



NWSA-Humanities
ISSN: 1306-3111/1308-7320
NWSA ID: 2015.10.2.4C0194

Status : Original Study
Received: January 2015
Accepted: April 2015

E-Journal of New World Sciences Academy

Fatma Gürses

Kastamonu University, fgurses@kastamonu.edu.tr, Kastamonu-Turkey

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2015.10.2.4C0194>

AMERİKA'DA DEMOKRASİNİN GELİŞİMİ VE MAGAZİN GAZETECİLİĞİ: YEREL BASINDAN BİR ÖRNEK "THE DENVER POST"

ÖZET

Amerika Birleşik Devletleri kuruluşundan itibaren, yarattığı gazetecilik pratikleri ile literatürde ve demokrasi mücadelesinde önemli kazanımlar sağlamıştır. Bu kazanımlardan biri olarak düşünülebilecek yellow journalism/sarı gazetecilik/magazin gazeteciliği pratikleri, Amerika'da basının ortaya çıkışıyla birlikte uygulanmaya başlanmıştır. Bu tür gazetecilik anlayışı, özellikle yerel basının, demokrasinin yerleşmesinde kullandığı araçlardan biri olmuştur. Bu çalışma, Colorado eyaletinde etkili olmuş bir gazete olan *The Denver Post* örneğinde "yellow journalism" uygulamalarını analiz etmektedir. Çalışma, yellow journalism çerçevesinde demokrasinin gelişiminde önemli rol oynayan gazetecilik pratiklerinin demokrasisi, yerel basın arasındaki ilişkinin Amerikan yerel basını ölçeğinde nasıl sergilendiğini incelemeyi hedefledi. Bu amaçla çalışma iki bölüme ayrıldı. İlk bölümde, yellow journalism kavramı ve gazetecilik pratiklerinin neler olduğu ve bu gazetecilik anlayışının tarihsel gelişimi incelendi. İkinci bölümde, Amerikan yerel basınından örnek olarak seçilen *The Denver Post* ve bulunduğu eyalet olan Colorado eyaletindeki etkisi, Amerikan demokrasisine katkısı değerlendirildi. Çalışmanın demokrasisi, yerel basın ve gazetecilik çerçevesinde yapılacak diğer araştırmalara kaynaklık edeceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Basın, Magazin Gazeteciliği/Sarı Gazetecilik, Demokrasi, Amerika Birleşik Devletleri, *The Denver Post*.

THE DEVELOPMENT OF DEMOCRACY IN AMERICA AND YELLOW JOURNALISM: A SAMPLE FROM LOCAL PRESS "THE DENVER POST"

ABSTRACT

Since its establishment, United States of America has contributed a lot to the literature and democracy struggle with its journalism practices. The yellow journalism practices can be considered as one of these acquisitions; and it began to be implemented since the appearance of press in America. This type of journalism has been a tool used by the local press to accommodate democracy. This study analyzes the "yellow journalism" implementations in the sample of *The Denver Post*, which had been effective in the Colorado state. This study has aimed to examine the journalism practices that play an important role in the development of democracy; with a focus of the concept "yellow journalism" in the democracy, local press and especially the American local press. For this reason, the study consisted of two chapters. The first chapter examines the concept of yellow journalism, and the characteristics of journalism practices along with the historical development of this concept. Second chapter evaluated *The Denver Post*, chosen as a sample from the American local press, and its effect in Colorado State, along with its contribution to American democracy. It is thought that the study will be a source for further studies on democracy, local press and journalism.

Keywords: Local Press, Yellow Journalism, Democracy, United States of America, *The Denver Post*



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Demokrasi için düşünce ve basın özgürlüğü, hukuk devleti olma-insan hakları ve bağımsız yargı-siyasal katılım ve serbest seçimler vazgeçilmez unsurlardır (Sim, 1969:50). Düşünce ve basın özgürlüğü, gazeteler ve gazeteciliğin nasıl yürütüldüğünü düşünmeyi gerektirmektedir.¹ Bu nedenle gazetecilik fonksiyonlarının teorik olarak inşa edilmesi, gazete çalışanları ile gazete kurumu arasındaki işbirliğinin sağlanmasıyla mümkün görünmektedir (Anderson, 2013:166). Amerika Birleşik Devletleri'nde demokrasi, ekonomik bir sistem içinde oluşmamıştır. 18.yüzyılda Amerika'da özgürlük ve düzen sistemi olarak başlayan demokrasi, 19.yüzyıldan beri alternatif bir sistem olarak benimsenmiştir (Stanton, 2007:45-46). ABD'de demokrasinin düşünce ve basın özgürlüğü temelinde gelişmesi, eyaletlerin kuruluş aşamasında Avrupa ülkelerinden farklı bir örgütlenme biçimiyle ortaya çıkan gazetelerle birlikte gerçekleşmiştir.

Eyalet yönetimleri, basında 'yerel vatanseverliği' teşvik etmiş ve yerel farkı ortaya koymaya çalışmıştır. Böylelikle, farklı düşüncelerin ifadesi için vazgeçilmez bir unsur olarak yerellik önemli bir işlev görmüştür (Franklin ve Murphy, 1991:21). Dolayısıyla yerel gazetelerin işleyiş biçimleri, ulusal gazetelerden farklılık göstermiştir. Yerel gazeteler, ulusal gazetelere göre haber kaynakları (polis, mahkeme, acil servis, yerel otoriteler vb.) ile ilişkilerini daha yakın bir şekilde sürdürmüştür (Aldridge, 2007:59). ABD'de, yerel gazetelerin önemli sorunlarından biri, hukuk kurallarının eyaletten eyalete değişiklik göstermesidir. Bir eyaletin hukuk kuralında yurttaşın "özel alanı"na giren bir durum, diğer bir eyalette kabul edilmemektedir. Örneğin yalancı, kumarbaz ve diğer başka yakıştırmalardan dolayı eyaletler arasında aynı dava için farklı kararlar verilebilmektedir. Bu durumda, üst mahkemenin kararına başvurulur. Özel hayatın ihlal edildiğine ilişkin bir davada, kişinin "halk figürü" veya "resmi figür" olması nedeniyle, gazetelerin özel hayatı ihlal edip etmediği eyaletler arasında farklı sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. "Kim halk figürüdür? Kim resmi figürdür? Özel yaşamdan bunlar ayrılabilir mi?" (Berry, 1976:21) sorularına verilen yanıtlar, eyaletler arasındaki farklı mahkeme kararlarını ortaya çıkarmaktadır.

ABD'nin 18. yüzyılda yeni kurulmakta olan bir ülke olması, gazetecilik pratiklerinin demokratik bağlamda, Avrupa'dan farklı biçimde gelişmesine neden olmuştur. Bu bağlamda yerel basının sıklıkla başvurduğu gazetecilik pratikleri terminolojide "yellow journalism", "sarı gazetecilik/sarı basın", "magazin gazeteciliği", "bulvar", "tabloid", "renkli basın" ve "boyalı basın" vb. isimlerle yer alan gazetecilik anlayışıdır. Bu çalışmada aynı kavramı ifade etmek amacıyla kullanılan bu adlandırmalardan, terimin aslı olan "yellow journalism" (sarı gazetecilik/sarı basın), kavramı kullanılacaktır. Bu tür gazetecilik pratikleri, yeni kurulmakta olan bir ülkede tirajları arttırma ve gazeteciliğin bulunan yerel bölgelerde, eyaletlerde, yönetimi eleştirebilmesini dolayısıyla ifade özgürlüğünü sağlamıştır. "Yellow journalism", sansasyonizm ile eş anlamlı değildir fakat sansasyonizmin bakış açısına yakındır. Bu tarz habercilikte suç, skandal ve dedikodu, boşanmalar ve seks, felaketler, spor gibi konuları içeren haberler yapılır. "Yellow journalism" için bazı karakteristik özelliklerden bahsedilebilir:

¹Anderson'ın tezine göre (1991), gazeteciliğin basılı hale gelmesiyle "basılı kapitalizm" altındaki pazar, kitleye yönelik standartlaşmış bir dil yarattı (Aktaran: Aldridge, 2007:6).



- Pazar eklerinde renkli komik ve etkili anlatılar;
- Ürkütücü başlıklar, geniş tip baskılı siyah veya kırmızı, heyecan uyandıran sıklıkla önemsiz olaylarla ilgili haberler;
- Fotoğraflar ve resimlerin bolca kullanılması, "uydurma" veya "çalıntı" resimlerin sıklıkla haberlerde yer alması;
- Sahtekârlık ve düzenbazlık içeren çeşitli "uydurma" görüşmeler, hikâyeler, göz boyayıcı başlıklar, yanlış bilgiler içeren haberler;
- Çok veya az gösterişli biçimde ezilenin kâr amaçlı haber konusu yapılarak kamuoyu yaratılması (Mott, 1950:539).

"Yellow journalism", toplumdaki en düşük kültür seviyesindeki okurun anlayabileceği şekilde yazılan, büyük ve çarpıcı fotoğraflarla sunulan haberleri içermekte, çoğu zaman sadece fotoğrafına, manşetine ve fotoğraf alt yazısına bakılarak tüketilmektedir. Haber konuları, siyaset haberlerinden spor haberlerine; savaş haberlerinden ekonomi haberlerine kadar her alanı kapsar. Haber içeriği abartılarak verilir, heyecan yaratma, aşırılık, bu habercilik türünün en önemli özelliğidir. Okurun ilgisinin habere çekilmesi hedeflendiğinden asparagas (yalan, kurmaca haber) habere çekinmeden yer verilebilir. Temel amaç, tirajları yüksek tutmaktır. Haberin doğruluğu ve önemliliği değil; ilgi çekmesi ve heyecan uyandırması istenir (Soyguder, 2013:198). 19.yüzyılda, ABD yerel alanında, *Boston Post* ve araştırmamızın konusunu oluşturan *The Denver Post*² "sarı basın" olarak etkili oldular. Her iki gazete de düzenli olarak ve diğer gazetelerden farklı biçimde, bu içerikte yayın yaparak sansasyonel haberlerin ticaretini yaptılar. Sarı basının araştırmacı öyküleri ve kaynakları açığa çıkarması, tamamıyla gazetecilikte yeniydi ve skandal haber kavramının gelişmesine neden oldu (Stoler, 1986:34).

ABD'nin Colorado eyaletinde gazetecilik pratikleri açısından etkili bir yerel gazete için örnek oluşturan *The Denver Post*'un, yerel basın örneği olarak yarattığı gazetecilik pratikleri, yüzölçümü oldukça büyük olan bir ülkenin ulusal basınının şekillenmesinde de önemli rol oynadı. Bu çalışma, günümüz gazetecilik pratiklerinin anlaşılması ve açıklanması, demokrasi ve yerel basın arasındaki ilişkinin ABD yerel basını ölçeğinde incelenmesini hedefledi. Bu amaçla çalışma, iki bölümden oluştu. İlk bölümde, çalışmanın temel kuramsal çerçevesini oluşturan "yellow journalism", demokrasi ve yerel basın ilişkisi ve kavramın ortaya çıkışı/özellikleri tarihsel perspektif içeren bir gelişim çizgisinde açıklandı. İkinci bölümde ise, *The Denver Post*'un tarihsel olarak ulusal basına nasıl etkide bulunduğunu görebilmek için, Colorado eyaletinin Amerika tarihindeki önemi, gelişimi, tarihsel ve sosyolojik öğeleri incelendi. Bu eyaletin başkenti olan Denver'da yayınlanan ve tüm eyalete seslenen *The Denver Post*'un tarihsel olarak ABD demokrasisine olan katkısı değerlendirilerek "yellow journalism" pratikleri açıklandı. Elde edilen bulgular demokrasi, yerel basın ve ABD çerçevesinde değerlendirildi. Çalışma; demokrasi, yerel basın ve gazetecilik pratikleri bağlamında diğer çalışmalara kaynaklık etmeyi hedefledi.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Bu çalışma, "yellow journalism" in (sarı gazetecilik) Amerika Birleşik Devletleri orta bölgesinde bulunan Colorado eyaletindeki yerel gazete *The Denver Post*'un, tarihsel olarak kuruluş aşamalarını ve basın tarihindeki yerini araştırmayı hedeflemektedir. Basın, ulus-

²Bu çalışma boyunca *The Denver Post* adını, *Denver Post* ve *Post* şeklinde kısaltmalarıyla kullanacağız.



devletlerin kuruluşunda sosyal, kültürel, ekonomik, eğitim gibi çok çeşitli alanlarda önemli rol oynamıştır. Amerikan basını, yerel düzeyde bu argümandan hareketle, Amerika'nın kendi öznel koşulları içinde önemli bir yere sahip olmuştur. Bu nedenle, çalışmamız, Türkiye için örnek oluşturabilecek Amerika'nın Colorado eyaletindeki bu yerel gazetenin tarihsel perspektifte Amerikan basın tarihine ve gazetecilik literatürüne katkılarını analiz etmektedir.

3. GAZETECİLİK PRATIĞİ OLARAK SARI GAZETECİLİK (JOURNALISTIC PRACTICE AS YELLOW JOURNALISM)

Amerika'da 1870 sonu boyunca iki faktör Amerikan haber yayıncılığını değiştirmiştir. İlki, 1860'lardan 1900'lere kadar kağıt fiyatlarınının 12 sentten 2 sente düşmesi; ikincisi, reklamcılık gelirlerinin 1879'da %44 iken 1899 %54.5 ve 1919'da %65.5'a çıkarak büyük oranda artmasıdır. Bu değişim Amerikan basınında, tiraj savaşının ortaya çıkmasına neden olmuş; gazetelerin tirajını arttırmayı hedefleyen sansasyonel habercilik ve popülizm ile kent, işçi sınıfı ve göçmen okuyucuların ilgisini çekmek için kullanan bir gazetecilik anlayışı olan "yellow journalism" (sarı gazetecilik) terimi ilk kez Amerika Birleşik devletlerinde, 1890'ların sonlarında New York City okuyucuları için William Randolph Hearst ve Joseph Pulitzer³ tarafından haber üretim süreci olarak ortaya çıkmıştır (Kaplan: 5369-5371).

7 Kasım 1895 yılında William Hearst, *New York Morning Journal* gazetesini satın alır ve gazetenin adını *New York Journal* olarak değiştirir. Joseph Pulitzer ise, 1883 yılında New York'a taşınmış ve yılda 40.000 dolar zarar eden, batmakta olan *The New York World*'ü 15 bin tirajla satın almıştır. Tirajları arttırmak için hızlı bir şekilde yeni tekniklerle okuyucuyu cezbetmeye çalışmış, başlıkları bir sütundan tam sayfa şeritler olarak genişletmiş, gazeteye çizim, fotoğraf, karikatür sütunları ile kadın, spor ve diğer başka yeni sayfalar eklemiştir. Böylelikle Pulitzer'in liderliğinde, rakibi *New York Journal* ile büyük bir mücadeleye giren, skandallara ve sansasyonlara önem veren bir politika izleyen *World*⁴ tirajını 600 bine çıkarmayı başararak ülkenin en büyük gazetesi olmuştur (Delevi ve Almaleh, 2013).

Pulitzer, 25 Ekim 1896 yılında gazetesine, Richard Felton Outcault isimli karikatüristin çizdiği *Sarı Çocuk (Yellow Kid)* tiplemesini alır (Campbell, ?). Rakip gazetenin satışlarının önüne

³Macaristan kökenli Amerikalı gazeteci Joseph Pulitzer 10 Nisan 1847'de Budapeşte'nin 200 km güneyindeki Mako şehrinde doğdu. Babası şehrin saygın tüccarları arasındaydı. 1853'de Budapeşte'ye yerleşen Pulitzer, özel dersler aldı. Fakat babasınının 1858'de ölümüyle parasızlıktan dolayı ABD'ye göç etti. Önce New York'a, daha sonra St. Louis'e yerleşti. Bu dönemde balina avcılığından midye toplayıcılığına, garsonluktan avukatlığa kadar türlü işlerde çalıştı. Almanca, Macarca ve Fransızca bilen Pulitzer, boş vakitlerinin çoğunu İngilizce'sini geliştirmeye harcadı. 1867'de Amerikan vatandaşlığına geçen Pulitzer, St. Louis'deki *Westliche Post* gazetesinde çalışmaya başladı. 1869 yılı sonunda Cumhuriyetçi Parti'ye üye oldu ve eyalet meclisine seçilerek meclis üyesi oldu. 1872 yılında partideki yozlaşmayı neden gösteren Pulitzer, Demokrat Parti'ye geçti. Aynı yıl *Westliche Post*'ta da editörlüğe yükseldi. 1879 yılında St. Louis Dispatch ve St. Louis Post gazetelerini satın alarak birleştiren Pulitzer ilk gazete patronluğu deneyimini yaşadı. Gazetecilikte popülist bir söylemi benimsedi. 1883 yılında New York'a taşındı ve yılda 40.000 dolar zarar eden New York World gazetesini satın aldı. Bugün St. Louis Daily ismini alan gazete 1995'te Joseph Pulitzer IV yönetimden istifa edene kadar Pulitzer ailesinin kontrolünde kaldı. Pulitzer, 29 Ekim 1911'de vefat etti (Delevi ve Almaleh, 2013).

⁴Wernick'e göre *New York World*, özellikle kadın okurları gazeteye çekmek için "kadın sayfası" çıkaran ilk gazetedir. Magazin basınına başlatmış olduğu bu olgu, yalnızca tirajı yükseltmeyi hedefleyen bir sansasyon haberciliği değil, bunun yanında toplu kültürel üretimin ticarileştirilmesidir. Çünkü bu sayfalara alınan kadınlara yönelik reklamlar gazetenin en önemli gelir kaynağı olmuştur (aktaran Soyguder, 2013:199).



geçmek için çok çabalamış ve sonunda hiçbir gazetenin basmadığı renkte bir gazete basmaya karar vermiş, 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 çizgi karakterin entarisinin renginden dolayı "Yellow Kid" (Sarı Çocuk) adını almıştır. Bu çizgi karakter, kel, tek dişli, gettolarda yaşayan ve yarım konuşan bir çocuğu tasvir etmektedir. Gazetede kendine ait özel başlığı ve köşesinde maceralar yaşayan Amerikan modern çizgi romanın ilk karakteridir ve konuşma balonu yerine, üstündeki elbisenin üzerine yazılan sözcüklerle, yazı ve resmin bütünleşmesinde büyük bir rol oynamıştır. Kötü gecekondu yaşamına ayna tutan "Yellow Kid", zenginle fakir arasındaki farklılıkları cesurca ortaya sermiştir. Fakir ve ezilen halkın lehine argo ve saldırgan kelimelerle süslenen, çocuk olmanın getirisiyle yarım yamalak konuşma biçimindeki konuşması ilgiyi yakalamış, gazetenin satışlarını arttırmayı başarmıştır. Hearst, Outcault'a Sarı Çocuğu kendi gazetesini olan *New York Journal*'e taşıyınca Pulitzer, "Yellow Kid"ın telif hakkı için mahkemeye başvurur. Mahkeme, her iki gazetenin de bu karakteri kullanabileceği kararını verir. Pulitzer başka bir karikatürist olan George B. Luks ile çalışmaya başlar ve bu karakter, iki gazetede de yer alır. Böylece, "sarı çocuk gazeteciliği" terimi ve sonrasında "yellow journalism" (sarı gazetecilik) kavramı gazetecilik terminolojisinde giren bir kavram olur (Soyguder, 2013:199-200).

Hearst'ün *New York Journal* gazetesini ile Pulitzer'in *New York World* gazetesini arasındaki tiraj savaşı "yellow journalism"ın başka bir habercilik anlayışı olan sansasyonel haberciliği yaratmıştır. Verilebilecek en sansasyonel haber de uluslararası boyutta bir kriz yaratmaktır. Bu bağlamda gazeteler, Küba'nın İspanya'ya karşı bağımsızlık savaşı başlatmasını içeren Küba krizini kullanmışlardır. Bu amaçla Hearst, Küba'ya bir muhabir/çizer gönderir.⁵ 15 Şubat 1898'de Havana limanında bir Amerikan savaş gemisi havaya uçurulur. Gazete, gemiyi İspanyolların bombaladığını, Amerika'nın savaşmaktan başka alternatifinin kalmadığını yineleyen haberlerle dolar ve Amerika-İspanya Savaşı, 20 Nisan 1898'de başlamış olur (İrvan, 1999). Savaşın devam ettiği günlerde *New York World* ve *New York Journal* arasındaki tiraj savaşı, sayfalarında aşırı bir sansasyonelizm ve vatanseverlik fırtınası estirmelerine neden olur (Tunçdemir, 2014). Böylece sansasyonel tarzda habercilik anlayışı magazin gazeteciliğinin temel özellikleri arasında yerini alır.

Basın özgürlüğü, Amerikan gazeteciliğinin "yellow journalism" (sarı gazetecilik) çağında bile vazgeçilmezliğini kaybetmedi. Pulitzer'in yaşamı aslında medya-toplum ve medya-iktidar ilişki ve çatışmasının bir yansımasıdır. 1885-1886 yıllarında milletvekilliği de yapan, 1907 yılında sağlık sebeplerinden dolayı işlerini editörü Frank Cobb'a ve oğluna bırakan Pulitzer mirasından, uzun zamandır hayalini kurduğu gazetecilik okulunun kurulması için Columbia Üniversitesi'ne 2 milyon dolar bıraktı. 1917 yılında ise, Columbia Üniversitesi ilk kez 'Pulitzer Gazetecilik Ödülleri'ni dağıttı (Delevi ve Almaleh, 2013). Bu ödül, Joseph Pulitzer'in koyduğu kriterlere göre verilmektedir. Doğru habere olduğu kadar ilginç habere de önem verilmesi gerektiğine inanan bu gazetecilik anlayışı, özellikle kadın ve genç okurlara

⁵Muhabir, Küba'da birkaç gün kaldıktan sonra ortalıkta savaşa benzer bir gelişmenin olmamasından sıkılarak patronuna "Burada sessizlik hâkim. Bir sorun yok. Savaş yok. Geri dönmek istiyorum. Remington." İçeren bir telgraf gönderir. Patron, "Orada kal. Sen resimleri çiz, ben savaşı çıkartırım. W.R. Hearst." olarak cevap verir (Tunçdemir, 2014).



yönelik olarak, tirajı artırmak amacıyla tamamen magazin, popüler dizi ve başka girişimlerde de bulunmuş, bu alandaki girişimlerini yayınla sınırlı tutmayıp, kampanyalar düzenleyerek, sosyal ya da magazin gibi konularda, gazetesini okur tarafından sevilen, sayılan kalıcı bir kurum haline getirmeye çalışmıştır. Siyasetle de ilgilenen Pulitzer, Temsilciler Meclisi üyeleri, senatörler, ABD Başkanları hakkında kaleme aldığı yazılar, yaptığı ya da yaptırdığı haberlerle siyaseti etkilemeye çalışmıştır. Gazetelerin, bugün hâlâ gerçekleştirmeye çalıştığı sosyal sorumluluk projelerinde öncü isim olmuş, gazeteler arası muhabir ya da yazar transferini gerçekleştirmiş, sürmanşet, birinci sayfadan dev başlıklar, kocaman fotoğrafların basında yer almasına öncülük etmiştir. Popüler gazetecilik yaparken bile, bağımsızlığını titizlikle korumak için siyasi iktidarla her zaman mesafeli bir ilişki kurmuştur (Duran, 2006). Bu durum, günümüzde olumsuz anlamlar yüklenen magazin gazeteciliğinin, demokrasinin gelişmesinde ne denli önemli katkılarda bulunduğunu göstermektedir.

Pulitzer, 19.yüzyılın son çeyreği ile 20.yüzyılın ilk çeyreğinde, gazetenin kitleselleşmesinde etkili olmuştur. *World*'ün birinci sayfası sansasyonel başlıklarla doluyken bile Pulitzer başyazılarında, Amerikalılara ve yeni göçmenlere 'vatandaşlık hak ve sorumlulukları'nı öğretmiştir. Seçimlere ilgiyi, oy verme bilincini aşlamıştır. Gazeteciliğin temel değerlerinden olan "hükümet politikaları ve icraatlarını denetleme, sorgulama, örtülü olanları araştırma" çabasının en önemli mimarlarından biri olmuştur. Henüz "ciddi/popüler-magazin gazeteciliği ayrımının tam olarak ortaya çıkmadığı dönemde Pulitzer, gazetecinin sadece yerel yöneticiler veya Kongre üyelerine değil; gerekirse ABD Başkanına karşı bile gerçeğin yanında cesurca durması gerektiğini savunmuştur. Pulitzer ile dönemin ABD başkanı Theodore Roosevelt arasında medya tarihine geçen ünlü 'yolsuzluk, hakaret ve basın özgürlüğü savaşı'da bu temelde yaşanmıştır. 1908 yılında, Pulitzer'in *New York World* gazetesi, ABD yönetiminin Panama Kanalı inşa edilmesi için Fransa merkezli Panama Kanalı Şirketi'ne 40 milyon dolar ödenmesine ilişkin resmi açıklamalardan farklı bir tablo ile karşılaşmıştır (Tunçdemir, 2014). Bu konunun üstüne giderek hükümetle basın özgürlüğü çerçevesinde bir mücadeleye girmiş ve Amerikan basın tarihinde, basın özgürlüğü konusunda önemli adımlar atılmasını sağlamıştır.

Pulitzer'in gazetecilik alanındaki yarattığı bu gazetecilik pratikleriyle "yellow journalism" kırmızı başlık, renkli öyküler, editöryal savaşlar, promosyonlar gibi uygulamalarla basın tarihinde yerini almıştır (Vaughn, 2008:135). "Yellow papers" pazar eklerinde, fotoğrafların kullanımında, başlıkların puntolarında değişiklik yaratarak Amerikan basınında 10 yıl gibi kısa bir sürede gelişim sağlamıştır. Ülke düzeyinde metropollerde, yaklaşık 21 gazete bu akımı temsil etmiştir. Cincinnati, St. Louis ve San Fransisco'da bu hareketin kayda değer merkezi olmuştur. Bu çalışmanın konusunu oluşturan "The *Denver Post*" bunların aşırı boyanmış halidir ve Colorado eyaletinde "yellow journalism"de lider haline gelmiştir⁶(Mott, 1950:539). Uyguladığı gazetecilik pratikleri demokrasi ve basın özgürlüğünün ABD'de yerleşmesini sağlayan etkenlerden biri olmuştur. Çalışmamızın bu bölümünde, araştırmamızın konusunu oluşturan *The Denver Post*'un

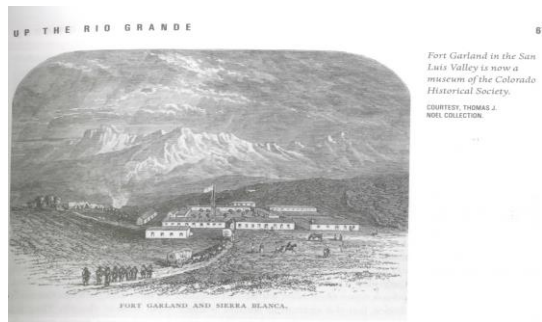
⁶Bu tür gazetecilik anlayışı Amerika'da yaygın bir biçimde kullanılsa da bu tarz gazeteciliği uygulamayan gazeteler de bulunmaktadır. Örneğin, *Philadelphia Inquirer* büyük başlıklar kullanmış fakat aynı tarz gazetecilik anlayışını benimsememiştir. *Kansas City Star* bu tür gazetecilik yapmayanlar arasında yer almıştır. *New York Evening Post*, *Tribune*, ve *Sun* bu harekette çok az yer almıştır. Baltimore, Washington ve güney bölgede *yellow journalism* çok az görülmüştür (Mott, 1950:539-540).

Amerikan basın tarihindeki yerini anlamak amacıyla bulunduğu yerel bölge Colorado eyaletinin coğrafi, sosyolojik ve tarihsel arka planı kısaca açıklanacaktır.

4. COLORADO'NUN ÖNCÜ GAZETESİ "THE DENVER POST" VE SARI GAZETECİLİK (FRONTIER NEWSPAPER IN COLORADO "THE DENVER POST" AND YELLOW JOURNALISM)

4.1. Yüzyıllık Eyalet Colorado (The Centennial State Colorado)

Colorado, Amerika Birleşik Devletlerinin orta batı bölgesinde, 50 eyalet içinde en yüksek noktada bulunan bir eyalettir. Başkenti Denver, en yüksek noktası Elbert Dağı'dır. Oldukça soğuk bir iklime sahip olan Colorado, adını İspanyolca kökenli ve kırmızı anlamına gelen Colorado nehrinden almıştır. Yüzyıllık eyalet (centennial state) olarak da anılmaktadır. Colorado'ya ilk yerleşimler, 13 bin yıl önceye dayanır. Kızılderililerin geniş bir alanda yaşadığı Colorado, çeşitli kültürlerin bir araya geldiği bir eyalet olmuştur. İlk yerleşimcileri, eyaletin güney batısında Apaçi (Apache), kuzeyde Wyoming'ten gelen Komançi (Comanche), dilleri birbirine benzeyen ve Minnesota'dan gelen Araphoe ve Cheyenne, Utah'tan gelen batıda yaşayan Uteler'den oluşan Kızılderili kabileleridir (Noel, 2011:14, 21-41). Oldukça farklı kültürlerin gelip yerleştiği Colorado'da İspanyollar ve Meksikalılardan oluşan Hispanikler, Avrupa-Amerikan olarak adlandırılacak olan İtalyan ve Fransızlardan bahsedilebilir. İspanyollar, İngilizce konuşanlardan önce New Mexico, Rio Grande'den gelerek Güney Colorado'ya, özellikle Santa Fe yakınlarında San Luis Valley bölgesine yerleşmişlerdir (Bkz. Şekil 1). Bu bölge, soğuk ve yüksek olması nedeniyle, yaşaması oldukça güç bir bölgedir. Bir süre sonra Anglosaksonlar da ortaya ve kuzey bölgeye yerleşmişlerdir. 1870'lerde tren yolu ile vadideki yaşam değişmiş, yeni bir kasaba olan Alamosa kurulmuştur. Colorado, değerli madenlerin bulunmasıyla nüfusunu arttırmış, İngilizce konuşan halk daha sonra gelmiş olmasına rağmen, kazandıkları siyasal güç dolayısıyla Meksikalı Amerikalıların eyalet tarihindeki etki ve katkılarına küçük görmüşlerdir. Oysaki eyalete adını veren Meksikalı Amerikalıların katkıları yadsınamayacak kadar çoktur. Fakat günümüzde, birçok Meksikalı kasaba yok olmuştur. Bu kasabaların İspanyolca olan adları İngilizce olarak değiştirilmiştir. 1850'de Avrupa Amerikalı yerleşimciler gelinceye kadar, yerliler ve New Mexico'dan gelen İspanyollar arasında iç savaş 230 yıl kadar devam etmiştir (Noel, 2011:67-77). Colorado, 1876'da resmi olarak eyalet statüsüne kavuşmuştur (Runnels, 1976:6).



Şekil 1. Luis Valley (Noel, 2011:67)
(Figure 1. Luis Valley)

Tarım, madencilik, büyük/küçükbaş hayvancılık sayesinde ekonomisinin gelişmesiyle 1957'de 1.670.000 nüfusa ulaşan Colorado, doğal güzellikleri, dağlık alan ve gölleriyle binlerce turisti cezbetmiştir. Altın ve gümüş, ana mineralleri olmakla birlikte, kurşun



ve çinko diğer önemli madenleridir. Kömür deposu olan eyalet, molibdenin üretildiği en önemli bölgedir. Ayrıca uranyum ve geniş petrol yatakları bulunmaktadır. Göreceli olarak küçük bir eyalet olmasına karşın, altı devlet üniversitesi ve kolejine ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca eyalette, Amerika Birleşik Devletleri Hava Gücü Akademisi (United State Air Force Academy) gibi daha başka yükseköğrenim kurumları da bulunmaktadır (Kobre, 1959:248).

II. Dünya Savaşı'ndan sonra televizyon, diğer eyaletlerle başını sağılayan geniş yollar, su projeleri, gelişen ekonomi ve hava ulaşımı ile Colorado'da yaşam değişmiştir. Denver "ikinci ulusal başkent" takma adıyla federal ajansların Denver Federal Merkez'de yer aldığı bir alana dönüşmüştür (Ubbelohde, Benson ve Smith, 2006:333-334). Colorado'nun başkenti Denver, 1880'de 35 bin nüfusa sahipken yüzyılın başında bu oran 133 bine ve daha sonra 415 bine ulaşmıştır. 1958'de metropolitan bir şehir olarak nüfusunu neredeyse ikiye katlamış ve 700 bine ulaşmıştır. Denver, Rocky Dağı (Rocky Mountain) bölgesinin iş ve finansal merkezidir. Kültürel bir merkez olmasının yanı sıra eğitimde de önemli bir kenttir ve Colorado Boulder Üniversitesi (University of Colorado Boulder) hemen yanı başında yer almaktadır. Dünyada ve Amerika'da önemli havayolları, demiryolları ve karayollarına sahiptir (Kobre, 1959:249). Boulder-Denver arasında Boulder-Denver Turnpike-paralı yol 1952 de açılmıştır. Bu yoldan 1966'a kadar 13774 kişi günde 25 cent ödeyerek geçmiştir. Ulusal Standartlar Bürosu (şimdiki adı Ulusal Standartlar ve Teknoloji Enstitüsü) ve Ulusal Hava Araştırma Merkezine sahiptir. "Coloradolul işçiler, 'mutlu kampçılardır'" sözyle bu bölge insanının iş bulma ve ekonomik bakımdan rahat olduğu yaygın biçimde kabul görmektedir. Fakat son raporlara göre (2003), %17 Denver işçisi "işinden memnun değil"dir ki bu Amerika Birleşik Devletleri genelinde %22'dir. İşçiler, oldukça az ücret almak, daha iyi ve arzu ettikleri alanda çalışmak gibi sebeplerden mutsuzluklarını dile getirmişlerdir (Ubbelohde, Benson ve Smith, 2006:333-348, 400-401). Amerika'nın orta bölgesinde doğal güzellikleriyle zenginliğini koruyan bir eyalet olarak yer alan Colorado, tarihte yaşanan gazetecilik pratiklerine tanıklık etmiştir. Eyaletin önemli gazeteleri arasında yer alan *The Denver Post*, *yellow journalism/sarı gazetecilik* pratikleriyle Amerikan basın tarihinde yerini almıştır.

4.2. The Denver Post ve Sarı Gazetecilik

(The Denver Post and Yellow Journalism)

4.2.1. Bir Gazetenin Doğuşu: İlk Yıllar (1890-1900)

(Birth Of A Newspaper: The Early Years (1890-1900))

Harry H. Tammen⁷ 1880'de Denver'a gelerek işletmeci olarak çalışmaya başladı. Korsikalı bir aileden gelen Fred G. Bonfills⁸ ile

⁷Tammen, Baltimore çocuğuydu ve Bonfill'den 4 yaş büyüktü. Hollanda'ya konsolostukta ateşe olarak çalışan ve daha sonra Amerika'ya gelen Alman bir eczacının oğluydu. Sekiz yaşındayken babasını kaybetti ve Tammen, eğitimine Knapp's Academy'de devam etti. Bowling sahasında pinboy olarak çalıştı. Tammen, tıbbul, babacan ve karşısındakine güven veren bir görünüme sahipti (Tebbel,1969:159).

⁸Frederick Bonfills bir girişimciydi. 1860'da Missouri Troy yakınlarında dünyaya geldi. Babası hakim olan Bonfills, yedi çocuklu bir ailede büyüdü. Annesi Virginia, büyükbabası modern dil profesörü, büyükannesi ise Boston'luydu, Troy'da okula gitti. Çok hareketli bir çocuk olan Bonfills, orduya katılma kararı aldı ve eğitim almayı reddetti. Colorado Vanon City'de bir askeri okulda eğitim subayı ve Matematik Öğretmeni olarak çalışmaya başladı. Daha sonra Troy'a geri dönerek babasının sigorta ofisinde ve Missouri yasama meclisinde memur olarak çalıştı. Sigorta satıcılığı, Bonfills'e promosyon ve satıcılık yeteneklerini kullanmasına olanak tanıdı. Kansas Missouri ve Teksas göçmenlerine emlakçılıktan çok satış yaptı ve iyi bir gelir elde etti. 1889'da Oklahoma bölgesinde yasal olmayan yollarla kazanç elde etti. Bonfills, asık suratlı, siyah bıyıklı ve Clark Gable'a benzeyen yakışıklı yüzüyle Missisipi'nin kumarbazıydı. Kansas City'de reformcu va başarılı bir editor olan William Rochill Nelson ile arasında Louisioan Lotaryalarını

Tammen burada tanıştı ve iki girişimci 1895'de ortaklık kurdular. Önce bir antika dükkânı işlettiler. Daha sonra Bonfills'in 12500 dolar vererek aldığı akşam gazetesi *The Evening Post*'un⁹ adını 28 Ekim 1895'de değiştirerek *Post* olarak çıkarmaya başladılar. Tammen şişman ama becerikli, hayalperest bir organizatördür. Bonfills uzun, yakışıklı ve keskin siyah bıyıkları olan asık suratlı, cimri bir kumarbazdır (Bkz.Şekil 2) (Mott, 1950:567; Vaughn, 2008:135).



Şekil 2. The Denver Post'un kurucuları, Harry Tammen ve F.G. Bonfills (<http://blogs.denverpost.com/library/2012/08/08/120th-anniversary-denver-post/2930/>, Erişim Tarihi: 14.07.2014).

(Figure 2. Founders of The Denver Post, Harry Tammen and F.G. Bonfills)

Gazetecilik hakkında bir şey bilmeyen ortakların en önemli avantajı, gazetelerinin seslendiği kitleyi, Denver halkını iyi tanımlarıdır. Gazetelerini, "sizin büyük kardeşiniz" (your big brother), "kalbin ve ruhun gazetesi" (the paper with a heart and soul), "halk bilebilir" (so people may know) gibi sloganlarla yayınladılar (Tebbel, 1969:159). Tammen editörüne, gazetesinin bir vodvil gösterisindeki gibi ağlama, gülme, merak, heyecan, melodram, trajedi, aşk ve nefret duygularını okuyucuya vereceklerini söyledi (<http://blogs.denverpost.com/library/2012/08/08/120th-anniversary-denver-post/2930/>, Erişim Tarihi:14.07.2014). Buradan da anlaşılabilir gibi *Denver Post*, başlangıcından itibaren magazin formatında kendini programladı. Böylelikle Tammen ve Bonfills, Denver gazeteciliğine "yellow journalism"i (sarı gazetecilik), getirdiler. Rakibi *Rocky Mountain News*'in¹⁰ deyişiyle "Bonfills etik gazeteciliği aforoz etti" ve *The Post* "rezilce ama okunan" bir gazete olarak Amerikan basın tarihinde yer aldı.

Post; *Rocky Mountain News*, *Denver Times*, *Express* ve *Republican Colorado* gibi diğer 4 rakip günlük gazetelere karşı tiraj savaşı vererek başarılı oldu. Pazar dışında 8 sayfa olarak 6000 baskıyla düzenli ve günlük olarak yayınlanmaya başladı (Vaughn, 2008:135; Emery, Emery ve Roberts, 1996:289-290). 29 Mayıs 1898'de ise, ilk kez Pazar eki ile 16 sayfa ve 50 cents üyelikle dağıtıldı (http://mbasic.facebook.com/denverpost?v=timeline&timecutoff=1393336014§ionLoadingID=m_timeline_loading_div_1420099199_1388563200_8_&timeend=1420099199×tart=1388563200&tm=AQCrDFoDTG7h1Spb&refid=17, Erişim Tarihi:14.07.2014). *Post*, Amerikan basın tarihine geçecek olan "red ink" (kırmızı mürekkep) hareketinin öncüsü oldu. Ortaklar, gazetenin adını kırmızı mürekkeple çıkartarak basında ilk kez, farklı

yönetirken anlaşmazlık çıktı (Tebbel,1969:157-158). Bu anlaşmazlık daha sonra *Denver Post*'taki gazetecilik yaklaşımının belirlenmesinde rol oynamıştır.

⁹ "Evening Post" adıyla 8 Ağustos 1892 tarihinde 50 bin dolarla Curtis Street 1744 numaralı ofiste yayın hayatına başlamıştır. 26 Ağustos 1893 ve 22 Haziran 1894 arasında yaklaşık bir yıl yayına ara vermiştir (120th Anniversary The Denver Post).

¹⁰Rocky Mountain News'in kurucusu Colorado'nun en eski gazetesidir. Byers, Mart 1859'da Nebraska'dan ayrılarak Colorado'ya gelmiştir(Ubbelohde, Benson ve Smith, 2006:83).

bir uygulama yarattılar. Amerikan gazeteciliğinin "yellow journalism" tanımlamasında yerini bulan bir harekete imza atan Bonfills ve Tammen, ofislerini de kırmızıya boyayarak "Kırmızı oda" olarak adlandırdılar. Fakat bu oda, Amerikan basın tarihinde yaptıkları gazetecilik anlayışı nedeniyle Denverliler tarafından "kan kovası" (the bucket of blood) adıyla anılacaktır. Gazetenin ortaklarından Bonfills, Kansas City'de editör Nelson'ın gazetecilik pratiklerine tanık olmuştur. Bu nedenle gazetecilik konusunda diğer ortağından daha yetkin olan Bonfills, *Post* için "Denver'da bir köpeğin kavgası Avrupa'daki bir savaştan daha önemlidir" sloganıyla hareket etti. *Post*'un tirajları, 4000'den 8300'e fırlayarak üç Denver gazetesinden daha yüksek tiraja sahip hale geldi. *Post* tirajlarını arttırdıktan ve ekonomik olarak yerini sağlamlaştırdıktan sonra Bonfills, girişimcilik içeren işlere başladı (Tebbel, 1969:160; Mott, 1950:567-568). *Denver Post*, Colorado'da tiraj savaşlarını kendisinden daha önce kurulan *Rocky Mountain News* ile yaşadı. Colorado'da günün en iyi ve en büyük ilk yerel gazetesi ve *Post*'un rakibi olan *News*, 26 Mart 1879'da yayın hayatına başlamıştır (Noel, 2011:67-71). Sahibi Thomas P. Paterson'dır. *News*, *Denver Post* yayın hayatına girinceye kadar Colorado eyaletinin en iyi günlük gazetesi olarak kalmıştır (Ubbelohde, Benson ve Smith, 2006:237). Denver'ın iki büyük gazetesi olarak *News* ve *Post* başlangıçtan bu yana birbiriyle yarışan iki gazete olmuştur. 140 yıllık bu mücadeleden *News*, çoğu zaman başarılı çıkmış olmasına karşın *Denver Post*, mücadelesini halen sürdürmektedir. Son 10 yılda ise, bu mücadele sonlanmış gibi görünmektedir. Bu iki gazete arasında yaşanan tiraj savaşları, yeni gazetecilik pratiklerinin Colorado eyaletinde uygulanmasına neden olmuştur.

4.2.2. Sayfa Düzeni, Başlıklar, Gazetenin Örgütlenmesi (1900-1920) (Page Layout, Titles, Organization of Newspaper (1900-1920))

1880 ve 1890'lar ABD'de haftada birkaç kez çıkan günlük gazetelerin başladığı yıllardır. *Chicago Tribune*, *Philadelphia Record* ve *Boston Globe* dünyada en tanınmış gazetelerdir ve üst düzey suç öykülerini yayınlayarak *yellow journalism*'in örneklerini oluşturmuşlardır. İşte *Denver Post* da böylesi bir öyküyü anlatan bir başlıkla çıkmıştır (http://www.newsu.org/angel/content/nwsu_crime_Beat_05/popUps/history.html, Erişim Tarihi: 08.08.2014). Tammen ve Gazetenin sahibi Bonfills, karikatürleri şeritler halinde vermiş ve rakiplerini safdışı etmeyi hedefleyen en iyi fotoğrafları kullanan materyallerle gazetesini satışa sunmuştur (Tebbel, 1969:160-161). Böylelikle Colorado eyaletinde *The Denver Post*, "yellow journalism" in öncüsü olmuştur (Mott, 1950:567).



Şekil 3. Floto Sirki'nin tanıtım afişi (Sunday Paper Debuts)
(Figure 3. The promotional poster of Floto Circus)

Başlangıçta, Hearst ve Pulitzer'in "yellow journalism" kavramından farklı olarak 1920'lerin Jazz Gazeteciliği anlayışında haberlerini yapmıştır. Eski ile yeni haber yapma biçiminin karışımı, eski ile yeni gazetecilik pratikleri arasında bir köprü olan Jazz gazeteciliği ile Denver'da olup bitenleri heyecan verici üslupla anlatan bir gazetecilik anlayışı sergilemiştir (Tebbel, 1969:157).

The Denver Post, Nisan 1901'de ilk kez 24213'e ulaşan okuyucusuyla en çok okunan gazeteler arasında yer aldı. 1 Ocak 1901'de adı *The Denver Post* oldu. 1903'te *The Post* "Sells Brothers Circus"u satın aldı (Bkz.Şekil 3,) (https://mbasic.facebook.com/denverpost?v=timeline&timecutoff=1393336014§ionLoadingID=m_timeline_loading_div_1420099199_1388563200_8_&timeend=1420099199×tart=1388563200&tm=AQCrDFoDTG7h1Spb&refid=17, Erişim Tarihi:14.07.2014). Bonfills safari için arkadaşı Teddy Roosevelt'le birlikte Afrika'ya gittiğinde Tammen, bu sirkte çalışan Otto Floto'u *Post*'un spor editörü yaptı. Tammen, *Post*'un tirajını arttırmak amacıyla "Cheyenne Öncü Günleri" (Cheyenne Frontier Days)¹¹ için yarışlar, Eden'deki Estes Garden Park'ta ilkel Havva heykelleri, piknikler, binicilik, *Post* binasından çocuklara pennyler atma gibi çok çeşitli promosyonları gerçekleştirdi (Mott, 1950:569; Tebbel,1969:162). Ayrıca araba ve otomobil yarışlarını da destekledi. 1907'de ofis, yaklaşık 43 yıl kalacağı Champa Caddesi 1544'e taşındı (Bkz. Şekil 4). (<http://blogs.denverpost.com/library/2012/08/08/120th-anniversary-denver-post/2930/>, Erişim Tarihi: 14.07.2014).



Şekil 4. *Post*'un (Champa) 16. caddedeki binası, (E.T. 14.07.2014, 2012)

(<http://blogs.denverpost.com/library/2012/08/08/120th-anniversary-denver-post/2930/>,).

(Figure 5. *Post*'s building in (Champa) 16th Street)

Denver Post'un ortakları diğer gazetelerle yarışmak amacıyla en iyi makale yazarlarını ve karikatüristleri-çizerleri işe aldılar. Gazete, eyalette tekelleşme konusunda etkili gazetelerden biri oldu. *Post*, sansasyonel haberciliği nedeniyle reklamcı ve diğer elit sınıfın saldırılarına maruz kaldı. Tüm bunlara rağmen tirajlarını oldukça arttırdı. 1908'de her bir ortak gazeteden haftada 100 dolar kazanmaya başladı. Kendilerini "Rocky'lerin yaramaz çocukları" olarak adlandırdılar (Kobre, 1959:249-251). *Post*'un sansasyonel haberciliği, ulusal basında yer alan olaylara da adının karışmasına neden olmuştur.

¹¹Amerika Birleşik Devletleri Wyoming eyaleti, Cheyenne'de 1897'den beri kutlanan her yıl yaklaşık 200 bin insanın katılımıyla dünyanın en geniş kapsamlı açık hava rodeo ve Western festivalidir. Colorado, Nebraska ve Wyoming'te turizm sezonunda yapılan kutlamalar 10 gün sürmektedir (<http://www.cheyenne.org/cheyennefrontierdays/>, Erişim Tarihi: 25.12.2014).



Bunlardan en önemlisi *Teapot Dome Skandalı*'dır. Ulusal düzlemde de önemli olan bu skandal'ı incelemek Denver Post'un gazetecilik pratiklerini ve eyaletteki konumunu anlamak bakımından çalışmamız açısından gereklidir.

4.2.3. Sansasyonel Habercilik ve Teapot Dome Skandalı(1920-1930) (Sensational Journalism and Teapot Dome Scandal(1920-1930))

Kırmızı başlıkla çıkan *Post*, sansasyonel habercilik anlayışını benimsemiştir. Bonfills ve Tammen'in *yellow journalism* taktikleri, *Post*'un Denver'daki tiraj savaşlarında başarı kazanmasını sağlamış, 1920'de, yılda 1 milyon dolar gelir getiren gazeteye dönüşmüştür. Fakat bu başarılarına rağmen *Post*'un sansasyonel haberciliği, mağdurlar yaratmış ve bu mağdurlar, Tammen ve Bonfills'e karşı hakaret davası açmıştır (Emery, Emery ve Roberts, 1996:289-290). *Post*'un sansasyonel haberciliğine örnekleri, ulusal ve yerel düzeyde yaptığı haberlerde görmek mümkün. Çalışmamızda Amerikan basın tarihine geçen örnekleri kısaca açıklayacağız.

Bu haberlerden ilki bir suçlu hakkında yapıldı. *Post*'ta Polly Pry takma adıyla yazan Leonel Campbell, duygu yüklü yazılar yazarak sansasyonel habercilik anlayışını temsil eden gazetecilerdendir. Altın avcılığı yaparken ortağını öldürüp yemekle suçlanan bir suçlu hakkında yaptığı haber, Bonfills ve Tammen'in saldırıya uğramasına sebep oldu. Habere konu olan suçlu, serbest kaldığında gazeteye gelerek, gazetenin kırmızı ofisini silahla taradı ve *Post*'un ortakları küçük bir yaralanmayla ancak kurtulabildi (Tebbel,1969:160-161). *Post*, sansasyonel habercilik anlayışını, ezilenin yanında olduğu gerekçesiyle meşrulaştırmış; bu amaçla vali, kamu hizmetlerinde çalışanları, devlet memurlarını, vaizleri, liderleri haber konusu yapmıştır (Mott, 1950:568). Bu nedenle Bonfills ve Tammen, sıklıkla reklamcı ve elit kesime karşı şantaj yapmakla suçlanmışlardır.

1920-1923'de basın tarihinde *Teapot Dome Skandalı*¹² olarak yer alan olay, *Post*'un sansasyona dayalı habercilik anlayışının bir başka örneğini oluşturur. Bu olaydan Bonfills oldukça büyük kazanç sağladı. ABD senatosu Başkan W.G.Harding ve İçişleri Bakanı A.Ball, bu skandalın araştırılması için bir komite kurdular. Senato komitesi, *Post*'un Sinclair Petrol Şirketi'ne saldırılarını durduktan hemen sonra 750 milyon dolarlık bir anlaşma yaptığını ve 250 milyon dolarlık bir ödemenin de gerçekleştiğini rapor etti. Petrol ile ilgili haberleri bir süreliğine yapmayan *Post*, aniden haberleri yayınlamaya başladı. Bu durum Bonfills'in 1 milyon dolar rüşvet aldığı iddiasını gündeme getirdi ve *Amerikan Gazeteci Editörler Topluluğu Etik Komitesi* (*American Society of Newspaper*) *Post*'un kovulması kararını aldı. Fakat iddialar kanıtlanamadı. Bonfills, üç yıl sonra komiteden istifa etti

¹²*Teapot Dome Skandalı*'ı 1920-1923 yılları arasında Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya çıkan rüşvet skandalıdır. Wall Street Journal, İçişleri Bakanı Albert B. Fall'ın usulsüz biçimde özel bir petrol şirketine Wyoming'te bulunan Teapot Dome Petrol sahasının kontrolünü donanmadan alarak devrettiğini açıklamıştır. Bunun üzerine başlatılan soruşturmada Montana Demokrat Parti Senatörü Thomas Walsh "İçişleri Bakanının bu kadar kısa sürede nasıl zengin olduğu" sorusu ile soruşturmayı yürütmüştür. Devam eden davalar sonucunda Yüksek Mahkeme (Yargıtay) 1927'de Bakanı suçlu bulmuştur. Bu skandal Amerikan siyasi tarihinde, en sansasyonel skandal olarak yer almıştır (http://www.senate.gov/artandhistory/history/minute/Senate_Investigates_the_Teapot_Dome_Scandal.htm, Erişim Tarihi: 10.12.2014).



(Tebbel,1969:160-163; Mott, 1950:569, Emery, Emery ve Roberts, 1996:290). *Teapot Dome Skandalı*, halen araştırılmaktadır. Konuyla ilgili olarak Bakanlar Kurulu'nda yer alan Harding ceza almış, *Denver Post*, skandala karıştığı gerekçesiyle Etik Komite'den atılmıştır. Diğer Denver gazeteleri ve rakip gazete *Rocky Mountain News*, 5 Kasım'dan itibaren *Denver Post*'un Harry F. Sinclair'e saldırılarının aniden övgüye dönüşmesini eleştiren yayınlar yapmıştır (Mott, 1950:570). The *Denver Post*, Amerikan siyasi tarihinde ulusal düzeyde etkili olan bu skandalda yerel bir gazete olarak yer almıştır. Böylelikle, gazetecilikte "etik" tartışmaların yapılmasının yolunu açan bu skandal haber, basın tarihinde demokratik düzlemde gazetecilik pratiklerinin gelişimini sağlayan bir olay olarak tarihe geçmiştir.

Post, genel olarak işçilerin lehine ve işverenleri eleştiren yazılar yazmakla birlikte "etik" tartışmaların öznesi konumunda yer alan habercilik anlayışını uygulamaya devam etmiştir. Bunlardan bir başkası ise, *Teapot Dome Skandalı*'nda gösterdiği habercilik anlayışına benzer bir yaklaşımla tramvay şirketleri ve işçiler arasında gerçekleşen bir olayda sergilemiştir. İşçilerin lehinde yazılar yazarken bir anda tutumunu değiştirmiş; işçilerin aleyhinde, işverenin lehinde yazılar yazmaya başlamıştır. Bu yayıncılık anlayışı o kadar etkili olmuştur ki grevcilerden bir grup *Post*'un binasına gelerek "adalet" içerikli slogan atmıştır. Daha sonra bu konuyla ilgili *Eyaletler Arası Ticaret Komisyonu (Interstate Commerce Commission)* bir araştırma yapmış ve *Post*'un bu şirketten 60 bin dolar rüşvet aldığı ortaya çıkmıştır (Tebbel, 1969:161-162).

Tüm bunlara rağmen *Post* diğer gazetelerle açık biçimde mücadele ederken bile Amerikan basın tarihinde yer alan sosyal sorumluluk kapsamında girişimlerde de bulunmuştur. Bunlardan biri, yerel kömür fiyatları ile ilgili yaptığı girişimlerdi. Kömür fiyatları o kadar yükseldi ki Bonfills, fiyatların indirilmesi konusunda kömür şirketleriyle görüştü. Fakat bu konuda başarısız oldu ve kendisi ucuza kömür satışı yaptı (Mott, 1950:568-569; Kobre, 1959:250). 19 Temmuz 1924'de Tammen, Children Hospital yararına bir buçuk milyon dolar yardım bırakarak kanserden hayatını kaybetti. 1926'da *Rocky Mountain News* dışında bütün rakiplerini geride bırakan *Post*, "Rocky Dağı imparatorluğunun sesi" sloganıyla birinciliğini ilan etti (Vaughn, 2008:135). 1926'da *Denver Post*'un geliri yılda 1 milyon dolar, tirajı ise 150 bin civarındaydı. Howard (*News*) ve Bonfills (*Post*) arasındaki rekabete bağlı tiraj ve promosyon savaşları devam etmekteydi. 1927 Şubat'ında Denver'da gazeteler, "benzin savaşı"na dönüşen tiraj savaşına başladılar. Pazar ekleri için bedava benzin satışı promosyonu, basın tarihinde önemli olaylardan biri olarak yer aldı. *News*, Pazar ekini "2 galon benzin bedava" sloganıyla çıkarırken *The Post* "4 galon benzin bedava" promosyonuyla karşılık verdi. Bir süre sonra, gazete satıcıları kahve ve çörek servis etmeye başladı. Fakat bu promosyon, o kadar pahalıya mal oldu ki her iki gazete için Pazar ekleri 100 sayfayı aşınca baskıya veremez hale geldiler. Zarar etmeye başlayınca anlaşma yaptılar. Bu anlaşmaya göre *Post* sabah, *News* ise öğleden sonraki baskıları aldı. Pahalı promosyon yarışı bitse de editoryal yarış devam etti (Stoler, 1986:318-319; Mott, 1950:570; Tebbel,1969:163-164).

1932'de Demokratlar¹³ Denver'da konuşma yaptı ve Bonfills'i hedef alan bu konuşmalarda "çingiraklı yılan gibi zulmeden adamlara bir çingiraklı yılan gibi davranılmalıdır. Bonfills bir halk düşmanıdır ve 30 yıldır Colorado'da ikiyüzlü bir yılan olarak iz bırakmıştır" dedi.

¹³ Başlangıçta Colorado eyaletinde Demokratlar azınlıktaydı (Abbott, Leonard ve McComb, 1994:76).



News'in yayınladığı bu konuşma üzerine Bonfills, 200 bin dolarlık hakaret davası açtı. 72 yaşında olması, sağlık sorunları nedeniyle mahkemeye devam edemedi ve 1933 yılında hayatını kaybetti (Mott, 1950:457-458; Tebbel,1969:163-164).

17 Aralık 1927'de Bonfills, "insanlığın gelişmesi" adına, özellikle tüberküloz ve kanser araştırmalarına kaynaklık etmesi için kendi adına kurulmuş vakfa 20 milyon dolar miras bırakmıştı. 1933'de ölümünden sonra ise, 10 milyon dolarlık varlığı bu vakfa ayrılmış; gazeteden kaynaklanan davalar için geri kalan miras kullanılmak zorunda kalmıştır (Lee, 1937:457-458). 2 Şubat 1933'de, Bonfills'in kızları Helen ve May, "Frederick Gilmer Bonfills Vakfı"nı aktif hale getirdiler. 19.yüzyıl gazeteciliğinin iyi bir örneği olan *Denver Post*, 1940'larda "Ruhun ve kalbin gazetesi" olarak sosyal sorumluluk içinde hareket eden bir gazete olmayı tekrar başardı (Kobre, 1959:248). 1946'a kadar editör Willma C. Shepherd *Post*'u yönetti. II.Dünya Savaşı'nın sonuna kadar Bonfills'in kızı Helen ve yönetim kurulu üyesi Ray Chambel gazetenin revizyon geçirmesi gerektiğine karar verdi. Bu amaçla 20 Şubat 1946'da the Portland Oregon'un yayıncısı ve editörü Palmer Hoyt'u gazeteye aldı. Gazetenin iyileştirilmesi konusunda oldukça çok para harcanarak "business" bölümü eklendi ve Pazar eki çıkarıldı. 19 Mayıs'ta editöryal bir sayfa oluşturuldu (http://mbasic.facebook.com/denverpost?v=timeline&timecutof=f=1393336014§ionLoadingID=m_timeline_loading_div_1420099199_1388563200_8_&timeend=1420099199×tart=1388563200&tm=AQCrDFoDTG7h1Spb&fid=17, Erişim Tarihi: 14.07.2014). Palmer Hoyt, gazetecilik alanında çalışmalarına *Denver*'da başladı. *Post*'u editöryal olarak tekrar düzenledi, sayfa yapısı ve içerikte değişiklikler yaptı (Emery, Emery ve Roberts, 1996:569).

Palmer Hoyt, 1897'de Roseville İllionis'de doğmuş, New England'da çocukluğunu geçirmiş, ailesiyle Montana'ya dönmüştü. I.Dünya Savaşı'ndan sonra University of Oregon'a kaydoldu. *Portland Oregon*'da düzeltmen olarak işe başladı. Eyaletin en eski gazetesinde çalışan Hoyt, çeşitli departmanlarda görev aldı. Hoyt, *Denver Post*'a geldikten hemen sonra profesyonel gazetecilik kapsamında haberlerin yayınlanması ve oluşumunu sağladı. *Post*'un tantanalı, gösterişli habercilik tipografisini değiştirdi. Eyalet yasaları, vergi sistemi, ceza sistemi, vatandaşlara yönelik hizmetler gibi konularda haber yapan *Post*, ulusal düzeyde de sağlık sistemi, çiftçilerin sesi ve sivil özgürlükler gibi konularda yayınlar yaptı. Yeni sloganları "böylece insanlar bilebilir", "memnun olan bir insan için umut yoktur" idi. İlk ve son sayfalarda "Rocky Mountain imparatorluğunun sesi" sloganı gazete adının hemen yanında yer aldı. *Post* için basın özgürlüğü, okuyucunun bilme hakkının engellenmemesiydi. Hoyt 1947'de gazetenin punto, harf stilleri gibi biçimsel öğelerinde radikal değişiklik yaptı. Sadece kırmızı üst çizgi ve başlık ilk sayfada kullanıldı. Pazar eki ayrı bir bölüm olarak kuruldu. *Denver Post*'un sayfa sayısı, 56'dan 123'e çıktı. Tüm bu yenilikler için 6 milyon dolar harcandı (Kobre, 1959:251-253).

Bundan sonra *Post*, sivil haklar için yayınlar yaptı. Örneğin Kasım 1950'de "eğer sürekli kanatırsak yaralı bölge asla iyileşmez" yorumunu Colorado'nun yoksul Meksika-Amerikalıları için yapmıştır. Hoyt, yerel veya bölgesel düzeydeki konuları içeren, tiyatro, müzik, sinema, okul vb. kapsamlı ve resimli yazılar-yazı dizileri yayınlattı. Colorado'da yerel bir şubenin yanında Washington'da da bir büro açtı. "Colorado: kimin nehri?", "Verginiz baş ağrısı" gibi başlıklarda da görüldüğü gibi yerel düzlemde vatandaşlık bilinci geliştirmeyi hedefleyen habercilik anlayışını benimsedi. Hoyt, yayın politikasını



"nesnellik" üzerine kurduğunu, farklı görüşleri içeren köşe yazıları kullanarak demokrasinin işlerliğinin kazanmasını sağlamayı hedeflediğini, "köşe yazarlarının görüşleri kendi görüşleridir. Hiçbir editöryal baskı yoktur. Yazarlar okuyucuları yönlendirmek için yazmamaktadır" sözleriyle de açıkladı (Kobre, Sidney, 1959:252). Ekim 1950'de *The Post* fotografer baskı-tifdruk baskı ilk kez kullandı. Mayıs 1950'de ofis 15. Cadde ve California caddesinin birleştiği köşeye şimdiki Convention Center Hotel'in bulunduğu alana taşındı (http://mbasic.facebook.com/denverpost?v=timeline&timecutoff=1393336014§ionLoadingID=m_timeline_loading_div_1420099199_1388563200_8_&timeend=1420099199×tart=1388563200&tm=AQCrDFoDTG7hlSpb&refid=17, Erişim Tarihi:14.07.2014). Görüldüğü gibi *Denver Post*, 19.yüzyılda *yellow journalism* pratikleriyle girdiği arenada, 20.yüzyıla gelindiğinde sosyal sorumluluk içeren yayınları ve ciddi habercilik anlayışı ile prestij kazanmaya çalışmıştır. *Denver Post*'un 1946-1950 arasındaki tirajında %20 bir artış, aboneleri 231888 ve Pazar eki tirajında %15 artış ve aboneleri ise 363784 ve reklamlarda %90 bir artış sağladı. *Post*, heyecan verici liderlik gücünü bütün seviyelerdeki demokrasi problemlerini tartışmada kullanarak halkı yönetime katılmaya çağırdı ve cesaretlendirdi. Bunun temel nedeni, yayın politikasının belirlenmesinde etkin olan yayın yönetmenindeydi. 1958'e gelindiğinde *Post*'un tirajı 254519, Pazar baskısı ise 336330'e ulaştı (Kobre, 1959:253).

Gazete uluslararası ve sivil haklar yanlısı olma konusunda çalışmalarını yürütmeye devam etti. *Post*, politik alanda tarafsızlığını göstermek için seçimlerde senato için Cumhuriyetçi bir aday, yerel seçimlerde ise Demokrat bir adayı destekledi. ABD'nin 35.Başkanı John F. Kennedy, sevilen tv imajıyla seçimleri kazanmıştı. Oysa ki Richard Nixon, 694 gazetesinin desteğini alırken, Kennedy sadece 194 gazetesinin desteğini alabilmişti (Stoler, 1986:374). *Post* bu seçimlerde (1960), Nixon'a karşı Kenedy yanlısı tutum sergiledi. Hoyt, emekli olduktan sonra *Post*, muhafazakâr bir tutum sergilemiştir. Gazete, halen okul olanakları, hapishaneler ve sağlık reformları gibi konularda yayınına devam ederek yerel politikaları ve eyaleti etkilemektedir (Wallechinsky ve Wallace, tarih yok). William Dean Dingleto'un (Media News Group), 1987'de gazeteyi 95 milyon dolara satın almasına kadar *Post*'un, tirajı arttı (Vaughn, 2008:135-136).

Rakip gazete *Rocky Mountain News* ve *Post*, tiraj için korkunc bir yarış içinde olmaya devam etmekteydi. Birçok reklam, haber akışı, karikatür ve haber sayfaları ile tiraj savaşını devam ettirdiler. Her iki gazete de günlük abonelik ücretlerini okuyucuları cezbetmek için düşürdü ve her ikisi de ülkede en geniş tiraja sahip gazete olduklarını iddia etti. Mayıs 2000'de *E.W. Scripps Company* ve *Rocky Mountain News* ile anlaşma yaptı. Sonraki on yıl içinde *News* 123 milyon dolar kayba uğrarken *Post* 192 milyon dolar kazandı *Denver Post* ve *Rocky Mountain News*, 2001'de uzlaşmayı içeren bir anlaşma (Joint Operating Agreement) yaptı ve Denver Gazete Ajansı'nı (Denver Newspaper Agency) kurdular. Bu anlaşmayla, her iki gazete bağımsız olmakla beraber baskı konusunda anlaşdılar. *Post* ve *News* arasındaki yaklaşık 1 penny kadar gazete fiyatlarını düşüren tiraj yarışı böylelikle sona ermişti (Vaughn, 2008:401). İki gazete arasındaki ortaklık anlaşması, adalet bölümünün (justice department) oluşturulmasına neden olmuştur (Ubbelohde, Benson ve Smith, 2006:386). Şubat 2001'den itibaren bileşmelerinden sonra tirajları her iki gazetesinin de düşmüştür. *Post*, 420033 günlük ve 586.485 Pazar baskısı; *News* ise, günlük 246465, Pazar baskısının 529681 tiraja ulaştığını iddia etti. Aralarındaki anlaşma tiraj ve reklamcılık



alanlarında yeni işlerin ortaya çıkmasına neden oldu. *Denver News Ajansı*, *USA Attorney General Janet Reno*'nun (Şubat 2001) kaydında yer aldı. Her iki şirket yarı yarıya kâr elde etti. Fakat *E. W. Scripps Şirketi* ve *News, Media News* ve *Post*'a 60 milyon dolar ödemek zorunda kaldı. Gazetelerin editoryal bölümleri bağımsız bırakıldı. Fakat baskılarda ortaklık kurdular ve hafta içi sabah ve hafta sonu Cumartesi baskısını *Post*, akşam ve Pazar baskısını *News* yaptı. 2001'de her iki gazete Pulitzer ödülüne layık görüldü (Kodrich, 2011). Colorado eyaleti, bu iki gazetenin tiraj yarışında ilginç haberlere tanıklık etmiştir.

Tiraj kavgası 2000'lerde her iki gazetenin uzlaşmasını içeren bir anlaşmayla durdurulmuş gibi görünse de her iki gazete de Denver'in birinci gazetesi olduğu iddiasını sürdürmüştür. *Denver Post*'un editörü, 2002'de *Post*'un African American günlük gazete olarak tirajının en yüksek olduğunu iddia etti. Oysaki MediaNews Group'un Başkanı yayıncı William Dean Singleton, ekonomik olarak gazetelerin zor durumda olduğunu belirtmekteydi. *Post*'un günlük tirajı, hafta içi 268000 iken yaptıkları ortaklık anlaşmasından (Joint Operating Agreement) sonraki 5 yıl içinde yaklaşık 150000 düşmüştür. Pazar tirajı ise 736000'dir. *Denver Post* yaklaşık yüz yıllık bir süre geçmesine, baskı ve yayın tekniklerinin değişmesine, online gazeteciliğe rağmen halen yayın hayatını sürdürmektedir (Vaughn, 2008:135-136). *Denver Post* ve *Rocky Mountain News* arasındaki tiraj mücadelesi yüz yıldan fazla sürmüş ve bu mücadele Amerikan basın tarihinde promosyon savaşlarıyla yer almıştır.

5. SONUÇ (CONCLUSION)

Günümüzde gazetecilik endüstrisi ve profesyonellik çerçevesinde, "ne çeşit bir gazetecilik oluşturulmalıdır" sorusu sıkça sorulmakta (Anderson, 2013:166), küresel ticaretin geliştiği ve haberlerin bu platformda kullanıldığı görülmektedir. Artık "yereldeki aktörler, küreseldeki aktörler" ayrımının anlamı kalmamıştır. Aslında küresel alanda, ulusal veya global düzeydeki haberler yerelleştirilmekte, zaten yerel düzeyde var olan haberler, 'Batı' medyası tarafından Batı'daki yurttaşları ve paydaşlarına küresel ekonomik politika içinde enformasyon olarak verilmektedir. Batı haber medyası global bir imagination-kurgulama¹⁴ içinde, haber olarak düşünülen yerel kurguları sabitlemektedir. Yüzyılın ortalarında Sovyetler Birliği'nin çöküşü, Batı'yı özgürlük ve bağımsızlık terimlerini 'demokrasi' konusuyla birleştirmeye yöneltmiştir. Batı'nın, kendisine yönelik olarak yürüttüğü saldırı kampanyalarından en çok bilineni El Kaide'nin 11 Eylül 2001 tarihindeki saldırıları olmuştur. Bundan sonra ABD başkanı Bush "Bizden değilseniz karşısınız" söylemini kullanmış, iyi-kötü kelimeleri ve bununla ilgili imgeler medyada sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. 11 Eylül saldırılarından sonra "Batı" haber medyası, güven krizi nedeniyle üç yüzyıllık eski habercilik anlayışını değiştirerek dönüştürmüştür. Böylece küreselleşmeyi tasarlayan anlayış değişiklik geçirmiştir (Stanton, 2007:1-10, 51). Dolayısıyla basında "Biz ve Onlar" ayrımının yaratıldığı görülmektedir.

Günümüzde gazetecilik pratiklerinin bu tartışmalar çerçevesinde gerçekleştiği düşünüldüğünde, merkezde Amerika Birleşik

¹⁴Imagination, image ve imaginery kelimeleri, kendi kimliğimizi koruyarak, biçimlendirdiğimiz izlenimler, biçimler ve içerikleri içeren bir süreç ve hareketi tanımlar (Stanton, 2007: 15). Yaşam biçimi, medya kurumları tarafından tasarlanmaktadır. Gazete toplumu İngiltere'deki yerel ve bölgesel gazeteler için lobi grupları ve ticaret merkezleri oluşturmakta ve reklamlarla ayakta kalmaya çalışmaktadır (Aldridge, 2007:7).



Devletler'indeki dinamiklerin etkin rol oynadığı ortadadır. Bu bağlamda, teknolojik gelişmelerin merkezi durumunda olan Amerika'nın tarihsel arka planında yer alan gazetecilik pratiklerinin önemi bu çalışmada gösterilmeye çalışılmıştır. Büyük bir ülkenin yerel düzlemde, Colorado eyaletinde, *The Denver Post* örneklemindeki demokrasi mücadelesi, demokratik değerlerin gelişmesini sağlamıştır. *Yellow journalism/sarı gazetecilik/magazin gazeteciliği* kavramları günümüzde olumsuz ifadelerle anılmasına rağmen, bu çalışmada ortaya konulmaya çalışıldığı gibi demokratik değerlerin gelişiminde, ifade ve basın özgürlüğünün yaratılmasında olumlu katkılar sağlayan gazetecilik türü olarak gelişmiştir. *Post*'un tirajını arttırmak amacıyla yarattığı gazetecilik pratikleri, promosyonlar, sosyal sorumluluk kapsamında halkın yanında yer alma, yerel düzlemde de olsa iktidarı eleştiren yayınları, düşünce ve basın özgürlüğü temelinde demokratik kültürün gazetecilik alanında yerleşmesini sağlamıştır.

Bu çalışma, Amerikan basın tarihinde yer alan yerel bir gazetenin, iktidarı eleştirme, mevcut hegemonik söyleme karşı durma ve kitlelere ulaşabildiğini göstermeye çalıştı. Kitlelere ulaşmanın yolu olabilecek *Yellow journalism* pratikleri, iktidarı eleştiren ve halka ulaşan yanıyla demokrasi mücadelesinde önemli aşamalar kaydedilmesini sağlamıştır ve sağlamaktadır. Günümüz yayıncılık alanında görselin ve digitalin egemenliği ile yarışmakta güçlük çeken yazılı basın, *Yellow journalism* gazetecilik pratikleri ile bunu aşmaya çalışmakta; habercilik her geçen gün magazin gazeteciliğine daha fazla kaymaktadır. Dolayısıyla *Yellow journalism/sarı gazetecilik/magazin gazeteciliği*, demokrasinin gelişimini sağlayacak etkili araçlardan biri olabilir. Bu bağlamda çalışmamız, Türkiye'nin demokrasi ve basın özgürlüğü mücadelesi için örnek oluşturabilecek Amerika'nın yerel ve ulusal gazetecilik pratikleri çerçevesinde daha geniş başka çalışmalara kaynaklık etmeyi umut etmektedir.

TEŞEKKÜR (THANKS)

Bu çalışmanın gerçekleşmesi sırasında ve ABD'de bulunduğum süre boyunca yardımlarıyla çalışmama sağladığı önemli katkılarından dolayı Prof. Michael McDevitt'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Berry, T.E., (1976). *Journalism in America: An Introduction to the News Media*. New York: Hastings House.
- Abbott, C., Leonard, S.J., and McComb, D., (1994). *Colorado, A History of The Centennial State*, Colorado: Niwot Press .
- Aldridge , M., (2007). *Life is Global: Living is Local Understanding The Local Media*. Maidenhead: Open University Press.
- Anderson, C.W., (2013). *Rebuliding the News: Metroplolitan Journalism in the Digital Age*. Philadelphia: Temple University Press.
- Campbell, W., (t.y.). *Yellow Journalism Puncturing the Myths, Defining the Legacies*.
<http://academic2.american.edu/~wjc/yellowjo/timeline.html#96>, Erişim Tarihi:26.12.2014.
- Delevi, M. and Almaleh, S., (10 Nisan 2013). *Yahudi Asıllı Gazeteci Joseph Pulitzer Doğdu:10 Nisan 1847*.
<http://www.salom.com.tr/newsdetails.asp?id=86610>, Erişim Tarihi: 23.12.2014.



- Duran, R., (08.07.2006). Amerikan Pop Gazeteciliği Eskiden... <http://eski.bianet.org/2006/07/07/81782.htm>, Erişim Tarihi: 15.01.2015.
- Emery, M., Emery, E., and Roberts, N.L., (1996). The Press and America' an interpretive history of the mass media. USA: Allyn&Bacon A Simon&Schuster Company.
- Franklin, B. and Murphy, D., (1991). What news? : the market, politics, and the local press. London, New York: Routledge.
- İrvan, S., (Ocak 1999). Medya Etiki ve Meşruluk Sınırları. Birikim Sayı 117, <http://www.birikimdergisi.com/sayi/117/medya-etiki-meşruluk-sinirlari>, Erişim Tarihi: 23.01.2015.
- Kaplan, R., (?). Yellow Journalism. W. Donsbach (Dü.) içinde, The International Encyclopedia of Communication (Cilt XI, s. 5369-5371). University of California.
- Kobre, S., (1959). Modern American journalism. Florida: Tallahassee Institute of Media Research Florida State University, Phd Thesis, <http://hdl.handle.net/2027/uc1.b3555096>, Erişim Tarihi: 11.12.2014.
- Kodrich, K., (2011). Denver Post. (D.J. Wishart, Dü.) Encyclopedia Of The Great Plains, <http://plainshumanities.unl.edu/encyclopedia/doc/egp.med.015> Erişim Tarihi: 25.08.2014.
- Lee, A.M., (1937). The Daily Newspaper in America: The Evolution Of A Social Instrument. New York: The Macmillan Company.
- Mott, F.L., (1950). American journalism : a history of newspapers in the United States through 260 years: 1690 to 1950. New York: Macmillan.
- Noel, T.J., (2011). Colorado: The Highest State. Coulter , University Press of Colorado. Colorado, USA.
- Runnels, D.D., (1976). Boulder, A Sight to Beyond: Guidebook: Self-Guided Tours of The Historic City, Geology and Scenery, University of Colorado, plus Short Side Trips to Nearby Areas. Boulder: Estey Printing Co.
- Sim, J.C., (1969). The Grass Roots Press: Amerika's Community Newspapers Ames. Iowa State University Press.
- Soygüder, Ş., (2013). Bir Dil Olarak "Sarı" Rengin Anlamı ve "Sarı Basın" Neden "Sarı"? E-Journal od New World Sciences Academy (NWSA) Humanities, 8(2), 184-206. http://www.newwsa.com/download/gecici_makale_dosyalari/NWSA-2809-3061-8.pdf, Erişim Tarihi: 27.01.2015.
- Stanton, R.C., (2007). All News is Local: The Gailure of the Media to Reflect World Events in a Globalized Age. Jefferson, N. C.: McFarland & Co.
- Stoler, P., (1986). The War Against The Press: Politics, Pressure, and Intimidation in the 80's. New York: Dodd, Mead.
- Tebbel, J., (1969). The Compact History of the American Newspaper. New York: Hawthorn Books.
- Tunçdemir, C., (2014). Pulitzer'in ABD Başkanına Karşı 'Basın Özgürlüğü' Savaşı. Amerika Bülteni: <http://amerikabulteni.com/2014/11/05/pulitzerin-abd-baskanina-karsi-basin-ozgurlugu-savasi/>, Erişim Tarihi: 22.01.2015.
- Ubbelohde, C., Benson, M. and Smith, D.A., (2006). A Colorado History. Boulder , Colorado: Pruett Pub. Co.



-
- Vaughn, S., (2008). Encyclopedia of American journalism. New York: Routledge, ss. 135-136; 452.
 - Wallechinsky, D. and Wallace, I., (tarih yok). History of Newspapers: The Denver Post. <http://www.trivia-library.com/a/history-of-newspapers-the-denver-post.htm> Erişim Tarihi: 24.07.2014.
 - <http://blogs.denverpost.com/library/2012/08/08/120th-anniversary-denver-post/2930/>, Erişim Tarihi: 14.07.2014.
 - http://www.senate.gov/artandhistory/history/minute/Senate_Investigates_the_Teapot_Dome_Scandal.htm, Erişim Tarihi: 10.12.2014.
 - http://mbasic.facebook.com/denverpost?v=timeline&timecutoff=1393336014§ionLoadingID=m_timeline_loading_div_1420099199_1388563200_8_&timeend=1420099199×tart=1388563200&tm=AQCrDFoDTG7h1Spb&refid=17, Erişim Tarihi: 14.07.2014.
 - <http://www.cheyenne.org/cheyennefrontierdays/>, Erişim Tarihi: 25.12.2014.
 - http://www.newsu.org/angel/content/nwsu_crimeBeat05/popUps/history.html, Erişim Tarihi: 08.08.2014.