9 Haziran 1889 yılında ölüm döşeğinde yatarken, kardeşi Theo'ya bir mektup yazar: "Aslında kolay renklerle tekrar başlamayı denemek istiyorum, değişik toprak renkleri mesela" (Buruns, 2012:88). Toprak renkleri dediği ise, yine sarının tonlarıdır. Onun hep sarıyla sorunu olmuştur. Sarı renkte tablolar yapmaya doyamamıştır. Toprağın sarısı, ışığın sarısı o kadar çoktular ki: "... resimlerimde rahatlatıcı, yatıştırıcı bir şeyler söylemek istiyorum, müzik kadar yatıştırıcı bir şey. Resimlerimdeki kadınlara, erkeklere, bir vakitler 'hale'nin simgelediği o sonsuzluk duygusundan katmak istiyorum, bunu renklerimin titrekliliği ile vermeye çalışıyorum" der (İpşişoğlu, 2010:162).

Van Gogh erkekleri rahip olan bir ailenin çocuğuydu. Ressamlığa başlamadan önce takip ettiği resimlerde hep başında haleler olan dini resimlerdi. Sarıya olan ilgisinin buradan başladığını düşünen sanat eleştirmenleri vardır. Resimlerinde nokta ve çizgilerle çalışmış bu noktalar izleyicinin gözünde önce akıcı, sonra titrekle birer parıltı oluşturuyordu. Aşırılığa eğilimliydi.

Vincent van Gogh özellikle psikolojik rahatsızlığından sonra sarıya daha fazla eğilim göstermiştir. Diğer ünlü ressamlarla karşılaştırıldığında ise aradaki fark anlaşılmaktadır. O, çok az mavi, mor, yeşil ama özellikle de sarıyı kullanmıştır. Öyle ki, sarının bütün tonlarına hassastır. Ne kadar sarı varsa bulup kullanmaya çalışmıştır. Hastalanır, sara nöbetleri geçirir ve ona epilepsi tanısı konur. Resimlerinde sarı kullanarak olasılıklarının aşırısını seçiyordu. Sarının yanında çaresiz, umutsuz yani hastalıklı duygulardan ilham alarak besleniyordu. 'Gece Kahvesi' adlı eserinde kahve (cafe) öyle bir yerdedir ki, kişide çılgınca orda oturmak, vakit geçirmek isteği uyandırmaktadır (Resim 5-6). Ve yazıyor: "Ben adeta kötü güçlerin olduğu bir meyhane canlandırmaya çalışıyorum. Hepsini aynı atmosfer içinde rengi solmuş sarıyı şeytan icadı sülfit asit ile deniyorum" (Buruns, 2012:103).



Resim 5. Vincent van Gogh, Gece Kahvesi, 1888
(Picture 5. Vincent van Gogh, The Night Cafe, 1888)



Resim 6. Vincent van Gogh, Vazoda on iki ayçiçeği, 1888
(Picture 6. Vincent van Gogh, Vaze with Twelve Sunflowers, 1888)

Öte yandan sarı bilinçaltında hastalığı da çağrıştırır. Sinematografik olarak bakıldığında sarının hastane duvarı rengi olarak yaygınca kullanıldığı görülür. Enerjinin yanı sıra dökülen sarı yapraklardan dolayı sonbaharı, ölümü ve hüznü de çağrıştırır. İki yönlü bir çağrışıma neden olduğu için manik-depresif hastaların rengidir. Bu hastalar bir gün neşeli kabına sığmayan, diğer gün mutsuz ve içine kapanıktır.

Avrupa ressamlarının çoğu azizlerin, İsa'nın, Meryem'in başı üzerine hale koyarlar. Sarıyı spiritüel bir renk olarak kullanırlar.

Sarı ışığın en son rengidir. Ruhani ışık ile dünyanın karanlık kasvetli halinden kurtulur, o karanlık dünyanın arasından o sarı hale ile geçer (Resim 7) (Buruns, 2012:106). Sanat tarihine bakıldığında başında sarı bir hale olan pek çok resim yapıldığı görülmektedir.

Bundan 2000 yıl önce, Platon dört temel renkten bahseder. Aralarında sarı da vardır. Sarıya "harika ve parlak, parıltılı" ve "sarı, ışığın bize armağanıdır" demektedir.

Tüm bunlara rağmen yapılan anketlerde yetişkinlerin ancak yüzde 5'i sarı rengini sevmektedir. Görüldüğü gibi çok da sevilen bir renk değil sarı (Buruns, 2012:85).



Resim 7. Matthias Grünewald, Isenheim Altar, 1612
(Picture 7. Matthias Grünewald, Isenheim Altar, 1612)

Kültür tarihinde eskiden duvarların toprak kırmızısı ile boyandığı bilinmektedir. Boya için kullanılan doğal taşlar hep kırmızı veya siyahtı. Fakat Lascaux mağarasındaki duvar resimlerinde bronz rengi görülmektedir. Genç taş devrine ait resimlerde ilk kez bu renkle karşılaşılmaktadır. O zamanın sanatçıları az renk kullanmış ve renkleri titreterek sürmüşlerdir (Buruns, 2012:86) (Resim 8).

Toprak rengi saf sarı değildir ve kırmızı ağırlıkta bir renktir.

Sarı rengi elde edebilmek için kullanılan safrana gelene dek ressamlar sarıyı çeşitli kimyasal maddelerden elde etmişlerdir. Bunlar; bakır, arsenik asit, sülfür, sarı kurşun ve kalaydır ve bu kimyasal maddelerin hepsi çok tehlikeli ve zehirlidir. O dönemin ressamı da boyalarını kendileri hazırladıkları için zehirle uğraşmaktaydılar. Maalesef hiçbir sarı boya maddesi masum ve kolay elde edilemiyordu (Buruns, 2012:91). Bu sarılar kimyasalları koklayan ressamı etkiliyordu. İş sarıya geldiğinde zehirleniyorlardı, çünkü ressamlar kendi boyalarını üretiyorlardı (Buruns, 2012:93). Bir görüşe

göre ise, ünlü ressam Van Gogh da sarı boya ile yani fazla zehirle uğraştığı için hastalanmıştır.

Deniz ticaret yolları açıldıktan ve Batı Doğudan çeşitli ürünler ithal etmeye başladıktan sonra yeni bir sarı boyar madde ile tanışır: Hint sarısı. Mango yaprağı ile beslenen Hint ineğinin idrarı ve dışkısından elde edilen bir karışımdı (Finlay, 2007:192). En azından bunlar zehirli değildi. Bu dışkı kurutulup cam şişelerde sarı boya hammaddesi olarak Avrupa'ya satılıyordu. Tehlikesi kalmamıştı. Avrupa zehirli sarı boya maddelerini kullanırken Doğu gerek Hint sarısı gerekse de safran ile kumaş, iplik, saç ve çeşitli yüzeyleri hiç korkmadan boyayabiliyordu.



Resim 8. Lascaux Mağarası, Fransa, MÖ.18000
(Picture 8. Lascaux caves, France, BC.18000)

Safran, doğal bir prozaktır. İran'da safran çayı içilir. Fazla içilirse gülme krizi yaşanabilir. Aşırı safran ise uykuyu kaçırır, ruhu canlandırır, kalbe neşe verir. Arap ülkelerinde özellikle Ramazan aylarında akşamları baharat olarak tüketilen ve çay olarak içilen safran, oruç tutanlara gün boyu enerji vermektedir. Safran çiçeğinin üreme organından elde edildiği için afrodisyak etkiye sahiptir ve kısırlığa da çare olduğuna inanılır (Finlay, 2007:220). Rengin mutluluk ve neşe verdiğini bilinmektedir ama sarı bir çiçeğin insanda fiziksel olarak da bu etkiyi sağlaması da çok ilginçtir.

İlaç hammaddesinde kullanılan, acı bir baharat olan safran, Arapça'da "za'faran" "sararmak" anlamındadır. Sonbaharda 10 santimetreye kadar uzayan sapsarı bir bitkiden, 8000 yapraktan ancak 100 gram safran çıkarabilmektedir (Buruns, 2012:95).

Yarım kg kuru safran elde etmek için 55,000-80,000 çiçek gerekmektedir ve bu bir futbol sahası büyüklüğündeki bir alandan toplanır. 150.000 çiçeği toplayabilmek için kırk gün boyunca gece gündüz çalışmak gerekir. Çiçeklerden çıkarılan tepecikler hemen kurutulur ve hava sızdırmaz kaplarda saklanır. Dünyanın en zor açan çiçeği olan ve kilosu 15 bin doları bulan safran altınla eşdeğer tutulmaktadır. Safran kendi ağırlığınının 100 bin katı kadar sıvıyı sarıya boyayabilir, kozmetik, gıda ve ilaç endüstrisi gibi çok geniş sektörlerde kullanılır.



Günümüzde Türkiye’de yılda sadece 10 kg. ürün alınmaktadır. Fransa, İtalya ve İspanya Türkiye’den daha çok safran üretmektedir.

Oysa safran çok eskiden beri Küçük Asya (Anadolu) ve İran’da biliniyor ve kullanılıyordu. Bu coğrafyadan sonra safran Mısır, Hindistan ve Yunanistan’da kullanıldı. 10. Yüzyılda İspanya, Fransa ve İtalya safran ticaretine başladı.

Avrupa için safran çok pahalıydı üç katı fiyatlarla satılmaktaydı. Safrana o zamanlar “kalbi güçlendiren ve mutlu eden” deniyordu. Cinsel açıdan yasak ve sınır tanımama, ihtiras ve şehvet anlamlarını taşımaktaydı (Buruns, 2012:98).

Avrupa, Doğu’dan pahalı fakat daha etken ve kullanışlı bu sarı boya hammaddelerini satın alıp ve hatta safranı üretmeye başladıktan sonra sarı renk yaygınlaşmaya başlamıştır.

Eskiden gemilerde sarı bayrağın çekilmiş olması o gemide veba salgını olduğuna işaretledi (Elender, 2013, <http://www.galerie-elender.de/Farbsymbolik.htm>). Sonrasında veba hastasının bulunduğu evin önüne de sarı bayrak asıldı. Sarı, veba hastalığını temsil etmekteydi.

Hıristiyan kiliseleri sarıyla insanları işaretlemiş ve korkutmuştur. Oysa Budha rahipleri için sarı sevginin ve aydınlığın rengidir. Işığın, sevginin ve neşenin rengi nasıl oldu da böyle kötü ve toplumdaki dışlanmışlığın rengi olmuştur?

Ressam ve renk teorisyeni Johannes Itten şöyle açıklamaktadır: “Sarı’nın değişik etkileri olduğu açıkça görünmekte. Zor olan renklerin anlamsal özellikleri hakkında kesin bir görüş açıklayamadığımızdır... İlk sarıyı bize toprak vermiştir, en son anlamları da çamur gibi pis ve kirli, sarıya iyi bir zemin hazırlamadı, maalesef geldiği çamur sonradan onun anlamı oldu” (Buruns, 2012:101). Buna rağmen Itten sarının açıkça aydınlığı ifade ettiğini, asgari düzeyde tanımlama yapabileceğimizi söyler.

Modern resmin babası sayılan ve Alman Bauhaus Sanat Okulunda akademisyen olan Rus ressam Vasiliy Kandinsky de nesnel biçimde sarı üzerine yazmıştır: “Diğer taraftan sarıya direkt bakılırsa insanı rahatsız eder, ani bir sancı, gözü ısıtır, şiddeti ifade eder. Cesur, arsız, göze batan, cıvık, ciddiyetsiz, küstah etki verir. Gözde katlanılmaz, kahrı çekilmez bir gücü ve düzeyi olduğu kesinlikle sarının en belirgin özelliğidir. Bu trompeti en yüksek sesle çalmak gibi bir şeydir” (Buruns, 2012:102).

Gürültülü ve keskin sarı insanları ve hayvanları uyarır. Uyarıcı bir renktir. Özellikle siyah ile birlikte güçlü bir kontrast oluşturur. Siyah-sarı renkler insanları radyoaktif maddelere ve zehirlere karşı uyarırlar. Zehirli eşek arılarının rengi de sarı ve siyahtır. İnsan teni de sarardığında hasta olunacağına dair uyarı verir, tıpkı kırmızı olduğunda ateş uyarısı verdiği gibi. Sararmak solmak, betin benzin atması anlamındadır ve hastalık belirtisidir (Buruns, 2012:102).

Radyoaktif maddeleri radyasyon, patlama tehlikesi olan malzemeler, zehirler de sarı renk ile ifade edilir. Bunlar için sarı uyarı levhaları veya işaretleri kullanılır. Trafik işaretlerinde de sarı-siyah kombinasyonu uyarıyı temsil etmektedir (Resim 9).



Resim 9. Zehirli madde, radyoaktif madde uyarı levhası
(Picture 9. Toxic substances, radioactive material warning sign)

Sıcaklık ve enerjiyi (güneşten aldığı anlam) çağrıştırmamasından dolayı çay ve nescafe gibi sıcak içilen ürünlerin ambalajlarının renkleri de genellikle sarı ve kırmızı ağırlıklıdır (Resim 10).

Türkçede bilinen en eski yazılı belgeleri olan Orhon Yazıtlarından bu yana dilde "sarı" kelimesi kullanılmaktadır. Kullanımı 'Sarığ', 'saru' ve 'sarı' şeklinde olmuştur. Türkçenin her döneminde kelimenin bu şekilde kullanılmış olması nedeniyle, renk adları içinde özel bir yere sahiptir (Bayraktar, 2006:209).

Türkçede renk isimleriyle ilgili birçok özel, cins isimler, sıfatlar, deyimler, atasözleri vardır. Renkler dilimizin de rengidir aynı zamanda. Sarı Türkçede güneşin, buğdayın, başağın, sonradan da altının rengi olarak genellikle olumlu anlama sahiptir. Uygur ve Çağatay Türkçesi'ne ait eserlerde "sarığ agrıg" kelimesine rastlanır ki bugünkü Türkçede karşılığı sarı hastalık (sarılık) demektir. Hasta yüzlere 'kara sarı' denir. Olumsuz anlamda bir tek 'kara sarı' ve 'sarı çıyan' hainlik, sinsilik anlamında ve uyuşturucu maddelerin de Türkçedeki argo karşılığı olarak 'sarı melek' kullanılır (Bayraktar, 2006:210).



Resim 10. Çay ambalajı
(Picture 10. Tea packaging)



Kırmızı, siyah ve beyaz ile karşılaştırıldığında Türk kültürü içinde sarının anlam zenginliği diğerlerine göre daha azdır. Olumlu anlamlarını Doğu kültüründen (ki köken olarak da Orta Asya'dan göçlerle getirdiğimiz) olumsuz anlamlarını Batı kültüründen aldığımız görülmektedir.

Mehmet Aygun "Almanca ve Türkçe'de Renk İsimleri Taşıyan Deyimler" adlı çalışmasında her iki dildeki deyimleri karşılaştırmıştır. Bu çalışmada da görüyoruz ki Almanca'da da "sararmak" (gelb werden) deyimini aynı Türkçedeki gibi kullanılmaktadır. Almanca "vor Neid gelb werden" deyimini kıskançlıktan sararmak; "der gelbe Neid" ise (salt kıskançlık) anlamındadır (Uygun, 2010:476) Türkçe'de ise bu deyim sadece hastalık belirtisi olarak kullanılır. Kıskançlığa evrilen bir anlamı yoktur. Uygun çalışmasında Almanca sarı rengin korku, utanç, öfke, olgunluk, kusurluluk gibi negatif anlamları olduğundan ama bunun yanısıra sarının en sıcak, en aydınlık, en ihtişamlı renk olduğundan ve iktidar, neşe, gençlik, sonsuzluk anlamları taşıdığından bazen de anlamın olgunluk, yaşlılık, son ve ölüm olduğundan sözeder. Uygun aynı zamanda sarı kelimesiyle söylenen Türkçe deyimleri de parantez içinde Almanca açıklamalarıyla verir. Sarı çiyen, sarı benizli, sarı çizmeli Mehmet Ağa (kim olduğu, ne olduğu, nerede olduğu bilinmeyen kişi) verdiği örneklerdendir. Türkçede sarı ile sevimsiz, antipatik, hastalıklı, bilinmeyen, tanınmayan insanların ifade edildiğini açıklar.

Türkçede sarının anlatıldığı 31 adet tonu vardır. Kanarya sarısı, yumurta sarısı, civciv sarısı, limon sarısı, saman sarısı, başak sarısı, altın sarısı, safran sarısı, kehribar sarısı vb (Bayraktar, 2006:210).

Mualla Türköne, Eski Türk Toplumunun Cinsiyet Kültürü (Ark Yayınları, Ankara, 1995) adlı incelemesinin "Anaerkil Şamanlıkta Kötü Ruhlar" bölümünde, bu kötü ruhlardan en önemlisinin "al ruhu" olduğunu belirtir ve çeşitli Türk topluluklarında, en çok lohusalara musallat olduğuna inanılan al ruhunun "al karısı" ya da "albastı" adıyla "yakın zamanlara kadar Anadolu Türklerinin yakından tanıdığı bir ruh" olduğunu söyler. (Yavuz, 1996:41-43)

Mualla Türköne'nin Şamanlık üzerine çok değerli araştırmalar yapmış olan Prof.Dr. Abdülkadir İnan'dan aktardığına göre, Kırgız-Kazak hurafelerinde "albastı" iki türdür. Kara albastı ve sarı albastı. İnan, sarı albastı konusunda, "Sarı albastı, sarışın bir kadın suretinde, bazen keçi veya tilki suretlerindedir" şeklinde açıklama yapar.

Sarı albastı'ların işleri salt bunlarla da kalmıyor. İnan'ın belirttiğine göre, ciddi ve ağırbaşlı bir ruh olan kara albastıya karşı, sarı albastı "hoppa, mekkar (düzenbaz) ve şarlatandır". İnsanları hile ve aldatmayla ele geçirir. Bu inanış Kazan ve Kırgız Türkleri, Fergana Özbekleri arasında yaygındır. Nitekim Kazan Türklerinin hurafelerine göre, sarışın kadın yolcuların yolunu şaşırtır, uykuda basarmış".

Kırgız-Kazak şamanizminde insanın üstüne bir karabasan gibi çöken albastıların nedeni, Erlik Baba'nın kötü ruhlu sarışın kızıdır. Üstelik sarı giyinmek de pek öyle muteber bir şey değildir.

İnan ve ondan yararlanarak Türköne, Yakut Şamanlığında da iyi ve kötü ruhların bulunduğu, Yakutlar'da Kırgız ve Kazaklar'da olduğu gibi bütün kötü ruhların bir "ana"sı olduğuna ve bunun da Kün Cölörüne Hatun adını taşıdığına dikkati çekiyorlar. İnan'ın belirttiğine göre "İnsanlara öldürücü hastalıklar gönderen Logay Toyon ve karısı Malahay Hatun'dur. Altay Sabaray Hatun ve kocası ise insanlara çıban gönderirler. Yine aynı kaynaklarda "ayrıca insanlara akıl sağlığı



veren Tamık Hatun'un İnsanları adam öldürmeye, iftiraya, ve intihara sürükleyen kız Satılay'ın da adlarının geçtiği belirtilmektedir. Türköne'ye göre Abdülkadir İnan, ayrıca yaratılış mitlerinde yer alan Targın Neme adındaki dokuz kişilikli, yalancı ve yılan gibi zehirli olan bir kadından daha söz eder. Prof.Dr. Bahaeddin Ögel de Türk Kültür Tarihine Giriş (Cilt VI, Kültür ve Trizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1984). Sarı rengin "kötülük ve felaketin sembolü" olduğunu söyler. "Türk destanlarında "sarı" adını taşıyan kişilerin veya sihir gücüne sahip 'sarı' ruhların iyi olmadıklarını" belirtir (Yavuz, 1996:43-44).

Sarı Dede Korkut Destanı'nda sarı renk "yabancıllığı" imgelemektedir.

Görüldüğü gibi Eski Türk kültüründe de sarı hastalık, hoppalık, düzenbazlık, şarlatanlık, yoldan çıkarma, kötü ruhlu gibi negatif anlamları söz konusudur.

Sarının ayrıca "aşırılık" anlamı vardır. Özellikle Adana ve yöresinde kullanılan 'Sarı sıcak' deyimi aşırı çok sıcak anlamındadır.

Sarı bilinen en parlak ve en dikkat çeken renktir. Trafik işaretlerine, lambalarına, yol çizgilerine bakıldığında kırmızıdan sonra sarının geldiği görülmektedir. Kırmızı gibi göze çarpar. Bu nedenle dünyanın hemen her yerinde taksilerin rengi sarıdır. Uyarı levhaları da sarı-siyahtır. Grafik tasarımcılar en çok hafızada kalan rengin sarı olduğunu söylemektedirler.

Tarihte sarı, yalan ve yalancının rengi olduğu için Buruns "onlar palavracı iletişimcilerdir (habercilerdir)" demektedir (Bruns, 2012:82).

Çalışmamızın bundan sonraki bölümünde "sarı sendika" gibi Türkçeye Batıdan ithal başka bir terim olan "sarı basın" teriminden söz edeceğiz. Gazetecilik alanının önemli terimlerinden olan "sarı basın" terminolojeye nasıl girmiş? Bu konunun tarihçesini kaynak taraması yöntemiyle ortaya kaymaya çalışacağız. Acaba sarı basın neden sarı? Ve bir dil olarak sarının renk simgeselciliğindeki karşılığı ile "sarı basın" teriminin anlamı birbiriyle örtüşüyor mu bu tespit edilmeye çalışılacaktır.

3. "SARI BASIN/GAZETECİLİK" KAVRAMI (THE "YELLOW PRESS/JOURNALISM" CONCEPT)

Kökünü Arapça olan "magazin" sözcüğü, önce İspanya Emevileri'nden Fransızcaya geçmiştir. Arapçada içinde eşya depolanan yer anlamına gelir. Bu kelime Fransızcada dükkân anlamı kazanmış ve Türkçedeki "mağaza" kelimesi ile aynı anlamda kullanılmaya başlanmıştır. Magazin dergi anlamı kazanması da dükkâna benzerliğinden kaynaklanmaktadır. Kelime, ilk olarak bu anlamıyla 1731 yılında İngiltere'de kullanılmıştır. "Gentilmen's Magazine", Fransa'da ise 1833 yılında "Le Magazin Pittoresque" yayına başlamıştır (Belge, 1997:427) .

Hayatı ilgilendiren her şey magazin haberinin konusudur. Yemek tarifleri, sağlık haberleri, hayvan ve bitki bakımı, moda haberleri, güzellik, kozmetik, kadınlar için özel diyetler, yıldız falları, çöp-çatan köşeleri, gezi haberleri, kültür-sanat haberleri, ünlülerin veya sıradan insanların özel hayatına ilişkin haberler ve paparazzi haberleri bunların hepsi magazin haberidir. Tüm bunların yanında bir de haberin magazinelleştirilerek verilmesi de bulunmaktadır. Kısaca günümüzde magazin haberinin yer almadığı gazete yok gibidir. Ancak bu haberlerin gazete içindeki ağırlığı ve konumu yer aldığı gazetelerin ideolojik yapılarına göre değişmektedir. Ciddi bir fikir gazetesinde magazin haberlerine sansasyonel boyutta rastlanmamaktadır. "Depo haber" dediğimiz türden magazin haberleri belirli sayfalarda ve



belirli miktarda yer alır. Bu gazetelerde genellikle kültür-sanat haberleri belirli sayfalarda verilir ve gerçekten alanında isim yapmış sanatçılar, sporcular, siyasetçiler röportajlarla okura sunulur. O röportajların içinde özel hayatlarına dair okurun bilmek istediği noktalar kendi ağızlarından verilir. Ancak popüler basına bakıldığında gazetelerin renkli haberlerle kaplanmış olduğu görülmektedir. Daha gazete ele alınır alınmaz birinci sayfada, yani vitrin sayfasında mutlaka birkaç magazin haberi görülmektedir. Ki muhtemelen bunlardan biri sansasyonel boyutta bir haberdır. Ortada bilinen bir gerçek var ki o da; magazin haberinin fazlalığı veya azlığının gazetenin tirajını ciddi şekilde etkilediğidir (Soygüder, 2003:78).

Magazin haberleri kendini gazetelerde dört alanda gösterir. Bunlar: Gazetelerin vitrin sayfası dahil olmak üzere hemen her sayfasında diğer haberlerin (spor, ekonomi, polis-adliye, iç-dış politika haberleri gibi) yanında. İkinci olarak gazetelerin magazin haberleri için ayırdığı sayfalarda (magazin sayfaları), üçüncü olarak gazete eklerinde (Saklambaç, Kelebek gibi magazin ekleri), dördüncü olarak magazin gazetelerinde (Haftasonu Gazetesi, Bulvar Gazetesi gibi) yer alır.

Bilgilendirmekten çok, eğlendirmeyi hedefleyen magazin gazetelerinin okur sayısı, fikir gazetelerine oranla çok daha fazla sayıdadır. Her eğitim düzeyine hitap edebildiğinden vakit geçirmek, oyalanmak için okunur. Bol resimli, büyük puntolu fakat az haber metninin yer aldığı magazin gazetelerinin anlatımı genelde çok basittir. Magazin haberlerini okuyan herkes onun dilinden anlar, çünkü toplumdaki en düşük kültür seviyesindeki okurun anlayabileceği şekilde yazılır. Büyük ve çarpıcı fotoğraflarla sunulan haberler çoğu zaman sadece fotoğrafına, manşetine ve fotoğraf alt yazısına bakılarak tüketilir. Haber konuları ise çok çeşitlidir. İnsan unsurunun var olduğu her yerde; siyaset haberlerinden spor haberlerine; savaş haberlerinden ekonomi haberlerine kadar her alanda magazin yapmak mümkündür. Haber içeriği abartılarak verilir, heyecan yaratma gücü (aşırılık) bu habercilik türünün en önemli özelliğidir. Okurun ilgisini habere çekmeye çalıştıkları için asparagas (yalan, kurmaca haber) habere bile çekinmeden yer verebilirler. Yeter ki gazete satsın. Haberin doğru ve önemli olması önemli değildir, önemli olan ilgi çekmesi ve heyecan uyandırmasıdır.

Magazin gazeteciliği, "bulvar", "tabloid", "sarı basın/gazetecilik", "renkli basın" ve "boyalı basın" vb. isimlerle de anılmaktadır.

4. TARİHSEL SÜREÇTE "SARI BASIN/GAZETECİLİK" KAVRAMININ ORTAYA ÇIKIŞI (THE EMERGENCE OF "YELLOW PRESS/JOURNALISM" TERM IN HISTORICAL PERIOD)

19'ncü yüzyılın sonlarına doğru 1895 yılında New York'ta iki günlük gazete olan Joseph Pulitzer'in New York World Gazetesi ile Willam Randolof Hearst'ün New York Journal Gazetesi birbiriyle acımasız bir tiraj yarışına girerler. Bu rekabet sonucu ortaya ilk önce "Sarı Çocuk" terimi, kısa bir süre sonra bu da değişerek "Sarı Basın/Gazetecilik" terimi basın dünyasında kendisine yer edinmiş ve literatüre girmiştir. Günümüze dek (117 yıldır) bu terim, aynı şekilde "İng. yellow press/journalism" (sarı basın/gazetecilik) olarak pek çok ülkede kullanılmaktadır.

1895 yılında bu iki gazete satışlarını arttırmak için çeşitli yollar dener. Pazar günleri magazin ekleri çıkarmaya başlarlar. Bu eklerin gazetelerin tirajını ikiye katladığı görülür. Tirağı arttırmak için ellerindeki haberleri sansasyonel habere dönüştürmüşler ve gerçekten de popülaritelerini arttırmayı başarmışlardır.



New York Journal Gazetesi yayın hayatına başladığı ilk sayısında kendini; "En ayrıntılı yerel haberler, en taze toplumsal haberler, en son ve en orijinal sansasyonlar" olarak ifade eder. Gazete, halkın bilgiden çok eğlenceye tutkun olduğunu ve eğlenceli haberler okumak istediklerini savunarak politikasının haber toplamak yönünde olduğu kadar bunları eğlendirerek beyinlere girmeye yönelik olduğunu açıklar (Wernick, 1996:151).

Önce New York World'un daha sonra New York Journal'ın haber aktarmak ve ciddi kamusal tartışmaları yansıtmak gibi sıkıcı bir işten, okuru eğlendirmeye ve insanla ilgilenmeye kaymış olmasıyla bugünkü anlamıyla sansasyonel gazeteciliğinin ilk örnekleri ortaya çıkmaya başlar.

Bu süreçte gelişen teknoloji ile birlikte gazetelerin maliyeti düşürüyordu, bir de insanın ilgisini çeken haberler üretmeyi, sansasyonel haber vermeyi kendine amaç edinen bu gazete kısa sürede çok satmış ve popüler gazeteler olmayı başarmışlardır.

Sarı gazetecilik akımında gazetelerde bol miktarda çeşitli büyüklükte karikatürlere, illüstrasyonlara (çizim), fotoğraflara yer verilir. Yazılar iri puntolarla ve abartılı bir dille yazılır. Gazeteler ilgi çekmek için renkli mürekkebi kullanmaya başlar. Sundukları içerikte ise dramatik öyküler, cinsellik, günah ve şiddet ana temalar arasındadır.

New York World, özellikle kadın okuru gazeteye çekmek için büyük çabalar harcamıştır. Bu gazete her gün tam sayfa bir "kadın sayfası" çıkararak özellikle kadın tüketicileri hedef alan ilk gazetedir. Magazin basınının başlatmış olduğu bu olgu, yalnızca tirajı yükseltmeyi hedefleyen bir sansasyon haberciliği değil, bunun yanında toplu kültürel üretimin ticarileştirilmesidir. Çünkü bu sayfalara alınan kadınlara yönelik reklâmlar gazetenin en önemli gelir kaynağı olmuştur (Wernick, 1996:151).

7 Kasım 1895 yılında William Hearst can çekişmekte olan New York Morning Journal gazetesini satın alır ve derhal ilk iş olarak "Morning" (Günaydın) kelimesini kaldırır. Gazetenin yeni adı New York Journal olmuştur. Onun Pulitzer'in sahibi olduğu New York World ile olan savaşı "sarı basın/gazetecilik" anlayışını doğurur (Campbell, 2013, <http://academic2.american.edu/~wjc/yellowjo/timeline.html#96>).

Pulitzer, 25 Ekim 1896 yılında gazetesine (New York World) Richard Felton Outcault isimli karikatüristin çizdiği Sarı Çocuk (İng Yellow Kid) tiplemesini alır (Campbell, 2013, <http://academic2.american.edu/~wjc/yellowjo/timeline.html#96>).

"Sarı çocuk" gazetenin hem tirajını hem de popüleritesini arttırmıştır. Richard Felton Outcault o dönemin mizah dehası olarak tanınmaktadır. New York halkını mizahıyla güldürüyordu. O, aynı zamanda Amerikan çizgi romanının babası da sayılmaktadır. Onda sıra dışı bir yetenek vardı ve hep doğru zamanda doğru yerdeydi (Olson, 2013, <http://neponset.com/yellowkid/history.htm>).

Pulitzer, rakip gazetenin satışlarının önüne geçmek için çok çabalamış ve sonunda hiçbir gazetenin basamadığı renkte bir gazete basmaya karar vermiştir. Kimyagerleri zorlayarak gazetesinde sarı rengini kullanmak istemiştir. 1895 yılının Ekim ayında Richard Felton Outcault'in New York World gazetesinde bulunduğu köşe için çizdiği karikatür, önce Hogan's Halley ismiyle yayınlansa da hemen bu isimden sıyrılıp, entarisinin renginden ilham alarak "Yellow Kid" (Sarı Çocuk) olmuştur. Sarı entari giyinen çocuk kel, tek dişli, gettolarda yaşayan ve yarım konuşan bir çocuğu imgelemektedir.

Gazetede kendine ait özel başlığı ve köşesinde maceralar yaşayacak olan bu karakter, Amerikan modern çizgi romanın ilk karakteri olmuştur. "Sarı Çocuk" üstündeki elbisenin üzerine yazılan



sözcüklerle (konuşma balonu yerine entarinin üstüne yazılmış), yazı ve resmin bütünleşmesinde büyük bir rol oynamıştır. Richard F. Outcault'un becerikli kalemle kötü geçekonu yaşamına ayna tutan Sarı Çocuk, zenginle fakir arasındaki farklılıkları cesurca ortaya sermiştir. Bu sorunları fakir ve ezilen halkın lehine argo ve saldırgan kelimelerle süslemiş, çocuk olmanın getirisiyle yarım yamalak konuştuğu diliyle ifade etmiş ve gazetenin satışlarını arttırmıştır (Resim 11).

Gelir seviyesi düşük kesimin sorunlarını dile getirdiği için halkın gözbebeği haline gelen Sarı Çocuk, rakip gazetenin de satışlarının düşüşüne neden olmuştur. Hearst, Outcault'a reddedemeyeceği para teklifi yaparak Sarı Çocuğu kendi gazetesine olan New York Journal'e taşımıştır. Bunun üzerine Pulitzer başka bir karikatürist (George B. Luks) ile anlaşarak kendi gazetesinde de Sarı Çocuğun devamını sağlamıştır. Böylece bu karakter iki gazetede de yer almaya başlamıştır. Bir süre sonra Outcault gazetelerden bağımsız olarak sarı çocuğu çizmeye devam ettirmiştir. Bu karakterin hatırası ve kimliği pek çok görsel üründe uzun yıllar kullanılmıştır. Yayınlanan örneklerden oluşan "Yellow Kid in McFadden's Flats" albümünde yer almış ve bu eser modern çizgi romanın ilk eseri sayılmıştır.

"Sarı gazetecilik" terimi New York Press Dergisinin editörü Erwin Wardman tarafından 1897 yılında ortaya atılmıştır. Önce "Sarı Çocuk Gazeteciliği" terimini kullanır. O dönem Pulitzer ve Hearst'ün gazeteleri iki Cent karşılığı sekiz veya on iki sayfa baskı yaparken diğer gazeteler en fazla iki yaprak, önlü arkalı dört sayfa baskı yapabiliyorlardı (Nasaw, 2001:100). Bu gazetelerde sansasyonel dil ve içerik kullanılıyordu. Ön sayfaya açık saçık ve hatta çıplak kadın resimleri koyarak popüler algı eğilimlerini etkilediler.

Özetle; Pulitzer'in yanında çalışan karikatürist Outcault, Hearst'in gazetesine geçip aynı çocuğu diğer gazetede de çizmeye başlayınca doğal olarak Pulitzer mahkemeye başvurur. Böylece iki gazete arasında gerçek anlamda Sarı Çocuk yüzünden savaş başlar. Pulitzer telifini Hearst'a vermek istemez, mahkeme her iki gazetenin de bu çizgi karakteri gazetelerinde kullanabileceği yönünde karara varır. Sonuçta telif Pulitzer'e aittir. Bunun üzerine Pulitzer yeni bir karikatürist ile anlaşır ve ona Sarı Çocuğu çizdirtir. Artık New York her sabah iki sarı çocukla uyanmaya başlar. Bu sarı çocuk enflasyonu beraberinde önce "sarı çocuk gazeteciliği" terimini sonrasında "sarı gazetecilik" kavramını getirir.



Resim 11. New York Journal, 9 Ocak 1898 (Pazar), s.8
(Picture 11. New York Journal, 9 January 1898 (Sunday), pg.8)

Özetle; Pulitzer'in yanında çalışan karikatürist Outcault, Hearst'in gazetesine geçip aynı çocuğu diğer gazetede de çizmeye başlayınca doğal olarak Pulitzer mahkemeye başvurur. Böylece iki gazete arasında gerçek anlamda Sarı Çocuk yüzünden savaş başlar. Pulitzer telifini Hearst'a vermek istemez, mahkeme her iki gazetenin de bu çizgi karakteri gazetelerinde kullanabileceği yönünde karara varır. Sonuçta telif Pulitzer'e aittir. Bunun üzerine Pulitzer yeni bir karikatürist ile anlaşır ve ona Sarı Çocuk çizdirtir. Artık New York her sabah iki sarı çocukla uyanmaya başlar. Bu sarı çocuk enflasyonu beraberinde önce "sarı çocuk gazeteciliği" terimini sonrasında "sarı gazetecilik" kavramını getirir.

Sarı basın, sansasyon basını demektir ve dile İngilizce'den geçmiştir. Sadece Türkiye'de değil dünyanın birçok ülkesi sansasyon basınına kâh kendi dillerinde kâh İngilizce terimiyle aynen kullanarak "sarı basın/gazetecilik", "İng. yellow press/journalism" demektedir.

Almanlar 1903 yılından bu yana sarı basın terimini kullanırlar. Yaygaracı (sansasyonel) basına kendi dillerinde "Alm. Gelbe Presse" dedikleri gibi çoğu zaman İngilizce olarak "yellow press" şeklinde de ifade etmektedirler (Wanzeck, 2003:85).

Bu gazetecilik akımına 31 Ocak 1897 tarihinde Erwin Wardman tarafından "sarı gazetecilik" adı konmuştur. Sansasyonel haberciliği aşağılamak amacıyla bu terim kullanılmıştır (Campbell, 2012, <http://mediamythalert.wordpress.com/2012/01/31/yellow-journalism-the-back-story-to-a-sneer-115-years-old/>).

New York Press gazetesinin baş editörü olan Wardman, bu tarz yaygaracı gazeteciliğe önce "yeni gazetecilik" demiş, fakat sonra o senenin sonunda bu terimi değiştirerek "sarı çocuk gazeteciliği" ve hemen ardından da "sarı gazetecilik" olarak yenilemiştir.

İsmi konduğu günden bu günlere sansasyonel, abartılı, aşırı, asparagas, kurmaca, yalan, magazin haberlerin yoğun olduğu gazetecilik türüne "sarı basın/gazetecilik" denmektedir. O dönemde New

York Press'in dışında Amerika'daki pek çok gazete bu terimi kullanmaya başlamıştır. Providence, Richmond ve San Francisco gazetelerini buna örnek vermek mümkündür.

Sarı gazetecilik üzerine kitaplar yazan araştırmacı yazar ve akademisyen Joseph W. Campell bu konuda şöyle der:

"İsrail ve Hindistan'dan Yunanistan ve Nijerya'ya dünyada enternasyonal olarak birbirinden bağımsız ülkelerde yüzyıldır bu gazetecilik türüne "sarı basın" (İng. Yellow pres) denmektedir" (CAMPPELL, J.W. <http://mediamythalert.wordpress.com/2012/01/31/yellow-journalism-the-back-story-to-a-sneer-115-years-old/>).

1898'de Wardman'a bir röportaj sırasında "Bu gazetecilik türüne neden çıplak gazetecilik demediniz?" diye sorarlar. Çünkü bu iki gazete hiç olmadığı kadar çıplaklığı sergilemekteydi (Resim 12). Fakat O, röportajında New York Journal ve New York World gazeteleri hakkında "Onlara sarı diyorum. Çünkü onlar sarı" demiştir (Campbell, 2012, <http://mediamythalert.wordpress.com/2012/01/31/yellow-journalism-the-back-story-to-a-sneer-115-years-old/>).



Resim 12. New York Journal, vitrin sayfada çıplak kadın illüstrasyonu, 1896

(Picture 12. New York Journal, Illustration of naked woman (front page), 1896)

Harvard eğitilmiş Wardman, 31 yaşındayken New York Press Gazetesine baş editör olur. New York World'de çizilen çizgi karakterin sarı olmasının nedenini "ahlaksız edebiyata" bağlar. İleride açıklanacağı gibi sarı, Avrupa'da yüzyıllarca "ahlâksızlık" anlamındadır. Toplumdan atılanların rengidir. Fahişeler, suçlular, borçlular, Yahudiler, kâfirler hep sarı renklerle işaretleniyorlardı.

New York Journal gazetesinin patronu Hearst, 1898 Mayıs ayı ortalarında kendi gazetesine "sarı gazetecilik" denmesini memnuniyetle kabullenip karşılığında şöyle bir ilân yayınlamıştır.

"... Cennetteki güneş sarıdır. Amerikan gazeteciliği için ise New York Journal güneş gibi vazgeçilmezdir."

19.Yüzyılın sonunda bir İspanyol sömürgesi olan Küba'ya Amerika'nın müdahale etmesi için kamuoyunu hazırlar ve duyguları körükler. Örneğin Hearst'ün gazetesi olan New York Journal bir hayat kadını kiralayarak Küba'ya gönderir. Bu kadın Küba'da fuhuş yaparken İspanyol yönetimi tarafından tutuklanır. Hearst'ün gazetesi "Amerikalı

rahibeye İspanyol Askerleri Tecavüz Etti" diye manşet atar. Bu kadın salıverilip New York'a döndüğünde limanda görkemli bir törenle karşılanır. Gazetenin 78 bin olan tirajı bir anda 600 bine ulaşır.

Başka bir örneğe Havana Limanı'ndaki Amerikan zırhlısı Maine, 15 Şubat 1898'de bir patlama sonucu batar. Hearst'ün gazetesi bu patlamanın sorumlusunun İspanyollar olduğunu yazar. Oysa tamamen teknik bir arızadan dolayı gemi batmıştır. Gazetenin ilk sayfasına büyük boyda patlama sırasında havaya uçan insanların resmini koyar. Halk İspanyollara karşı öfkelenir ve galeyana gelir. 20 Nisan 1898'de Amerika İspanya'ya savaş açar.



Resim 13. New York Journal, Amerikan Gemisi Maine Patladı, 15 Şubat 1898

(Picture 13. New York Journal, The U.S.S. Maine Explosion, 15 February 1898)



Photo # NH 61236 USS Maine explodes

Resim 14. New York World, Amerikan Gemisi Maine Patladı, 15 Şubat 1898

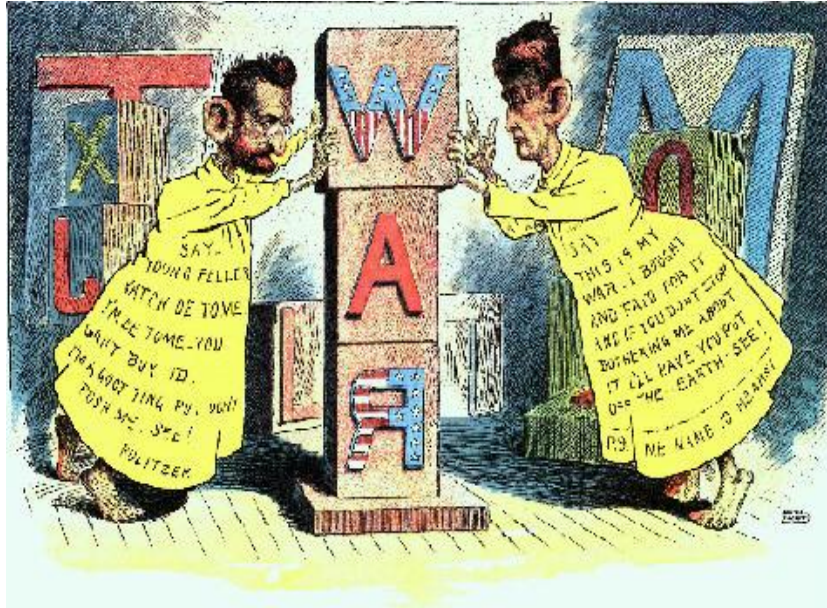
(Picture 14. New York World, The U.S.S. Maine Explodes, 15 February 1898)

Hearst'in gazetecilik ilkesi "Bana fotoğrafı verin ben altını doldurayım" şeklindedir. Ki bu günümüz gazeteciliğinde kullanılan bir yöntemdir. Küba'nın İspanyol sömürgesinden çıkıp Amerikan sömürgesi olmasına dayanan ve Fidel Castro ile noktalanın serüvenin altında bir gazete patronunun da imzası vardır (Barlas, 2008, http://www.sabah.com.tr/Yazarlar/barlas/2008/05/03/Bir_kisi_uygun_ortami_bulursa_bir_ulkeyi_savasa_).

Sarı gazetecilik dönemini Amerikan basın tarihinin karanlık dönemi olarak niteleyenler de vardır. Her ne kadar rengi "sarı" ise de meslek etiği açısından bakıldığında gazetenin yaptıklarıyla karanlık dönem vurgusunu hak ettiği söylenebilir.

Özellikle Hearst tiraj artırma yöntemi olarak "savaş körükçülüğünü" seçer. Her iki gazete de savaş çıtırtkanlığı yapmışlardır (Resim 13-14). Özellikle İspanya Küba gerginliğinde olayları abartarak ve çarpıtarak, büyük ve koyu (İng. bold) manşetlerle vitrin sayfada yer vermesiyle savaşın başladığı söylenir. Amerikan sömürgesine sansasyonel gazete haberleriyle halk desteği sağlamıştır (Campbell, 2001:113).

Aşağıdaki karikatürde ise iki gazete patronunun bir savaş elleriyle nasıl kurduklarını göstermektedir (karikatürize etmektedir). Onlar yaygaracı, abartılı, aşırı, asparagas haber türünün öncülüğünü yapmışlardır (Resim 15).



Resim 15. Büyük "Sarı Çocuk" Savaşı.
(Picture 15. The Big Type War of the Yellow Kids)

6. SONUÇ (CONCLUSION)

Bir gazetecilik terimi olan magazin kapsamında, sansasyonel, yalan, asparagas, içinde özel hayatların olduğu ve söylemine baktığınızda "aldattı, yakalandı, kaçtı" gibi ifadelerin yer aldığı ünlüleri, onların mahrem ve özel hayatlarını konu edinen habercilik türü anlaşılır. Elbette sadece ünlüler magazin kapsamında bulunmamaktadır. Ciddi bir haberin abartılarak, eğlendirilerek veya içi boşaltılarak soft biçimde verilmesine de magazinelleşme denir ki bu da magazin haberciliğinin içeriğindedir. Kısaca haberin içi boşaltılır.

Magazin haberciliğinin dildeki bir diğer adının da "sarı basın/habercilik" olduğu açıklanmıştır. Bu terim Amerika'dan ithal



edilirken, neredeyse tüm dünyada ve ülkemizde de kendi dillerinde "sarı basın" terimiyle kullanılmaktadır.

Sarı basın/habercilik terimi 1895-1898 yılları arasında Amerika'daki iki gazetenin tiraj savaşı sonucu ortaya çıkarken, anlamı tamamen abartılı, aşırı, yalan, asparagas, kurmaca, dolayısıyla insanları yanıltan ve aldatan sansasyonel basın şeklinde olmuştur.

Sarı renginin tarihsel süreçte anlamları incelenip açıklandığında hayretle görülmüştür ki sarı bir yandan mutluluk, neşe ve eğlencenin rengiyken, diğer taraftan zenginlik, güç, iktidar ve tanrısallığın rengi (Çin imparatorlarının, Budha rahiplerinin, azizlerin baş üstlerine çizilen ve korunmuşluğun, kutsallığın anlamı olan haleler) olmuştur. Olumlu anlamlarının yanında Avrupa'da tamamen olumsuz anlamlar yüklediği görülmüştür. Aldatma, yalan, ihanet, ispiyonculuk, toplumdan dışlananların, suçluların, borçluların, fahişelerin, ahlâksız hayatların ve aşırılığın, abartının rengi olarak görmekteyiz. Türk kültüründe ise kelime kâh mutluluk ve zenginlik kâh hastalık, hainlik ve aşırılık anlamında kullanılmaktadır.

Sansasyonel basına "sarı" diyen Amerikalıların geçmiş kökenlerinin Avrupa'dan göçle olduğu düşünülürse, sarı basının isim babası olan Wardman'ın da bu gazetecilik türüne "ahlâksız edebiyat" dediği göz önünde alınırsa, gerçekten kullanılan terimin tesadüfi olmadığı açıkça görülmektedir. Belki de birçok insan magazin basınına zengin, süslü ve şaşalı hayatları gösterdiği için, 'pembe basın' demeyi daha çok yakıştırayabilirdi. Bu bağlamda bu araştırma ile kullanılan bu terimin rastlantısal olmadığı, tamamen habercilik türünün uğraşısıyla örtüşen bir renk, daha doğrusu bir sembol olarak seçildiği görülmektedir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

1. Albayrak, K., (2010) Dinlerin Rengi Renklerin Dini, Ankara, Sarkaç Yayınları.
2. Aygun, M., (2010). Redewendungen Mit Farbennamen Im Deutschen Und Im Türkischen, NWSA (e-Journal of New World Sciences Academy) Volume:5, Number:3, Article Number: 4C0056.
3. Bayraktar, N., (2006/1). "Kavram ve Anlam Boyutunda Sarı ve Tonları", Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 20.
4. Belge, M., (1997). Söylemler: Magazin Dili Üzerine Tarihten Güncelliğe, Der: Murat Belge, İstanbul: İletişim Yayınları.
5. Bruns, M., (2012). Das Ratsel Farbe -Matarie und Mythos-, Stuttgart: Reclam Taschenbuch.
6. Campbell, J. W., (2001). Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies, Autor: Prage, Westport CT: Prage.
7. Finlay, V., (2007). Renkler -Boya Kutusuna Yolculuklar-, Çev: Kudret Emiroğlu, Ankara: Dost Kitabevi.
8. İprişoğlu, N., (2010). Görsel Sanatlarda Alımlama ve Sanatlararası Etkileşim, No:17, Sanat Kuramları No:7, İstanbul: Hayalbaz kitap.
9. Nasaw, D., (2001). The Chief: The Life of William Randolph Hearst, Boston. New York, A Mariner Book, Houghton Mifflin Company.
10. Soygüder, Ş., (2003). Eyvah Paparazzi, İstanbul: Om Yayınevi.
11. Sözen, M., (2003), Sinemada Renk -Sembolik Anlamlar-, Ankara: Detay Yayıncılık.
12. Thuan X.T., (2010). Işığın Kalbine Yolculuk, Çev: Aslı Genç, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
13. Wanzeck, C., (2003). Zur Etymologie Lexikalisiertes Farbwortverbindungen: Untersuchungen Anhand der Farben Rot, Gelb, Grün und Blau, Amsterdam-New York: Rodopi.



14. Wernick, A., (1996). Promosyon Kültürü-Reklam, İdeoloji ve Sembolik Anlatım-, Çev: Osman Akınhay, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
15. Yavuz, H., (1996). Ah Kadınlar, İstanbul: Parantez Yayınları.
16. Barlas, M., Sabah Gaz., Bir Kişi Uygun Ortamı Bulursa Bir Ülkeyi Savaşa Sürükleyebilir,
http://www.sabah.com.tr/Yazarlar/barlas/2008/05/03/Bir_kisi_uygun_ortami_bulursa_bir_ulkeyi_savasa_, (20.01.2013).
17. Campbell, J.W., Media Myth Alert,
<http://mediamythalert.wordpress.com/2012/01/31/yellow-journalism-the-back-story-to-a-sneer-115-years-old/>
(22.01.2013).
18. Campbell, J.W., A timeline of yellow journalism,
<http://academic2.american.edu/~wjc/yellowjo/timeline.html#96>,
(20.01.2013).
19. Elender, S., Farben-Farbsymbolik, <http://www.galerie-elender.de/Farbsymbolik.htm>, (25.01.2013).
20. Olson, R.D., The Father of the American Sunday Comics and the Truth About the Creation of the Yellow Kid,
<http://neponset.com/yellowkid/history.htm>, (22.01.2013).
21. Seçkin, Y. ve Savacı, F.A., Goethe'nin Yaşamsal Dialektiğinin Renksel ve Formsal Morfolojisine Bir Yaklaşım,
www.iyte.edu.tr/~acarsavaci/GOETHE.doc, (18.01.2013).