

علل و عوامل پیدایش و گسترش روزنامه نگاری زرد

رضا بهنام راد^۱

مقدمه

حرفه روزنامه‌نگاری در طول تاریخ طولانی و پر فراز و نشیب خود، انواع و اقسام گوناگون و اسم‌ها و ایسم‌های بسیاری یافته است: از روزنامه نگاری نوین گرفته که با بهره‌گیری از تکنیک‌های ادبیات نمایشی، ذهنی‌گرایی و تخیلی (Murphy, 1974: PP. 3-16) و همچنین ایده‌ها و افکار نویسنده در قصه‌پردازی، به مثابه ژانری ادبی در مقابل روزنامه نگاری متعارف یا "روزنامه نگاری سنتی" و کلاسیک سر بر آورد؛ تا روزنامه نگاری انتقادگرا، متعهد، مدافع‌گرا، مشارکت‌جو و اعتراض‌گرا که در تقابل با روزنامه نگاری عینی، تشریحی، تحقیقی و عمقی به صف آرایی پرداختند؛ روزنامه نگاری حتی با توجه به دامنه جغرافیایی پوشش یا فعالیت خود، به روزنامه نگاری محلی، شهری یا بین‌المللی؛ با توجه به موضوع و مخاطب به روزنامه نگاری همگانی یا تخصصی، علمی، ورزشی، هنری و ...؛ با توجه به هویت، تخصص و نحوه فعالیت روزنامه نگاران به روزنامه نگاری حرفه‌ای، شهروندی و یا آزاد؛ و یا با عنایت به نوع رسانه منتشرکننده محتوا به روزنامه نگاری مکتوب، تلویزیونی و یا سایبری و مجازی تقسیم شد.

فهرست انواع روزنامه نگاری به این موارد ختم نمی‌شود و طولانی‌تر از آن است. با این حال نکته قابل تأمل این است که حرفه روزنامه‌نگاری، از میان همه رنگ‌ها، تنها یک رنگ را به خود گرفته است و آن "روزنامه نگاری زرد" است. اگرچه ممکن است جریان‌های مختلف سیاسی یا اجتماعی که رنگ خاصی را برای خود برمی‌گزینند (مثل روزنامه نگاری سبز برای جریان طرفدار محیط زیست و غیره) نیز از پسوند رنگی برای روزنامه نگاری خود استفاده کنند، اما روزنامه نگاری زرد، صفت یا برچسب خاص و برجسته‌ای به

^۱ دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

نوعی از حرفه روزنامه نگاری است و نه متعلق به جریان یا گروه خاص؛ این روزنامه نگاری سبک و سیاق و اصول ویژه خود را در انجام کار حرفه ای تولید و نشر خبر و گزارش داراست. در این مقاله ضمن بیان ریشه ها و خاستگاه روزنامه نگاری زرد، به بیان تاریخچه و معرفی پیشگامان و خصوصیات این نوع از روزنامه نگاری خواهیم پرداخت.

تعریف روزنامه نگاری زرد

روزنامه نگاری زرد^۱ یا مطبوعات زرد^۲، نوعی از روزنامه نگاری است که به انتشار اخباری می پردازد که به اندازه کافی یا از نظر قانونی مورد بررسی قرار نگرفته است و به جای آن از تیتراژهای چشمگیر برای فروش بیشتر روزنامه ها استفاده می کند. روش های این روزنامه نگاری شامل بزرگنمایی رویدادهای خبری، رسوایی ها یا بهره گیری از احساسات گرایبی است. عبارت "روزنامه نگاری زرد" امروزه نیز همچنان به عنوان واژه ای تحقیرآمیز برای هر نوع روزنامه نگاری است که به اخبار به روش غیرحرفه ای یا غیراخلاقی می پردازد (Biagi, 2011: p.56).

کمپبل، مطبوعات زرد را به عنوان روزنامه هایی تعریف می کند که تیتراژهای چند ستونه صفحه اول آن را موضوعات مختلفی مثل ورزش و رسوایی پوشش می دهند، و از صفحه بندی های جسورانه (با تصاویر بزرگ و شاید رنگی)، اتکای جدی به منابع خبری بی نام و خودتبلیغی بی شرمانه استفاده می کنند. این اصطلاح به نحو وسیعی برای توصیف روزنامه های عمده نیویورک سیتی در حدود سال های ۱۹۰۰ میلادی که جنگ تیراژ داشتند، به کار رفت (Campbell, 2001: p.8).

خصوصیات و ویژگی های روزنامه نگاری زرد:

در سال ۱۹۰۰، پژوهشگری به نام دلوس ویلکاکس^۳ در پژوهشی برای تعریف روزنامه نگاری زرد، ویژگی های این ژانر را چنین برشمرد: تأکید بیش از حد متوسط روی اخبار جنایی و فسق و فجور؛ استفاده از تصاویر، انتشار آگهی های استخدام و پزشکی؛ و تمایل

¹ Yellow Journalism

² Yellow Press

³ Delos Wilcox

به تبلیغ با جلب توجه خوانندگان به دستاوردهای روزنامه خود. مطمئناً این طبقه‌بندی کاملاً غیردقیق بود. زیرا روزنامه‌های محافظه‌کار هم اخبار جنایی و فسق و فجور را تیترو می‌کردند (Campbel, 2001: p.6).

فرانک لوتر مات^۱ معتقد است "روزنامه‌نگاری زرد مطمئناً بازتاب‌دهنده جنبه‌های آشنای احساسات‌گرایی است- اخبار جنایی، رسوایی‌ها و شایعات، طلاق‌ها و روابط نامشروع، و تأکید روی گزارش فجایع و ورزش". اما این ژانر پیچیده‌تر از آن است که فقط احساس‌گرا شمرده شود؛ روش‌های مشخص آن شامل استفاده از موارد زیر یا آشکار شدن آنها می‌شود:

- تیتروهای برجسته که اغلب فریادهای هیجان‌زده ای برای اخبار نسبتاً بی‌اهمیت سر می‌دهند؛

- استفاده افراطی از تصاویر، که بسیاری از آنها فاقد اهمیت هستند؛

- "انواع و اقسام شیادی و فریبکاری" از جمله "مصاحبه و مطالب ساختگی"،

- ضمیمه‌های روزهای یکشنبه و کارتون‌های رنگی؛

- همدردی کم و بیش خودنمایانه با "شکست‌خوردگان" همراه با لشکرکشی بر علیه سوءاستفاده‌هایی که باعث رنج مردم عادی می‌شود.

مات متوجه شد که معیارهای او نمایانگر "یک سرشماری از ... چیزی مضحک و شیرین است"- تصدیق ذهنیتی که از ارزش آنها در تعریف و توصیف روزنامه‌نگاری زرد می‌کاهد... و همچنین از تنوع محتوایی که روزنامه‌های زرد نوعاً معرف آن بودند (Campbell, 2001: p.7).

پژوهش کمپبل بر آن بود تا با مطالعه دقیق شماره‌های روزنامه‌های نیویورک **جورنال و نیویورک ورلد**، طی نیمه اول سال ۱۸۹۷، آن زمان که این اصطلاح شروع به ظاهر شدن در مطبوعات شهر نیویورک و ماورای آن کرد، مجموعه‌ای از ویژگی‌های مشخص‌تر این ژانر را آشکار سازد. وی ویژگی‌های روزنامه‌نگاری زرد را چنین مشخص می‌کند:

- استفاده مداوم از تیتروهای چندستونی که گاهی تمام عرض صفحه را پر می‌کنند.

¹ Frank Luther Mott

- استفاده سخاوتمندانه و خیال‌انگیز از تصاویر، از جمله عکس‌ها و سایر نمایش‌های گرافیکی نظیر نقشه‌های مکان‌نما.
 - صفحه‌بندی پررنگ و تجربی، از جمله آنهایی که در آن یک گزارش و تصویر، صفحه اول روزنامه را در اختیار می‌گیرد. چنین صفحه‌بندی‌هایی گاهی با استفاده از رنگ تقویت می‌شد.
 - گرایش به تکیه به منابع ناشناس، به ویژه هنگام گسیل داشتن گزارشگران اصلی (مثل جیمز کریلمن^۱ که برای هر دو روزنامه جورنال و ورلد می‌نوشت).
 - علاقه وافر به خودتبلیغی، و جلب توجه مشتاقانه به دستاوردهای روزنامه. این گرایش به ویژه در مبارزه بر علیه انحصارگرایی و فساد شهرداری آشکار بود (Campbell, 2001: p.8).
- فرانک لوتر مات (Mott, 1941: p.539) روزنامه‌نگاری زرد را برحسب پنج نوع خصوصیت تعریف می‌کند:
۱. تیترهای درشت هراس‌انگیز، اغلب اخبار حاشیه‌ای؛
 ۲. استفاده سخاوتمندانه از تصاویر یا طرح‌های تخیلی؛
 ۳. استفاده از مصاحبه‌های تقلبی، تیترهای گمراه‌کننده، شبه علمی و یک نمایش باشکوه از اطلاعات نادرست از به اصطلاح کارشناسان؛
 ۴. تأکید بر انتشار ضنائم تمام رنگی روزهای یکشنبه، معمولاً با کمک استریپ؛
 ۵. همدردی دراماتیک با شکست‌خوردگان در مقابل نظام حاکم.

خاستگاه روزنامه‌نگاری زرد:

اگرچه عموماً روزنامه‌نگاری زرد را صرفاً مولود جنگ میان دو روزنامه‌نگار بر سر تیراژ و جذب مخاطبان می‌دانند، اما با نگاهی عمیق‌تر و پژوهشگرانه به زمینه‌ها و بسترهایی می‌رسیم که این نوع روزنامه‌نگاری در آن متولد شد و رشد و نمو نمود.

¹ James Creelman

آغاز عصر طلایی سرمایه داری و صنعت

در اواخر قرن نوزدهم، روزنامه‌ها به دنیای سرمایه‌داری پیوسته بودند. روزنامه‌نگاری سال‌های پایانی قرن، تبدیل به بخشی از جهان بازاریابی و بسته‌بندی‌های آن شده بودند، که در آن فعالیت‌های اقتصادی بخش ضروری کسب منفعت و در برخی موارد حفظ بقا به شمار می‌رفت. شرکت‌های خریدار صفحات آگهی می‌خواستند بدانند به چه کسی درخواست می‌دهند، و در پی آن، ارقام تیراژ روزنامه باید چاپ و اصلاح می‌شد. این رشته میان‌صنعتی - یعنی تبلیغات - در اصلی‌ترین مراکز ابر شهر کشور ظهور کرد، با بنگاه‌هایی که به افراد آموزش‌دیده حق‌العمل می‌دادند تا آگهی‌ها را در روزنامه‌های برجسته منتشر نمایند (Spencer, 2007: p.16).

در واقع، صاحبان و سردبیرانی که مطبوعات زرد را به تکامل رساندند خود مخلوق زمان و مکان خویش بودند. آنان در دوره‌ای می‌زیستند که یکی از مولدترین قرن‌ها از لحاظ تکنولوژیک در تاریخ بشر به شمار می‌رود. نخستین اختراع عمده‌ای که با مطبوعات قرن نوزدهم در هم آمیخت، لیتوگرافی بود. این فن آوری در آلمان در سال ۱۷۹۸ اختراع شد. اگرچه استفاده از تصاویر در روزنامه‌ها تا زمان ظهور مطبوعات زرد نادر بود، اما مجلات تخصصی طی نیمه اول قرن نوزدهم اغلب از تصاویر استفاده می‌کردند. در دهه ۱۸۷۰ تصویر خبر روی اختراع جرج ایستمن^۱، یعنی فیلم سلولوئید، ثبت می‌شد. با اختراع شیوه هاف تن^۲، (روش پردازش عکس که تداوم رنگ‌مایه‌های تصویر را با استفاده از نقطه‌هایی که در اندازه، شکل یا مکان جایگیری تفاوت دارند، القا می‌کند. مثلاً چاپ رنگ‌مایه‌های خاکستری در مطبوعات)، عکس‌های خبری تبدیل به افزوده‌ای قدرتمند در زرادخانه روزنامه‌نگاری عصر طلایی شد. هرست و پولیتزر و مقلدان آنها، به نحو بیشرمانه‌ای از فتوژورنالیسم در اواخر دهه ۱۸۹۰ و اوایل دهه ۱۹۰۰ بهره‌برداری کردند (Spencer, 2007: p.16).

با این حال، ظهور مطبوعات زرد را باید فراتر از پدیدار شدن تکنولوژی‌های نوین دید. هر اندازه این اختراعات، امکاناتی در اختیار ناشران و سردبیران قرار می‌داد که تا قرن گذشته خوابش را هم نمی‌دیدند، بلکه آن مجموعه‌ای از ایده‌ها، فلسفه‌ها و مفاهیمی

¹ George Eastman

² Halftone

بود که عمیقاً در زندگی آمریکایی ریشه داشت و تعیین کننده رفتار مطبوعات زرد بود (Spencer, 2007: p.18).

بنابراین، روزنامه‌نگاری زرد به وسیله پیشرفت‌های زمانه شکل گرفت، از جمله:

- ظهور "انقلاب گرافیکی" که با رواج عکس‌های هاف تن، و به وجود آمدن و اهمیت دپارتمان هنری در روزنامه‌ها مشخص می‌شود. تکنیک هاف تن سرانجام به تغییر شکل ظاهر روزنامه و جذابیت صفحه اول آن کمک کرد.
- کاهش هزینه ماشین چاپ کاغذ روزنامه که روزنامه‌ها را قادر ساخت تا تیتراهای سیاه‌تر را تجربه کنند و تعداد صفحات روزنامه و نسخه‌های روزهای یکشنبه را افزایش دهند. چاپ ارزان‌تر روزنامه تیراژهای شش رقمی روزنامه را که مورد ادعای روزنامه‌های جورنال و ورلد بود، را ممکن ساخت.
- پیشرفت در تکنولوژی اتاق خبر. ماشین‌های تایپ تبدیل به استاندارد شدند و براساس میزان کارایی‌شان ارزش گذاری می‌شدند. ماشین‌های تایپ برقی ضرورت یافتند. علاوه بر آن، گزارشگران دانشگاه رفته در آغاز قرن جدید در روزنامه‌نگاری نیویورک سیتی در حال تبدیل شدن هر چه بیشتر به "عامل" اساسی روزنامه نگاری می‌شدند.
- ارتقاء سیستم‌های توزیع و تحویل. در پایان قرن نوزدهم، خودروها جای گاری‌های اسبی را به عنوان وسیله اصلی توزیع روزنامه‌ها در شهر نیویورک گرفتند. به علاوه، روزنامه‌های ابرشهر نیویورک به طور منظم به وسیله قطارهای سریع‌السیر به سراسر شرق آمریکا ارسال می‌شد (Campbell, 2001: p.10).

پولیتزر علیه هرست

اصطلاح روزنامه نگاری زرد، به عبارت دقیق تر، در دوران عصر طلایی آمریکا در اواخر قرن نوزدهم با جنگ تیراژ بین روزنامه "نیویورک ورلد"^۱ متعلق به جوزف پولیتزر^۲ و روزنامه "نیویورک جورنال"^۱ ویلیام راندلف هرست^۲، به وجود آمد. این

^۱New York World

^۲ Joseph Pulitzer

جنگ از سال ۱۸۹۵ تا حدود ۱۸۹۸ میلادی به اوج خود رسید و منابع تاریخی اغلب به این دوران ارجاع می‌دهند. منتقدان، هر دو روزنامه را به احساساتی کردن اخبار برای بالا بردن تیراژ متهم می‌کردند، اگرچه این روزنامه‌ها گزارش‌های جدی هم داشتند. این اصطلاح به وسیله اروین واردمان^۳ سردبیر روزنامه "نیویورک پرس"^۴، ابداع شد. واردمان نخستین فردی بود که این اصطلاح را منتشر کرد، اما شواهدی وجود دارد که اصطلاحاتی مثل "روزنامه‌نگاری زرد"^۵ و "مکتب روزنامه‌نگاری کودک زرد"^۶، پیش تر به وسیله خبرنگاران آن زمان استفاده شده بود. واردمن هرگز این اصطلاح را دقیقاً تعریف نکرد. احتمالاً این یک جهش از افترای قبلی واردمن بود که "روزنامه نگاری نوین"^۷ را به "روزنامه نگاری برهنگی"^۸ برگردانده بود. واردمن همچنین از اصطلاح "روزنامه نگاری بچه زرد"^۹ استفاده کرد که ارجاعی به کمیک استریپ مشهوری در آن زمان بود که به وسیله پولیتزر و هرست هنگام جنگ تیراژ، منتشر می‌شد. در سال ۱۸۹۸، روزنامه-ای به سادگی توضیح داد که: "ما این روزنامه‌ها را زرد می‌نامیم زیرا آنها زرد هستند" (Campbell, 2001: p.32-33).

جوزف پولیتزر پس از آنکه روزنامه عمده نیویورک را به نام "سنت لوییس پست دیس پیچ"^{۱۰} ایجاد کرد، در سال ۱۸۸۳ روزنامه نیویورک ورلد را خرید. پولیتزر تلاش کرد تا روزنامه "نیویورک ورلد" را به مطالعه سرگرم‌کننده تبدیل کند و روزنامه‌اش را با عکس‌ها، بازی‌ها و مسابقاتی که خوانندگان جدیدی را جذب می‌کردند، پر کرد. داستان‌های جنایی با تیتراهایی نظیر "آیا او خودکشی کرد؟" و "فریاد برای ترحم" بسیاری از صفحات آن را اشغال نمود. علاوه بر آن، پولیتزر هر شماره از روزنامه‌اش را به ۲ سنت به

¹ New York Journal

² William Randolph Hearst

³ Erwin Wardman

⁴ New York Press

⁵ Yellow Journalism

⁶ School of Yellow Kid Journalism

⁷ New Journalism

⁸ Nude Journalism

⁹ Yellow Kid Journalism

¹⁰ St. Louis Post-Dispatch

خوانندگان عرضه می‌کرد در حالی که به آنان هشت صفحه و گاهی ۱۲ صفحه اطلاعات می‌داد (روزنامه‌های دو سنتی دیگر در شهر هرگز بیش از ۴ صفحه نبودند). در حالی که داستان‌های احساساتی بسیاری در نیویورک ورلد وجود داشتند، اما هرگز تنها مطالب آن و یا حتی مطالب عمده آن نبودند. پولیتزر باور داشت که روزنامه‌ها، نهادهای عمومی با وظیفه پیشبرد جامعه هستند. وی روزنامه ورلد را در خدمت اصلاح اجتماعی قرار داد.

فقط دو سال پس از خرید روزنامه توسط پولیتزر، نیویورک ورلد پرتیراژترین روزنامه در نیویورک شد این تا حدی با کمک پیوندهای قوی با حزب دموکرات به انجام رسید. ناشران قدیمی‌تر که به موفقیت پولیتزر حسادت می‌کردند، شروع به انتقاد از روزنامه نیویورک ورلد کردند، به طور ملامت‌باری درباره داستان‌های جنایی و سرگرم‌کننده آن نوشتند، در حالی که گزارش‌های جدی‌تر آن را نادیده می‌گرفتند. اینها گرایشاتی بود که روی دیدگاه عمومی نسبت به روزنامه‌نگاری زرد تأثیر گذاشت. چارلز دانا^۱، سردبیر نیویورک سان^۲، به روزنامه ورلد حمله کرد و گفت "پولیتزر در قضاوت و نیروی پایداری ضعیف است."

دیدگاه پولیتزر روی ویلیام راندلف هرست، یک وارث معدن که در سال ۱۸۸۷ میلادی، روزنامه "سان فرانسیسکو اگزامینر"^۳ را از پدرش به دست آورده بود، تأثیر گذاشت. هرست زمانی که دانشجوی دانشگاه هاروارد بود روزنامه ورلد را می‌خواند و مصمم شد که روزنامه اگزامینر را به همان خوبی روزنامه پولیتزر درآورد. تحت رهبری او، روزنامه اگزامینر، ۲۴ درصد از فضای خود را به خبرهای جنایی اختصاص داد و مطالب خود را به عنوان نمایشنامه‌های اخلاقی عرضه کرد. موضوع خیانت‌های عشقی و "برهنگی" (مطابق معیارهای قرن نوزدهم) به شکل جزئی در صفحه اول مطرح می‌شد. یک ماه پس از آن که هرست روزنامه را خرید، اگزامینر، این تیتراژ را برای گزارش آتش‌سوزی در یک هتل چاپ کرد:

¹ Charles Dana

² New York Sun

³ San Francisco Examiner

"شعله‌های گرسنه دیوانه"، شعله‌ها دیوانه‌وار روی کاخ باشکوه Pleasure Palace در کنار خلیج مونتری خیز برمی‌داشتند، دور دل مونته حلقه زده آن را از بالا تا پایین در آغوش حریص خود گرفته بودند. با اشتیاقی سخت به بالا و بالا و بالاتر خیز برمی‌داشتند. دیوانه وار در میان قرنیزها، گذرگاه طاقدار و نمای سر در می‌دویدند. با خمی وحشیانه به سوی میهمانان لرزان هجوم میبردند. فراری‌های از نفس افتاده، ترسیده و وحشت زده، به این صحنه هولناک خیره مانده بودند. هتل باشکوه و تزئینات گرانبهای آن اکنون تبدیل به تلی از خاکستر دودآلود شده بود. اگزمینر برای گردآوری جزئیات کامل این فاجعه وحشتناک قطار ویژه ای به مونتری فرستاده است. رسیدن قربانیان نگونبخت با قطار صبح - تاریخ هتل دل مونته - نقشه بازسازی هتل مشهور - خبرهای ویژه و علت احتمالی آتش سوزی.

هرست می‌توانست در پوشش اخبار جنایی، اغراق‌آمیز عمل کند؛ یکی از اولین مطالب او با عنوان "گروه جنایتکاران"، به پلیس حمله کرد زیرا گزارشگران اگزمینر را مجبور می‌کرد که برای آنها کار کنند. اما اگزمینر در عین آنکه در این موارد زیاده‌روی می‌کرد، فضای خود را هم برای اخبار بین‌المللی افزایش می‌داد و گزارشگرانش را برای افشای فساد شهرداری و بی‌کفایتی آن گسیل می‌کرد. در یکی از اخبار به یادماندنی، گزارشگر اگزمینر به نام وینیفرد بلک^۱، به بیمارستانی در سان فرانسیسکو رفت و دریافت که با زنان فقیر با "بیرحمی وحشیانه" رفتار می‌شود. همه کارکنان بیمارستان، صبح همان روزی که این مطلب در روزنامه منتشر شد، اخراج شدند.

هرست با موفقیت اگزمینر که در اوایل دهه ۱۸۹۰ میلادی تأسیس شد، به دنبال خرید روزنامه‌ای در نیویورک بود و در سال ۱۸۹۵ روزنامه "نیویورک جورنال" را خرید. روزنامه‌ای به قیمت یک پنی که برادر پولیتزر به نام آلبرت آن را سال گذشته به ناشری در سین سینا فروخته بود.

روزنامه‌های متروپولیتن نیویورک در دهه ۱۸۹۰ در پی گرفتن آگهی از فروشندگان بزرگ رونق گرفته و دریافته بودند که هر چه تیراژشان بیشتر باشد، برایشان بهتر است. این امر هرست را برانگیخت تا در تعقیب راهبرد اولیه پولیتزر، او نیز بهای نشریه اش را

¹ Winifred Black

یک سنت قرار دهد (در مقایسه با بهای روزنامه ورلد که دو سنت بود) و در عین حال همان میزان اطلاعات روزنامه‌های رقیب را به خوانندگان ارائه کند. این رویکرد مؤثر بود و تیراژ روزنامه "نیویورک جورنال" به ۱۵۰/۰۰۰ نسخه رسید. پولیتزر نیز قیمت روزنامه‌اش را به یک پنی کاهش داد با این امید که رقیب جوانش را (که با ثروت خانوادگی خود پشتیبانی می‌شد) به ورشکستگی بکشاند. در یک حمله متقابل، هرست کارکنان روزنامه پولیتزر را در سال ۱۸۹۶ هدف گرفت. در حالی که اغلب منابع می‌گویند هرست تنها پول بیشتری را به آنها پیشنهاد کرد، پولیتزر - که به طور فزاینده‌ای نسبت به کارکنانش رفتار اهانت‌آمیز داشت - مردی بود که کار کردن با او بسیار دشوار بود، و بسیاری از کارکنان روزنامه اش مایل بودند که برای خلاص شدن از او به رقیب بپیوندند.

اگرچه رقابت میان ورلد و جورنال شدید بود، به لحاظ خلق و خو، هر دو روزنامه شبیه هم بودند. هر دو دموکراتیک و نسبت به طبقه کارگر و مهاجران همدردی داشتند (یک تضاد کامل با وایت لائو ریڈ^۱ ناشر روزنامه "نیویورک تریبیون"^۲ که نقص‌های اخلاقی این گروه از مردم را ناشی از فقر آنها می‌دانست). هر دو روزنامه سرمایه‌گذاری سنگینی روی نسخه روزهای یکشنبه کرده بودند، که کاری شبیه هفته‌نامه انجام می‌داد، و به فراسوی حیطه معمولی ژورنالیسم روزمره می‌رفت. مطالب سرگرم‌کننده یکشنبه آنها شامل اولین صفحات کمیک استریپ بود و برخی این نظریه را مطرح کرده‌اند که اصطلاح "روزنامه نگاری زرد" از آن نشأت گرفته است، در حالی که همانگونه که پیش تر گفته شد، روزنامه "نیویورک پرس" که ابداع‌کننده این اصطلاح بود آن را تعریف نشده باقی گذاشت.

اوج دوران روزنامه‌نگاری زرد - یا آن طور که برخی هوادارانش می‌گویند روزنامه‌نگاری تاثیرگذار - دوران آشوب بود، هم در ایالات متحده و هم در بخش صنعت روزنامه. فن - آوری‌های جدید قیمت محصولات این بخش را افزایش می‌دادند و صاحبان و ناشران روزنامه‌ها را وادار می‌ساختند که با ارائه محصولات سرگرم‌کننده‌تر و ساده‌تر کردن رویکردها به اخبار نسبت به قبل، برای جذب خواننده با هم رقابت کنند.

در رأس این رقابت‌ها، یک سو پولیتزر بود. یک ایده آلیست دو آتسه که پیش‌تر ناشری موفق در سنت لوییز بود و برای سرگرمی شوپنهاور، جرج ایوت و شکسپیر را می -

¹ Whitelaw Reid

² New York Tribune

خواند و در سوی دیگر هرست، یک کالیفرنایی که روزنامه " نیویورک جورنال " را خریده بود (در پاییز ۱۸۹۵)، وارث معادن طلا و نقره. یک بچه پولدار که سیاست‌های او حتی از پولیتزر هم چپ‌گرایانه‌تر بود. امریکایی تند و تیزی که نادانی او نسبت به تاریخ فقط به وسیله نبوغ او در روابط عمومی پنهان می‌ماند (Milton, 1989: p.8).

بنابراین می‌توان گفت روزنامه‌نگاری زرد در اواخر سال‌های ۱۸۹۰ میلادی محصول احساسات‌گرایی مفرط و رقابت میان پولیتزر و هرست بود. این امر، روزنامه‌نگاری نوین را به اوج خود رساند. تیترها بزرگ‌تر و سیاه‌تر بودند و تیتروهای ترسناک مخاطبان را جذب می‌کردند. تصاویر دیگر منعکس‌کننده واقعیت نبودند. آنها مکمل تیتروهای ترسناک شدند. خوانندگان را متعجب کنید و آنها را وادار کنید Journal بخزند و درباره World صحبت کنند (Spencer, 2007: p.16).

داستان سرایی، افشاگری و نگهبانی

برای پژوهشگر، مطالعه مطبوعات زرد، موهبتی است در هنر داستان‌سرایی. برخی از نویسندگان نامدار امریکا، روزنامه‌نگارانی بودند که در مطبوعات رسوای اواخر قرن نوزدهم می‌نوشتند. از جمله، استفن کرین^۱ نویسنده داستان " نشان سرخ شجاعت " و امبروس بیرس^۲ نویسنده داستان " مگی، دختر خیابانی " که ستون نویس روزنامه هرست بود و مارک تواین. برای این نویسندگان، مطبوعات زرد آموزشگاه رایگانی بود که در آن می‌توانستند مهارت‌های خود را در دستیابی به اوج ادبی، ساخته و پرداخته کنند (Spencer, 2007: p.11).

هنگامی که جسد مثله شده یک انسان در رودخانه شهر نیویورک در ماه جون سال ۱۸۹۷ پیدا شد، ناشر روزنامه نیویورک جورنال، ویلیام راندلف هرست، تصمیم گرفت با پیگیری و کشف این ماجرا، اداره پلیس شهر نیویورک را شکست دهد. جوخه گزارشگران جنایی روزنامه، که شامل گروهی از روزنامه‌نگاران تحقیقی بود، نه تنها هویت قاتل را کشف کرد بلکه از راز یک رابطه نامشروع که قاتل درگیر آن بود هم پرده برداشت.

¹ Stephen Crane

² Ambrose Bierce

توصیفات موحد از مرگ مقتول که در روزنامه جورنال منتشر شد، مرزهای اعتبار^۱ و پذیرش اجتماعی^۲ را در آن زمان درنوردید و روزنامه نگاری زرد متولد شد (Spencer, 2007: p.15).

در اواخر قرن نوزدهم، سیاستمداران دیگر نمی توانستند روی حمایت مطبوعات حساب کنند. در واقع، روزنامه نگاران به طور فزاینده ای خود را نگهبانان دولت می دیدند. در حالی که در گذشته، روزنامه نگاران به نفع سیاستمداران و احزابی که از آنان حمایت می کردند، اخبار را با دیدگاه در می آمیختند، اکنون به طور روزافزونی خبر و دیدگاه را جدا از هم در نظر می گرفتند. مفهومی که به نام عینیت^۳ شناخته شد. هدف عینیت باعث گردید تا روزنامه نگاران تکنیک های گردآوری اخبار را در پیش گیرند نظیر مصاحبه، استفاده از اسناد و مدارک و رفتن به وراى آنچه که آنها در یک سخنرانی یا گروهی می دیدند یا می شنیدند. مطبوعات هنوز هم علاقه زیادی به سیاست داشتند اما اکنون کانون توجه روی این مسئله متمرکز بود که دولت چگونه به علائق عمومی خدمت می کند (Sloan and Parcell, 2002: p.19).

جنگ امریکایی - اسپانیایی:

در اواسط دهه ۱۸۹۰، هرست و رقیب اصلی او، پولیتزر، در جنگ شدیدی برای جذب مخاطب قرار داشتند. هر دو این روزنامه ها، وضعیت جزیره کوبا، در ۹۰ مایلی (۱۴۴ کیلومتری) سواحل فلوریدای امریکا، را زیر نظر داشتند. جنگ میان دولت اسپانیا، که کنترل جزیره را در دست داشت و مردم کوبا که خواستار آزادی بودند، به شدت جریان داشت (Skog, 2007: p.4).

در سال ۱۸۹۵ شورشی در کوبا رخ داد. پس از آن، هرست تبدیل به یک "جنگ افروز" شد. اخبار مربوط به فضائل کوبایی و بیرحمی اسپانیایی به زودی صفحه اول روزنامه او را پر کرد. در حالی که اظهارنظرها نسبت به صحت این مطالب مشکوک بود، خوانندگان قرن نوزدهمی انتظار نداشتند، یا لزوماً نمی خواستند که مطالب او سراسر

¹ Credibility

² Social acceptability

³ Objectivity

حقیقت داشته باشد. مایکل رابرتسون^۱ مورخ گفته است که "گزارشگران روزنامه و خوانندگان دهه ۱۸۹۰، توجه چندانی به تشخیص میان گزارشگری واقعی، اظهارنظر و ادبیات نداشتند".

اگرچه پولیتزر فاقد منابع مالی هرست بود، داستان جنگ را در صفحه اول خود نگاه داشت. روزنامه‌های زرد اخبار انقلاب را به نحو گسترده و اغلب نادرست پوشش می‌دادند اما شرایط در کوبا به اندازه کافی وحشتناک بود و جزیره در رکود اقتصادی بدی قرار داشت. یک ژنرال اسپانیایی، برای درهم شکستن شورش اعزام شد. او کشاورزان کوبایی را گروه گروه در اردوگاه‌های متمرکز جمع کرد و صدها تن از کوبایی‌های دیگر را به سوی مرگ فرستاد. روزنامه‌های ورلد و جورنال، از این جنگ گزارش تهیه می‌کردند - که گاهی واقعی و گاهی هم غیرواقعی بود - آنها به خوانندگانشان می‌گفتند که ارتش اسپانیا هزاران کوبایی را کشته و هزاران تن دیگر هم از گرسنگی و بیماری در حال مرگ هستند. این گزارش‌ها، بسیاری را به فکر انداخت که زمان مداخله ایالات متحده فرا رسیده است. هرست گزارشگری به نام ریچارد هاردینگ دیویس^۲ و عکاسی به نام فردریک رمینگتون^۳ را به کوبا فرستاد تا اخبار جنگ را پوشش دهند. با این حال، هنگامی که این دو در ژانویه ۱۸۹۷ به کوبا رسیدند، چیز زیادی برای گزارش وجود نداشت. بیشتر نیروهای اسپانیایی شکست خورده بودند. رمینگتون تلگرامی به این مضمون برای هرست فرستاد: "همه چیز آرام است. اینجا مشکلی وجود ندارد. جنگی در کار نخواهد بود. می‌خواهم برگردم." گزارش داده شده که هرست پاسخ داد: "لطفاً همانجا بمان. تو عکس‌ها را درست کن. من هم جنگ راه می‌اندازم." البته این داستان مورد شک و تردید است. در واقع، هرست بعدها آن را انکار کرد.

یک سال بعد، در ۱۵ فوریه سال ۱۸۹۸، در انفجار عظیمی، ناوشکن USS Maine غرق شد و ۲۶۶ تن جان خود را از دست دادند. ناو امریکایی در بندر هاوانای کوبا پهلو گرفته بود. علت این انفجار، شاید یک مین کوبایی یا اسپانیایی بود. اما مردم - از جمله روزنامه‌های هرست و پولیتزر - سریعاً نیروهای اسپانیایی را به دست داشتن در این ماجرا

¹ Michael Robertson

² Richard Harding Davis

³ Fredric Remington

متهم کردند. شعار "Maine را به یاد داشته باش"، تبدیل به نماد جبهه گیری مردم و مطبوعات درباره این رویداد شد. اندکی پس از آن، ایالات متحده به اسپانیا اعلان جنگ داد.

هرست که مصرانه دو سال برای جنگ سر و صدا راه انداخته بود، با شروع جنگ از آن بهره برد: یک هفته پس از اعلان جنگ ایالات متحده به اسپانیا، هرست با این تیتر به خوانندگان خود فخر فروخت: "جنگ نیویورک جورنال را چطور دوست دارید؟" پیام با خواندن روزنامه های او روشن می شد. هرست می خواست ایالات متحده به کمک کوبا برود. روزنامه پولیتزر هم جنگ کوبا را مهیج تر و خطرناک تر از آنچه که واقعیت داشت، نشان می داد. نتیجه آن شد که تیراژ هر روزنامه به ۷۵۰ هزار نسخه در روز و بیش از یک میلیون نسخه در روزهای یکشنبه برسد. هرست و پولیتزر روز به روز ثروتمندتر می شدند (Skog, 2007: p.8).

اغلب گفته می شود که پولیتزر و هرست، به دلیل مطالب احساساتی یا اخبار اغراق آمیز از شرایط وحشتناک در کوبا، دلیل ورود آمریکا به جنگ آمریکایی - اسپانیایی هستند. با این حال، اکثریت عظیم مردم آمریکا در شهر نیویورک زندگی نمی کردند، و تصمیم گیری که در آنجا می زیستند بیشتر احتمالاً به روزنامه های وزین تری مثل "تایمز"^۱، "سان"^۲ یا "پست"^۳ توجه می کردند.

اما در واقع، رئیس جمهور ویلیام مک کینلی^۴، هرگز جورنال، و روزنامه هایی مثل "تریبون"^۵ و "نیویورک ایوینینگ"^۶ را نمی خواند. افزون بر آن، مورخان روزنامه نگاری، خاطر نشان ساخته اند که روزنامه نگاری زرد تا حدود زیادی محدود به شهر نیویورک بود، و اینکه روزنامه های سایر نقاط کشور از روش آنها پیروی نمی کردند. روزنامه هایی مثل جورنال و ورلد در میان ده روزنامه برتر منطقه نبودند و مطالب آنها بازتابی در خارج از نیویورک نداشت. برعکس، جنگ به این دلیل به وقوع پیوست که افکار عمومی از

¹ The Times

² The Sun

³ The Post

⁴ William McKinley

⁵ Tribune

⁶ The New York Evening

خونریزی‌های آنجا سخت متأثر شده بود و رهبرانی مثل مک کینلی به این نتیجه رسیده بودند که اسپانیا کنترل کوبا را از دست داده است. این عوامل، بیشتر از ملودرام‌های روزنامه نیویورک جورنال، ذهن رئیس‌جمهور را مشغول کرده بود.

با شروع حمله، هرست به عنوان گزارشگر جنگ مستقیماً به کوبا رفت و گزارش‌های عاقلانه و موثق از جنگ تهیه کرد. کریلمن بعدها کار گزارشگران را برای نمایش وحشت‌های هرج و مرج اسپانیایی ستایش کرد و استدلال کرد که "هیچ تاریخ حقیقی جنگ ... نمی‌توانست نوشته شود بدون تصدیق اینکه هر نوع عدالت و آزادی و پیشرفت که به وسیله جنگ امریکا-اسپانیا به وجود آمد به خاطر سرسختی و پیشگامی روزنامه‌نگاران زرد بود که بسیاری از آنها اکنون در گورهای فراموش شده آرمیده‌اند."

در این زمان، روزنامه نگاری زرد در اوج خود بود. حقیقت اغلب کش داده می‌شد، و اخبار جنایی، فساد و رسوایی برای فروش هر چه بیشتر روزنامه‌ها، مورد استفاده قرار می‌گرفت. امروزه، روزنامه نگاری زرد، برای روزنامه نگاران و خوانندگان، تذکری است برای به یاد داشتن ارزش گزارشگری و خبرنگاری موثق و صادقانه (Skog, 2007: p.8).

هرست یک دموکرات پیشرو بود که برای ریاست جمهوری ویلیام جنینگز برابان^۱ در سال ۱۸۹۶ و ۱۹۰۰ تبلیغ می‌کرد. او بعدها در انتخابات شهرداری و فرمانداری و حتی نامزدی ریاست جمهوری هم شرکت کرد. اما هنگامی که ستون نویسی به نام امبروس بیرس و سردبیر آرتور بریسیبن^۲، چندی بعد، در ستون‌های جداگانه مطالبی درباره سوءقصد به پرنس ولیم مک کینلی نوشتند، هرست بخش اعظم پرستیژ خود را از دست داد. هنگامی که مک کینلی در ۶ سپتامبر ۱۹۰۱ ترور شد، منتقدان روزنامه‌نگاری زرد، هرست را به انگیزه دادن به لون ژولگوز^۳ برای آن کار متهم کردند. هرست چیزی درباره ستون بیرس نمی‌دانست، و مدعی شد که مقاله بریسیبن را پس از انتشار در چاپ اول بیرون کشیده است اما آن اتفاق، باقی عمر او را تحت تأثیر قرار داد و جاه‌طلبی‌های او را برای رسیدن به ریاست جمهوری از بین برد.

¹ William Jennings Bryaun

² Arthur Brisbane

³ Loon Gzolgosz

پولیتزر که با "گناهان زرد" خود تسخیر شده بود، با آغاز قرن جدید، روزنامه ورلد را به ریشه‌های جهادی خود بازگرداند. در زمان مرگ وی در سال ۱۹۱۱، روزنامه ورلد یک نشریه مورد احترام بود و تا سال ۱۹۳۱ که افول کرد، روزنامه‌ای پیشرو باقی ماند. نام روزنامه در نشریه شرکت اسکریپس - هلوارد^۱ به نام "نیویورک ورلد تلگرام"^۲ به حیات خود ادامه داد و بعد هم در روزنامه "نیویورک ورلد تلگرام اند سان"^۳ در سال ۱۹۵۰، و سرانجام برای آخرین بار در روزنامه "نیویورک ورلد تریبون - جورنال"^۴ از سپتامبر ۱۹۶۶ تا ماه می ۱۹۶۷. در آن هنگام فقط یک روزنامه قطع بزرگ در نیویورک سیتی باقی مانده بود.

روزنامه‌نگاری، چرا زرد؟

در تابستان سال ۱۸۹۶ میلادی "کوچه هوگان"^۵ محبوب‌ترین کارتون کمدی در نیویورک و محبوب‌ترین شخصیت کوچه هوگان هم "بچه زرد"^۶ بود. کوچه هوگان، کمیک استریپ نبود- ایده داستانگویی در یک سلسله از قاب‌های نقاشی شده هنوز راه درازی در پیش داشت. کوچه هوگان یک کارتون تک فریم درباره چند بچه کثیف حومه فقیرنشین نیویورک بود که هر هفته هوس‌های مد روز طبقات مرفه را به تمسخر می‌گرفتند؛ از خودروهای موتوری و گلف‌بازی، تا نمایشگاه سگ‌ها در خیابان مدیسون اسکویرگاردن^۷. از میان دار و دسته "کوچه هوگان"، "بچه زرد" بی بربرگرد، سرحلقه گروه بود- بی‌شرم، بیش‌فعال - و به نظر برخی، با ظاهری نسبتاً اجنبی و شرور. به نظر می‌رسید او مایه شانس روزنامه‌ای بود که در آن منتشر می‌شد: روزنامه نیویورک ورلد متعلق به جوزف پولیتزر (Milton, 1989: p.8).

در واقع، "کودک زرد"، نام شخصیت اصلی یک کمیک استریپ بود که از سال ۱۸۹۵ تا ۱۸۹۸ در روزنامه ورلد پولیتزر و سپس در روزنامه جورنال هرست منتشر می‌شد. خالق

¹ Scripps-Howard

² New York World Telegram

³ New York World Telegram and Sun

⁴ New York World Tribune Journal

⁵ Hogan's Alley

⁶ The Yellow Kid

⁷ Madison Square Garden

این کمیک، ریچارد اف. اوت کاولت^۱ در کمیک "کوچه هوگان" بود. این یکی از اولین کمیک‌های ضمیمه روزنامه در مطبوعات آمریکا بود. اگرچه صفحه‌بندی گرافیکی آن پیش تر در کارتون‌های سیاسی و سرگرم‌کننده جا افتاده بود.

"میکمی دوگان"^۲ که به عنوان "کودک زرد" شناخته می‌شود، یک کودک کچل با دندان‌های بدشکل بود که لباس خواب زرد گشادی بر تن داشت و در میان محله‌های پست شهر که معرف مناطق خاص کثیف در نیویورک اواخر قرن نوزدهم بود، ول می‌گشت. "کوچه هوگان" پر از کاراکترهای به همان اندازه عجیب و غریب دیگر هم بود که اغلب کودک بودند. "کودک زرد" با نیشخند ابلهانه، از روی عادت، به زبان خشن عامیانه که روی پیراهن او چاپ می‌شد، سخن می‌گفت. ابزاری برای هجو بیلبوردهای تبلیغاتی.

کاراکتری که بعدتر به "کودک زرد" معروف شد، نخستین بار در نقش‌های فرعی کمیک‌ها در مجله "ثوروث"^۳ در سال ۱۸۹۴ و ۱۸۹۵ ظاهر شد. روزنامه ورلد، یک "کوچه هوگان" جدید منتشر کرد و اولین نسخه رنگی آن در ۵ می ۱۸۹۵ چاپ شد. "کوچه هوگان" کم‌کم تبدیل به کارتون‌های رنگی تمام‌صفحه ضمیمه روزهای یکشنبه شد. "کودک زرد" در آن کاراکتر اصلی بود که چند بار در هفته هم در روزنامه ظاهر می‌شد. اگرچه، طنز و تفسیر اجتماعی در کار اوت کاولت، مخاطبان بزرگسال را در نظر داشت.

سر کاملاً تراشیده "کودک زرد"، نشانه عمومی کودکان ساکن در محله‌های فقیرنشین نیویورک آن زمان بود. پیراهن گشاد او که از خواهر بزرگترش به او رسیده بود درنخستین استریپ‌ها، سفید یا آبی کمرنگ بود. این استریپ این گونه توصیف شد: "..... یک نمایش آخر قرن از شهری که در آن نقش‌های طبقه اجتماعی و نقش‌های نژادی حومه جدید شهر و محیط مصرف‌گرا، توسط گروهی از کودکان بدجنس نیویورک که از جهت مخالف می‌آیند، ایفا می‌شود." "کودک زرد" نیز یک کاراکتر مناسب بود.

¹ Richard F. Outcault

² Mickey Dugan

³ Truth

رقابت هرست و پولیتزر با استفاده از تصویر "کودک زرد" به اوج خود رسید؛ هنگامی که هرست، اوت کاولت کارتونیست را در اوایل سال ۱۸۹۶ استخدام کرد و او شروع به کشیدن کودک زرد در روزنامه جورنال کرد؛ این کاراکتر به طرزی استثنایی محبوب شد. پولیتزر نیز در مقابل از هنرمند دیگری به نام جرج لوکس^۱ خواست تا این استریپ را با کاراکترهای خودش ادامه دهد. در نتیجه نیویورک صاحب دو کودک زرد شد. استفاده از اصطلاح روزنامه‌نگاری زرد، به مثابه مترادفی برای روزنامه‌نگاری احساساتی در ایالات متحده، ظاهراً با تفسیرهای روزنامه‌های جدی‌تر درباره افراط‌کاری‌های روزنامه‌های "کودک زرد"، آغاز شد.

کمپبل می‌گوید: "در نبرد پولیتزر و هرست بر سر "کودک زرد" - هنگامی که اوت کاولت، پولیتزر را ترک کرد و در اکتبر ۱۸۹۶ به هرست پیوست- این یک الهام فوری برای واردمن نبود، بلکه پدیدار شدن "خاطرات کودک زرد" در صفحه اول روزنامه جورنال، طی سفرهای دور دنیای "کودک زرد" در اوایل سال ۱۸۹۷ بود که سردبیر واردمن را خشمگین کرد." واردمن نوشت که روزنامه نگاری نوین در حال طراحی مجموعه متنوعی از دروغ‌های جدید است. این تنها یکی از محصولات زیادی بود که نام "کودک زرد" را یدک می‌کشیدند.

هرست، اوت کاولت را استخدام کرده بود تا تقاضای فزاینده برای روزنامه ایجاد کند و هنرمند دریافته بود که کاراکتر مخلوق او از لحاظ تجاری قابلیت رشد و ترقی را دارد. یک ماه پیش از آنکه اوت کاولت به روزنامه جورنال برود، در سپتامبر ۱۸۹۶، برای ثبت کپی‌رایت "کودک زرد" اقدام کرد و در این اقدام به کتابخانه کنگره درباره "بچه زرد" نوشت: "لباس او همیشه زرد است، گوش‌هایش بزرگ است و فقط دو دندان دارد، سرش کچل است و به طور مشخص با هر چیز دیگر تفاوت دارد." (Blackbeard, 1995: p.49)

نقل مکان اوت کاولت به روزنامه جورنال، با توفانی از فعالیت در هر دو روزنامه همراه شد. زیرا جرج لوکس هم می‌توانست همانند هنرمند خالق "کوچه هوگان"، برنده این رقابت باشد.

^۱ George Luks

هرست بهای روزنامه‌اش را یک سنت قرار داد و روزنامه ورلد هم قیمت را به یک سنت کاهش داد. در نتیجه خریداران می‌توانستند دو روزنامه را به قیمت یک روزنامه بخرند (روزنامه‌های روزهای یکشنبه با ضمیمه‌های رنگی هنوز ۵ سنت بودند). به دنبال این کاهش، در شیکاگو و لوس‌آنجلس هم مردم می‌توانستند روزنامه‌ها را با قیمت کاهش یافته بخرند (Blackbeard, 1995; p.57).

چاپ سریع‌تر و ارزان‌تر، قیمت کاهش یافته روزنامه، نرخ مناسب پست، و سود حاصل از درآمد آگهی‌ها، همه باعث توزیع گسترده‌تر و بیشتر روزنامه‌ها، مجلات و نشریات در اواخر قرن نوزدهم شدند (Norris, 1990: p.31).

وقتی گرد و خاک خوابید، فروش ملی روزنامه جورنال از روزنامه ورلد پیشی گرفت، احتمالاً به این دلیل که نسخه اوت کاولت از "کودک زرد" محبوبیت بیشتری داشت (Blackbeard, 1995: p.58).

آیا زرد، بد است؟

اگرچه "روزنامه نگاری زرد" به خاطر ویژگی‌ها و کارکردهای پیش گفته، برچسب منفی به خود گرفته و منتقدان این نوع روزنامه نگاری را یکسره به باد انتقاد می‌گیرند، اما خود هرست روزنامه‌نگاری زرد را چنین توصیف کرد: "یک روزنامه‌نگاری حقیقی با ماهیت تهاجمی و نه منفی". آرتور بریسبین، یکی از سردبیران رده بالای هرست هم آن را چنین تعریف کرد: "هر چیزی در روزنامه‌نگاری که جدید و موفق باشد روزنامه‌نگاری زرد است، بدون توجه به آنچه که شما یا من برای نامیدن آن مناسب می‌دانیم".

فرانک لوتر مات، مورخ رسانه، ویژگی‌های روشن‌تر و تا حدودی شامل‌تری را ارائه کرد و خاطر نشان ساخت که "نباید روزنامه‌نگاری زرد را مترادف احساسات‌گرایی به شمار آورد."

مفسران در اوایل قرن بیستم خاطر نشان ساختند که روزنامه‌های زرد "ثابت کردند که ابزاری جسورانه و مؤثر در افشای خطاکاری‌های عمومی هستند". افشای رسوایی مالی شهردار نیویورک که از یک شرکت یخ‌سازی پول گرفته بود، توسط روزنامه جورنال، یکی از نبردهای ضد فساد این مطبوعات بود. روزنامه‌نگاری زرد در به دست آوردن اسناد و گزارش‌های محرمانه پیشگام بود. روزنامه جورنال در این خصوص فعالیت چشمگیری

داشت. برخی از چشمگیرترین اختصاصی‌های جورنال در نبرد مداوم روزنامه با اختلاس، بی‌کفایتی، و فساد شهرداران نیویورک بود.

ژانر روزنامه‌نگاری زرد، علی‌رغم تقبیح دیگران، بسیار جذاب و خاص بود. در فن چاپ، در افراط در استفاده از تصاویر، در روش‌های تهاجمی آن برای گردآوری اخبار.

یکی از ویژگی‌های روزنامه‌نگاری زرد- که باز هم در روزنامه جورنال هرست نمایان بود- صرف هزینه‌های گزاف برای گردآوری اخبار، بویژه اخبار مناطق دوردست بود. برای پوشش اخبار جنگ آمریکا- اسپانیا روزنامه جورنال بیش از ۷۵۰/۰۰۰ دلار در آن زمان، یا معادل آن در صد سال بعد، یعنی ۱۵ میلیون دلار، هزینه کرد.

اما دوران "روزنامه‌نگاری زرد" همچنین به عنوان آغازگر آنچه که ایروین اس. کاب^۱ آن را "دوره گزارشگر بزرگ" می‌نامد، هم شناخته می‌شود. پیش از آن، سردبیران و ناشران، ستارگان بخش روزنامه بودند، در حالی که گزارشگری یک کار بدون آینده کثیف به شمار می‌رفت که اساساً مناسب پسران خودآموخته خانواده‌های فقیر، سیاه‌پوستان و الکلی‌ها بود. این در حالی است که در اواسط دهه ۱۸۹۰ میلادی، گزارشگری تبدیل به شغلی درخشان شده بود. این پیشرفت تا حد زیادی مدیون یکی از خبرنگاران سلبریتی‌ها، به نام ریچارد هاردینگ دیویس بود. او خود را به عنوان یکی از اعضای آنچه که وی "مکتب جدید خبرنگاران کودک زرد" می‌نامید، به حساب نمی‌آورد. به هر حال، او خالق این نوع بود (Milton, 1989: p.8).

نتیجه‌گیری

می‌توان گفت دوران روزنامه‌نگاری زرد با عقب‌نشینی تدریجی روزنامه ورلد از رقابت در احساسات‌گرایی، اندکی پس از آغاز قرن بیستم پایان یافت. با این حال برخی تکنیک‌های دوران روزنامه‌نگاری زرد، کم و بیش پایدار مانده و گسترش یافتند مثل تیتراهای درشت، کارتون‌های رنگی و تصاویر فراوان. در سایر رسانه‌ها بویژه تلویزیون و اینترنت نیز بسیاری از کارهای احساسات‌گرایی روزنامه‌نگاری زرد رواج یافته‌اند.

¹ Irvin S. Cobb

منابع:

- Biagi Shirley, Media Impact: An Introduction to Mass Media, Wadsworth Pub Co, 1995.
- Blackbeard Bill, Introduction. R. F. Outcault's the Yellow Kid: A Centennial Celebration of the Kid Who Started the Comics, Northampton, Kitchen Sink Press, 1995
- Campbell W. Joseph, Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies, Westport, Conn., Praeger, 2001
- Milton Joyce, The Yellow Kids: Foreign correspondents in the heyday of yellow journalism, Harper & Row, 1989.
- Murphy James E., 1974, The New Journalism: A Critical Perspective, In Westley Bruce H. Journalism Monographs (The Association for Education in Journalism)
- Mott Frank Luther, American journalism: A history, 1690-1960, Macmillan, 1962.
- Norris James D., Advertising and the Transformation of American Society, 1865-1920, New York, Greenwood Press, 1990.
- Skog Jason, Yellow Journalism, We the People, 2007
- Sloan W. David and Parcell Lisa Mullikin, American Journalism: history, principles, practices, 2002.
- Spencer David R., the Yellow Journalism: The Press and America's Emergence as a World Power, Northwestern University Press, 2007.