

ΤΟΥΡΚΙΚΑ ΜΜΕ

ΚΑΙ

ΕΛΛΗΝΟΤΟΥΡΚΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ

Είμαι βέβαιος ότι όλοι γνωρίζετε την *Hürriyet*, την *Milliyet*, την *Radikal*, την *Turkish Daily News*, την *Sabah*. Ότι όλοι έχετε ακουστά ή μερικοί από εσάς παρακαλουθούν τα τηλεοπτικά κανάλια *CNN Türk*, *ATV*, *TGRT* και *NTV*. Επίσης είμαι βέβαιος ότι στο άκουσμα της λέξεως «Çukurova» όλοι θα εντοπίσετε την περιοχή έξω από τα Αδανα, και όχι τον μεγάλο οργανισμό των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας «Çukurova Grup». Όμως στο άκουσμα των ονομάτων *Aydin Doğan*, *Turgay Çiner*, *Mehmet Emin Karamehmet*, *İlhan Selçuk*, *Zafer Mutlu*, *Ali Karacan* πόσοι θα μπορούσατε να εντοπίσετε αυτούς που διευθύνουν την «κατασκευή» της τουρκικής πραγματικότητας και οι οποίοι επηρεάζουν τις πολιτικές αποφάσεις; Γιατί πρόκειται για τους βαρύνους των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας στην Τουρκία.

Στο σημείο αυτό θεωρώ απαραίτητο για την παρουσίαση του θέματος να προβώ σε μια πολύ σύντομη αναφορά σχετικά με δύο ποιοτικά χαρακτηριστικά της «ισχύος» στην Τουρκία: στην δομή της και στο πώς η ισχύς κατανέμεται στο κοινωνικό σύστημα.

A. ΙΣΧΥΣ ΚΑΙ ΕΛΙΤ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΚΙΑ

1. Η δομή της ισχύος στην Τουρκία

Η σημερινή δομή εξουσίας στην Τουρκία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί με έναν νεολογισμό: «δημοκρατική-ελιτίστικη». Και αυτό γιατί δεν υπάρχει μόνο μία ελίτ αλλά η ισχύς διαχέεται ανάμεσα σε τέσσερις πόλους ισχύος οι οποίοι εξαρτώνται, τελικά, ο ένας από τον άλλο. Όπως θα φανεί στο Σχήμα 1 οι δυνάμεις που

ασκούν επιρροή στην λειτουργία ολόκληρης της κοινωνίας διαχωρίζονται σε δύο μεγάλες ομάδες: στα κέντρα «εσωτερικής ισχύος» και στα κέντρα «εξωτερικής ισχύος». Στις δεύτερες περιλαμβάνονται οι ΗΠΑ και εδώ και λίγο καιρό η ΕΕ καθώς και διάφοροι διεθνείς οργανισμοί με προεξάρχοντες το ΔΝΤ και την Παγκόσμια Τράπεζα, για ευνόητους λόγους.

Και όπως φαίνεται στο σχήμα αυτό υπάρχουν 10 «κέντρα ελίτ» που επηρεάζουν την κοινωνική ζωή τα οποία όμως δεν διακρίνονται από την ίδια ισχύ και επιρροή. Οι ομάδες που θεωρούμε ότι είναι οι πιο ισχυρές και επηρεάζουν τις αποφάσεις βρίσκονται κάτω από την ένδειξη «ΗΓΕΜΟΝΙΚΕΣ ΕΛΙΤ».

Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι σύμφωνα με μελέτες, οι τέσσερις αυτές «ηγεμονικές» ελίτ χαρακτηρίζονται από «ωριμότητα» εξαιτίας του ότι διαμορφώνουν εδώ και δεκαετίες τις αποφάσεις και για το λόγο αυτό παρατηρείται –σε τελικό επίπεδο– μια ισορροπία και μια ενότητα συμφερόντων. Ένα ακόμα στοιχείο που διαμορφώνει μια τέτοια ισορροπία και ενότητα αποτελεί και το γεγονός ότι οι ιθύνοντες των τεσσάρων αυτών «ηγεμονικών» ομάδων διακρίνονται από παρόμοιες κοινωνικές καταβολές, παρόμοιο επίπεδο μόρφωσης και παρόμοια επαγγελματικά περιβάλλοντα.

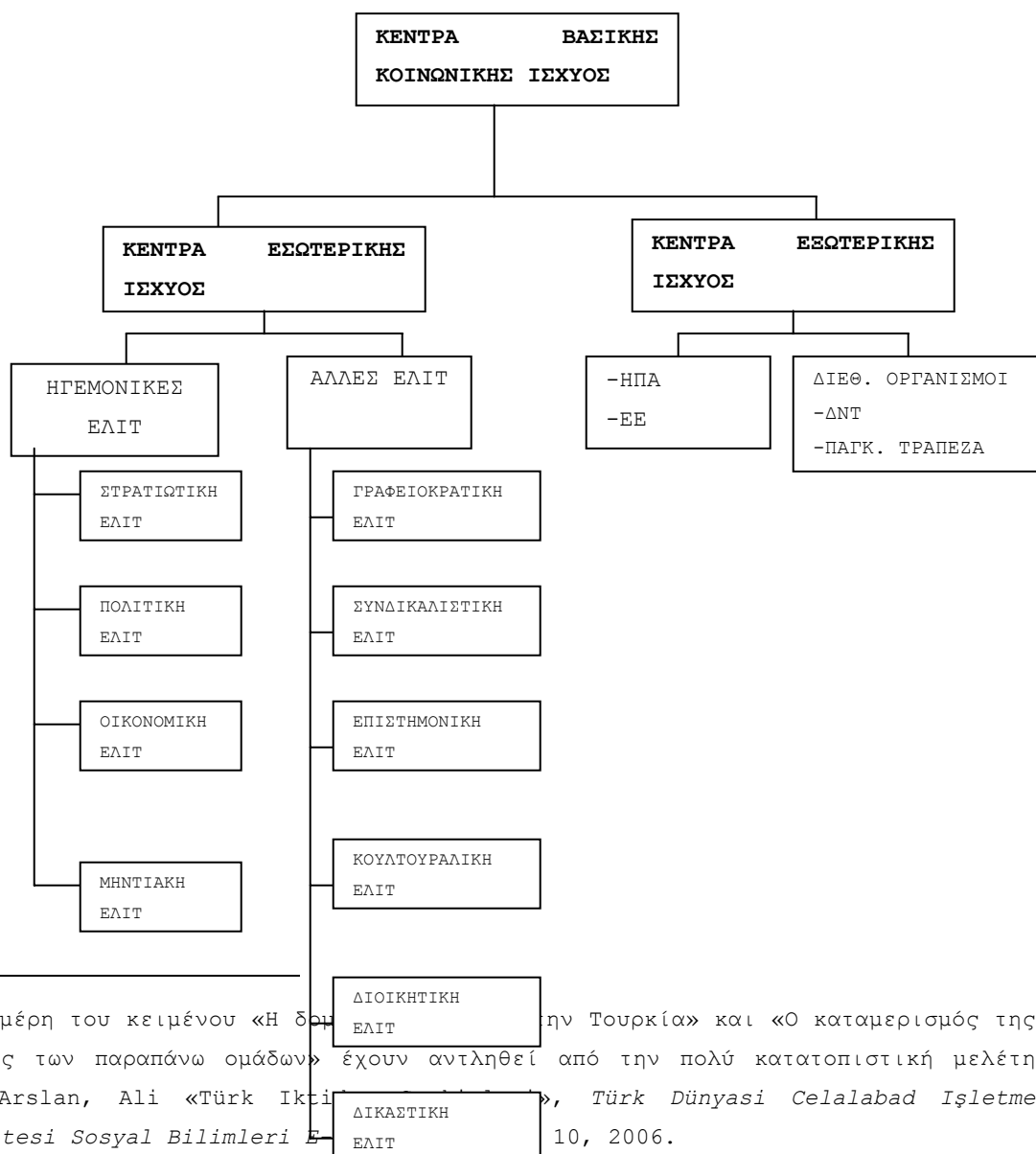
Στο επόμενο σχήμα (Σχήμα 2) θα παρατηρήσουμε το εξής χαρακτηριστικό: υπάρχει κινητικότητα από και προς τρεις από τις τέσσερις ομάδες, δηλ. μεταξύ της πολιτικής, οικονομικής και «μηντιακής» ελίτ ενώ η στρατιωτική ελίτ ΠΑΡΑΧΩΡΕΙ στοιχεία (π.χ. στελέχη σε μεγάλες επιχειρήσεις, δημόσιους οργανισμούς) και ΔΕΝ ΔΕΧΕΤΑΙ την κινητικότητα που χαρακτηρίζει τις άλλες ελίτ. Και αυτό κυρίως εξαιτίας του αισθήματος ανωτερότητας που διακρίνει την ομάδα αυτή (ακριβώς επειδή τα μέλη της λαμβάνουν συνεχή επιμόρφωση αλλά και ασχολούνται με κρίσιμα ζητήματα) αλλά και λόγω του ιδιαίτερου κύρους που απολαμβάνει το επάγγελμα του στρατιωτικού στην Τουρκία.

2. Ο καταμερισμός της ισχύος ανάμεσα στις παραπάνω ομάδες

Το ζήτημα αυτό θα φανεί καθαρά στο Σχήμα 3 όπου μορφοποιείται η ιδέα ότι οι ομάδες αυτές συνδέονται στενά εξαιτίας του ότι κατέχουν ή ελέγχουν τις πιο σημαντικές παραμέτρους κοινωνικής δραστηριότητας. Και για αυτό είναι υποχρεωμένες όχι μόνο να προσέχουν τις ενέργειές τους έναντι των άλλων ελίτ αλλά και όταν απαιτείται να εναντιώνεται η μία ομάδα στην άλλη.

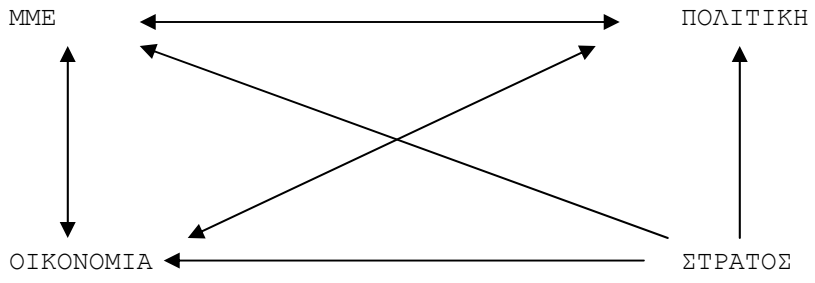
Όμως θα πρέπει να προσεχθεί ότι οι σχέσεις αυτές δεν μένουν πάντα οι ίδιες γιατί εξαρτώνται από τον χρόνο και τον χώρο αλλά και από ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια.¹

ΣΧΗΜΑ 1

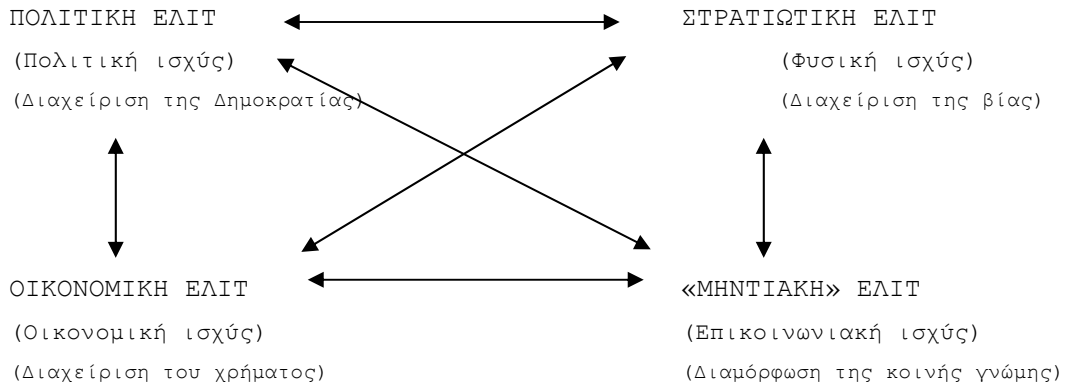


¹ Τα μέρη του κειμένου «Η δομή της κοινωνικής ισχύος στην Τουρκία» και «Ο καταμερισμός της ισχύος των παραπάνω ομάδων» έχουν αντληθεί από την πολύ κατατοπιστική μελέτη του Arslan, Ali «Türk İktisadi ve Sosyal Yapısı», Türk Dünyası Celalabad İşletme Fakültesi Sosyal Bilimleri E-Kitaplığı, 10, 2006.

ΣΧΗΜΑ 2



ΣΧΗΜΑ 3



Β. ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ «ΤΟΠΙΟΥ» ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΚΙΑ

1. Η διαμόρφωση του «τοπίου»

Ο χώρος των ΜΜΕ στην Τουρκία άλλαξε ριζικά πρόσωπο μετά τα μέσα της δεκαετίας '90 όταν νεόκοποι επιχειρηματίες αγόρασαν τις εφημερίδες από τους παραδοσιακούς ιδιοκτήτες τους και έφεραν νέα αντίληψη όχι μόνο στην οικονομική διαχείριση των μέσων αυτών αλλά και στο τι θα αποτελούσε ειδησεογραφία από τότε και στο εξής. Και πιο συγκεκριμένα, οι εφημερίδες –αλλά και όλα τα άλλα μέσα ενημέρωσης και διαφήμισης που αγόρασαν με τον καιρό– μετετράπησαν σε 'βαριά όπλα' εναντίον των αντιπάλων τους όταν επρόκειτο να υπάρξει διαπραγμάτευση οικονομικού χαρακτήρα. Το ζητούμενο δεν ήταν το κέρδος από την εκμετάλλευση των ΜΜΕ αλλά το κέρδος μέσω αυτών. Έτσι, το αποτέλεσμα δεν ήταν απλώς η απόκτηση πραγματικά τεράστιων κερδών και επιρροής αλλά και η απόκτηση ανεξαρτησίας από τις πολιτικές πιέσεις.

Το τοπίο των ΜΜΕ στην Τουρκία χωρίζεται σε δύο περιόδους, σε αυτήν έως τον Απρίλιο 2001 και σε αυτήν μετά τον Απρίλιο 2001.

Κατά την πρώτη περίοδο, την σχεδόν απόλυτη επιρροή στο χώρο των ηλεκτρονικών ΜΜΕ στην Τουρκία κατέχει ο όμιλος BIMAS που είχε προέλθει από την ένωση των ομίλων Doğan και Sabah. Περισσότεροι από τους μισούς κατοίκους της γείτονος άκουγαν ή διάβαζαν τα νέα που απηχούσαν τις απόψεις των ιδιοκτητών των δύο αυτών ομίλων. Στον όμιλο ανήκαν δύο από τα μεγαλύτερα κανάλια της χώρας: το Kanal-D (DTV) και το ATV και πέντε από τις μεγαλύτερες –και άρα πιο αποτελεσματικές σε επίπεδο επιρροής– εφημερίδες: Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah, Yeni Yüzyıl. Επίσης στον όμιλο αυτό ανήκαν πάνω από 100 μεγάλης ή μεσαίας κυκλοφορίας εφημερίδες, διάφορα περιοδικά, ραδιοφωνικοί σταθμοί και μικρότερης σημασίας κανάλια.² Αξίζει να σημειωθεί ότι ο όμιλος BIMAS διαδραμάτισε

² Arslan, Ali «The Power and the Problems of the Media in Turkey and Political-

σημαντικό ρόλο στην πτώση της συμμαχικής κυβέρνησης Τσιλέρ-Ερπακάν και στην εγκαθίδρυση μιας ακόμα συμμαχικής κυβέρνησης που την διαδέχθηκε: Κόμμα Δημοκρατικής Αριστεράς, Κόμμα του Ορθού Δρόμου και Κόμμα της Μητέρας Πατρίδας ή με άλλα λόγια Ετζεβίτ, Τσιλέρ, Γιλμάζ.

Όταν τον Απρίλιο 2001 -κατά την διάρκεια των πολύ μεγάλων χρηματοοικονομικών σκανδάλων που ταλάνισαν την χώρα και την οικονομία της Τουρκίας- ο ένας εκ των δύο ιδιοκτητών της BIMAS - Dinç Bilgin- κατηγορήθηκε για κλοπή των κεφαλαίων της τράπεζας που του ανήκε, ο άλλος ιδιοκτήτης, ο Aydın Doğan απέκτησε την αυτοκρατορία που έχει σήμερα και η οποία περιλαμβάνει τις Hürriyet, Milliyet, Radikal και άλλες έξι εφημερίδες, 31 περιοδικά, δύο μεγάλα κανάλια (Kanal D, CNN Türk), 3 ραδιοφωνικούς σταθμούς, τα περισσότερα κέντρα διανομής Τύπου, μια μικρή τράπεζα και πολλές εταιρείες στους τομείς της ενέργειας, ασφαλειών, πετρελαίου, αυτοκινητοβιομηχανίας, χρηματοοικονομικών εργασιών και Διαδικτύου.³

Στην περίοδο μετά τον Απρίλιο 2001, σημειώθηκαν μεγάλες αλλαγές στην νομοθεσία που αφορούσε τα ΜΜΕ και από την στιγμή εκείνη και μετά οι όμιλοι των ΜΜΕ μπορούσαν να λαμβάνουν μέρος σε δημόσιους διαγωνισμούς και να εισέλθουν στο Χρηματιστήριο. Το αποτέλεσμα ήταν, και είναι, η κατοχή μεγάλου μεριδίου εκ μέρους τους στην διαμόρφωση, σύμφωνα με τους γνωρίζοντες, των πολιτικών και οικονομικών εξελίξεων στην γείτονα χώρα.

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφέρουμε δύο στοιχεία του «μηντιακού τοπίου»: α) η παραδοσιακή εφημερίδα του κεμαλικού κατεστημένου, Cumhuriyet, εξακολουθεί να ασκεί αρκετή επιρροή παρά την μικρή κυκλοφορία της (40-50000 φύλλα), και β) τα λεγόμενα «ισλαμικά

Religious Identity of Turkish Media Elites», στο *International Journal of Human Sciences*, vol. 2, issue 2, 2005.

³ Αυτά που ανήκαν στον Bilgin αγοράστηκαν από την οικογένεια Karamehmet η οποία άρχισε την ισχυροποίησή της στον τομέα αυτό.

MME», που διαθέτουν την ποσότητα των μέσων των άλλων ομίλων αλλά έχουν σημαντική απήχηση και επιρροή, είναι κυρίως τα εξής: τα τηλεοπτικά κανάλια TGRT, Kanal 7, Samanyolu, Mesaj TV και οι εφημερίδες Türkiye, Zaman, Milli Gazete.

Σύμφωνα με μια στατιστική του Κρατικού Ινστιτούτου Στατιστικών της Τουρκίας (DİE) τον Ιούνιο 2003, μόνο το 7,3% του πληθυσμού διαβάζει κάποια εφημερίδα. Ενώ σύμφωνα με μια έρευνα του Τουρκικού Ιδρύματος Οικονομικών και Κοινωνικών Ερευνών (TESEV) το επάγγελμα του δημοσιογράφου, σε έναν κατάλογο προτίμησης επαγγελματιών, είναι λίγο πιο πάνω (σ.σ. δύο θέσεις) και θεωρείται μόλις λιγότερο διεφθαρμένο από τους πολιτικούς οι οποίοι βρίσκονται στην τελευταία θέση του εν λόγω καταλόγου.⁴

2. Η παρούσα κατάσταση

Χαρακτηριστικές δηλώσεις σχετικά με την κατάσταση στην οποία έχει περιέλθει ο Τύπος στην Τουρκία έχουν γίνει από την *Milli Gazete* σε άρθρο του Abdullah Özkan που αναφέρει ότι «τα MME που απευθύνονται στην κοινή γνώμη έχουν μονόπλευρα, ψεύτικα και «σκοπίμα» δημοσιεύματα και για αυτό δεν τυγχάνουν υπόληψης»⁵ ενώ σε άλλο άρθρο του εν λόγω αρθογράφου μιλά ένας σημαντικός μηντιάρχης της «παλιάς γενιάς», ο Dinç Bilgin, ο οποίος μεταξύ άλλων λέει ότι «κάποια στιγμή μοιράσαμε τις δημόσιες συμβάσεις στις εταιρείες των MME, για την ηλεκτρική ενέργεια και άλλες... οι δημοσιογράφοι [στην σχέση που έχουν με την πολιτική] έχουν υπερβεί τα εσκαμμένα και επιχειρούν να φτιάξουν κυβερνήσεις και να διώξουν υπουργούς...»⁶

Προς επίρρωση της παραπάνω δήλωσης έρχεται το άρθρο που

⁴ Tunç, Asli, «Faustian Acts in Turkish Style: Structural Change in National Newspapers as an Obstacle to Quality Journalism in 1990-2003», στο Spassov, O. και Todorov, C. (eds.) *Quality Press in SE Europe*, Frankfurt and Sofia: SOEMZ, 2004. Το στοιχείο αυτό αναφέρεται επίσης και στο άρθρο «Rüşvetsiz olmaz abi» (Δεν γίνεται χωρίς ρουσφέτι, φίλε!) της *Milliyet*, 16 Φεβρουαρίου 2002.

⁵ «Medya iktidari», 21 Απριλίου 2006.

⁶ «Türkiy'de medya nerede duruyor?», 17 Μαΐου 2006.

εμφανίσθηκε στην εφημερίδα Radikal στις 21 Απριλίου 2006 με τίτλο «Το πειστικό ερώτημα του υπουργείου Εξωτερικών» στο οποίο ο γνωστός αρθρογράφος Haluk Şahin διερωτάται εάν η εξωτερική πολιτική είναι ζήτημα επικοινωνιακό.⁷

Επίσης, ο γενικός διευθυντής του «Κέντρου Στρατηγικών Σπουδών Τουρκίας-Ασίας» (TASAM), Attila Sandıklı, αντιπλοίαρχος ΕΑ, κατά την ομιλία του σε μια διάσκεψη με θέμα «Παγκοσμιοποίηση και η επίδραση των ΜΜΕ στην κουλτούρα» (20 Μαΐου 2006) είπε ότι εάν κάποιος κοιτάξει την κατάσταση στην Τουρκία θα δει ότι οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ ενεργούν σε όλους τους τομείς ενώ επέστησε την προσοχή στο γεγονός ότι οι ιδιοκτήτες ΜΜΕ που κατέχουν και τηλεοπτικά κανάλια διαθέτουν επίσης ραδιοφωνικούς σταθμούς, εφημερίδες, περιοδικά, την ίδια στιγμή κατέχουν και τις εταιρείες διανομής του Τύπου.

Μάλιστα, ενδεικτικά της κατάστασης ανελευθερίας που έχει περιέλθει ο Τύπος στην Τουρκία είναι τα στοιχεία που αναφέρονται στην «Έκθεση για το 2005 για τα ΜΜΕ και την Ελευθερία του Τύπου στην Τουρκία»:

200 δίκες εναντίον 319 δημοσιογράφων, συγγραφέων και ακτιβιστών

5 ιστοσελίδες έκλεισαν.⁸

3. Η σχέση πολιτικής/ΜΜΕ σήμερα

Ο σημερινός πόλεμος εναντίον της κυβέρνησης Ερντογάν, που προέρχεται κυρίως από τον όμιλο Doğan, είχε ξεκινήσει πριν λίγο καιρό όταν το CNN-Türk είχε θέσει ως στόχο του τον Sadettin Tantın, σημαίνον στέλεχος του ΑΚΡ και ισχυρό υπουργό Εσωτερικών ο οποίος ερευνούσε τις τραπεζικές και «μηντιακές» δραστηριότητες του ισχυρού άνδρα της Τουρκίας Aydın Doğan.⁹

Έκτοτε η κατάσταση έχει περάσει από πολλές διακυμάνσεις: στις

⁷ «Dışişleri'nin inandırıcılık sorunu», 21 Απριλίου 2006.

⁸ Όπως αναφέρεται στην ιστοσελίδα της «Ένωσης Σύγχρονων Δημοσιογράφων» (Çağdaş Gazeteciler Derneği).

⁹ www.haberturk.com, 25/5/06.

αρχές του 2005 ο Ερντογάν εμφανιζόταν «θυμωμένος» με την TÜSİAD (Ένωση Τούρκων Βιομηχάνων και Επιχειρηματιών) και τα ΜΜΕ¹⁰, στα μέσα του 2005 και στις αρχές του 2006 η TÜSİAD στήριζε τον Ερντογάν και την ευρωπαϊκή πορεία της Τουρκίας¹¹.

Όμως, και σε συνάρτηση με το τελευταίο, αξίζει κάποιος να δει τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων του ομίλου Doğan μετά την δολοφονία των δικαστών στο Συμβούλιο Επικρατείας (17 Μαΐου) και την βομβιστική επίθεση εναντίον της εφημερίδας Cumhuriyet. Τόσο οι εφημερίδες του ομίλου Doğan, όσο και η Cumhuriyet και μερικές άλλες εφημερίδες προσπάθησαν να βρουν διασυνδέσεις με την κυβέρνηση του ΑΚΡ με τίτλους όπως «'Εύνοντας' την μαντήλα τέτοια συμβαίνουν». Επίσης στις τηλεοράσεις του ομίλου ακούγονταν προτάσεις όπως «κάνατε την μαντήλα πολιτικό σύμβολο, ένας τρελλός πήγε και εισέβαλε στο Συμβούλιο Επικρατείας», «Ψάχνετε προβοκάτσιες στα γεγονότα, είναι δουλειά αυτών που δεν μπορούν να αποβάλλουν από το μυαλό τους τους θρησκευτικούς οίκους». Με τελικό αποτέλεσμα να επιχειρείται μια πολιτική προσέγγιση για το ζήτημα.

Επίσης κάτι πάρα πολύ χαρακτηριστικό είναι ότι από τις πρώτες ημέρες που έγινε το συμβάν, οι εφημερίδες του συγκροτήματος άρχισαν να παρουσιάζουν στοιχεία για την ταυτότητα του δράστη και της ομάδας στην οποία αυτός εμπλεκόταν, όμως λίγο μετά όλα αυτά τα στοιχεία άρχισαν να εξαφανίζονται σιγά-σιγά από τις εφημερίδες του συγκροτήματος (Hürriyet, Milliyet, Radikal, Vatan).

Γ. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΥΠΟ ΠΟΥ ΑΝΑΠΑΡΑΓΟΥΝ ΤΗΝ «ΗΓΕΜΟΝΙΚΗ» ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΚΙΚΟΥ ΚΑΤΕΣΤΗΜΕΝΟΥ

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί το αυτονόητο, δηλαδή ότι

¹⁰ «Erdoğan TÜSİAD'A da kızdı» (Ο Ερντογάν θύμωσε με την TÜSİAD), *Radikal*, 12 Μαρτίου 2005. « Erdoğan: Medya Türkiye'yi ihbar etti» (Ερντογάν: Τα ΜΜΕ πρόδωσαν την Τουρκία), *Hürriyet*, 10 Μαρτίου 2005.

¹¹ Για παράδειγμα βλ. το μακροσκελές άρθρο της *Hürriyet* στις 20 Δεκεμβρίου 2005 με τίτλο «Σημαντικά μηνύματα από την συγκέντρωση της TÜSİAD».

τα παραδείγματα που θα παρατεθούν αποτελούν όχι μόνο σταχυολόγηση επικεφαλίδων αλλά αναφέρονται μόνο σε εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας οι οποίες αγγίζουν (άρα διαμορφώνουν την πραγματικότητα για) μεγαλύτερα τμήματα πληθυσμού. Επίσης προσοχή θα πρέπει να δοθεί στο γεγονός ότι με την πάροδο των ετών γίνεται όλο και λιγότερη χρήση «επιθετικών» λέξεων.

Hürriyet, Radikal

19 Ιανουαρίου 2002: Μυστικό παζάρι στο Αιγαίο με την Ελλάδα - Η Τουρκία εξαναγκάζεται σε λύση μέσω διαλόγου (R)

21 Ιανουαρίου 2004: Ελπίδες για 'αφοπλισμένο Αιγαίο' (R)

Σημείωση: το άρθρο ξεκινά με τα λεγόμενα του Gül που αναφέρεται στην πρόταση Παπανδρέου ως «καλή» και ο αρθρογράφος λέει ότι η Αθήνα είναι «ευτυχής». Και αυτό στην περίπτωση που το ΠΑΣΟΚ κέρδιζε τις επικείμενες εκλογές. Τσως το πιο χαρακτηριστικό είναι το άρθρο που υπήρχε στην ιστοσελίδα του καναλιού NTV, την ίδια ημέρα, το οποίο είχε τίτλο «θα μπορέσουμε να συμβαδίσουμε στο ζειμπέκικο του Παπανδρέου;»

23 Ιουνίου 2004: Απομακρύνεται η ασυμφωνία σχετικά με τον εναέριο χώρο στο Αιγαίο (H)

Σημείωση: αφορά τα σχέδια πτήσης για την πολιτική αεροπορία.

13 Σεπτεμβρίου 2004: Καραμανλής: Δεν υπάρχει απαίτηση στο Αιγαίο (R)

Σημείωση: Ο αρθρογράφος εννοεί απαιτήσεις από την Τουρκία στα ζητήματα Αιγαίου και Κύπρου ώστε να δοθεί ημερομηνία έναρξης διαπραγματεύσεων από την ΕΕ. Όμως από τις δηλώσεις που παρατίθενται δεν φαίνεται κάτι τέτοιο.

31 Μαρτίου 2005: Τελείωσε χωρίς (να γίνει) κρίση η ελληνο-τουρκική αντιπαράθεση (karşılama) στα Τιμια (Kardak) (H)

Σημείωση: σημαντική η χρήση «ήπιας» ορολογίας μερικούς μήνες πριν την συνάντηση του Οκτωβρίου 2005 μεταξύ Τουρκίας και ΕΕ.

20 Απριλίου 2005: Οζκιόκ: Η Ελλάδα πρέπει να ζητήσει επίσημα συγγνώμη (Η)

(σχετικά με το περιστατικό που αναφέρθηκε από τον ΚΟΣΜΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΗ αναφορικά με την καύση της τουρκικής σημαίας στην Σχολή Ευελπίδων)

Σημείωση: ο στρατηγός εννοεί την ελληνική κυβέρνηση, όπως λέει ο ίδιος. Ενδεικτικό είναι ότι το άρθρο αναφέρεται σε σημαντική ομιλία του στρατηγού στην Ακαδημία Πολέμου κατά την οποία εξάγονται σημαντικά συμπεράσματα για την αντίληψη που έχει ο στρατός για την διεθνή πραγματικότητα αλλά η εφημερίδα προέβαλε την παραπάνω επικεφαλίδα.¹²

25 Απριλίου 2005: «Έγινε αποδεκτή η συγγνώμη του ελληνικού στρατού»

Σημείωση: η είδηση μεταδόθηκε από την τουρκική υπηρεσία του BBC με ό,τι διεθνή αντίκτυπο μπορεί να έχει κάτι τέτοιο.

Zaman

29 Ιουνίου 2004: «3 αξιώσεις από την Αθήνα για τα 6 μίλια»

Σημείωση: στο άρθρο φαίνεται ότι η Ελλάδα συμφώνησε στο να μειώσει την υφαλοκρηπίδα της στα 6 μίλια. Είναι χαρακτηριστικό της πληροφόρησης της τουρκικής εφημερίδας ότι ο υπουργός Άμυνας Σπήλιος Σπηλιωτόπουλος αναφέρεται ως υπουργός Εξωτερικών (!)

*Η κρίση στα Ίμια αποτελεί μια χαρακτηριστική περίπτωση του πραγματικού προσώπου των ΜΜΕ ως διαμορφωτές της πραγματικότητας ώστε να ακολουθηθούν συγκεκριμένες πολιτικές. Είναι γνωστός ο πρωτοσέλιδος τίτλος και η ορολογία της *Hürriyet* στις 28 Ιανουαρίου 1996 «Σημαία πολέμου» όταν αναμετάδωσε ότι «οι έλληνες με θράσος έβαλαν την σημαία τους στην βραχονησίδα Kardak που*

¹² Βλέπε υπηρεσιακό υπόμνημα του ομιλούντος στο Ινστιτούτο Αμυντικών Αναλύσεων με τίτλο «Ζητήματα Ελληνικού Ενδιαφέροντος στην Τουρκική Πολιτική Σκηνή», τεύχος 87 (10 Ιουνίου 2005), σσ. 6-7.

βρίσκεται στο Bodrum και αμέσως ομάδα της εφημερίδας πήγε μετά και βγάζοντας την ελληνική σημαία τοποθέτησαν την τουρκική.» Στη συνέχεια ακολούθησαν οι «πολεμικές κραυγές» από τις τουρκικές εφημερίδες που έλεγαν ότι τα πολεμικά πλοία των δύο χωρών είχαν έλθει «μύτη με μύτη», ότι η Τσιλέρ δήλωσε στις 30 Ιανουαρίου «η βραχονησίδα Kardak αποτελεί μέρος του Τουρκικού εδάφους και δεν δεχόμαστε de facto καταστάσεις. Η σημαία εκείνη θα υποσταλεί και τα στρατεύματα θα αποσυρθούν» και έκανε λόγο ότι το ζήτημα θα λυνόταν με διαπραγματεύσεις. Η δε *Milliyet* είχε πρωτοσέλιδο «Να αποσύρετε τα στρατεύματα αλλιώς...»

Επίσης ο βασικός -έως σήμερα- αρθρογράφος της *Hürriyet*, Ertuğrul Özkök, έθετε ψευδοδιλήμματα με τις απόψεις του.

Εξόχως χαρακτηριστικό της διασύνδεσης πολιτικής/MME αποτελεί το γεγονός ότι οι τούρκοι δημοσιογράφοι που έβαλαν την τουρκική σημαία στα Τμια και παραλίγο να εμπλέξουν τις δύο χώρες σε πόλεμο έλαβαν την μεγαλύτερη στήριξη από την Ένωση Τύπου (σ.σ. της οποίας τότε πρόεδρος ήταν ο άλλος βασικός αρθρογράφος της *Hürriyet*, Oktay Ekşi) η οποία στην ανακοίνωση που εξέδωσε ανέφερε μεταξύ άλλων:

«η Ένωση δεν θα προσμετρήσει τα δημοσιεύματα σχετικά με το νησί Kardak σε αυτά που 'παρακινούν σε βία και βιαιοπραγία', παρά το ότι υπήρξαν διαμαρτυρίες προς την Ένωση Τύπου, διότι αυτά τα δημοσιεύματα δεν σκόπευαν σε τίποτα άλλο από την προστασία των νόμιμων δικαιών και της εδαφικής ακεραιότητας της Τουρκίας.

Η Ένωση δεν θα θεωρήσει ρεαλιστικό για έναν δημοσιογράφο, που αποδίδει σημασία στη ζωή του σε θέματα όπως η εδαφική ακεραιότητα της χώρας του, το να αναλάβει ρόλο 'τρίτου' και αμερόληπτου ατόμου.»

Περιοδικό Tempo

Το περιοδικό Tempo δημοσίευσε στις 22 Νοεμβρίου 2005 άρθρο με τον τίτλο «Το περιοδικό Tempo ικανοποιεί την ανησυχία του πρώην έλληνα πρωθυπουργού Σημίτη». Στο άρθρο γίνεται αναφορά της ρήσης του Κων/νου Σημίτη ότι η Ελλάδα «έχασε 4 ώρες» για την οποία το

περιοδικό αναφέρει τα εξής «εμπρηστικά»:

α) ότι οι ελληνικές δυνάμεις έπεσαν θύματα ηλεκτρονικού πολέμου από την πλευρά της Τουρκίας

β) ένα ανέκδοτο που υπήρχε την εποχή ότι ένα τουρκικό υποβρύχιο έφθασε ανοιχτά της Αθήνας και επέστρεψε σάο αφού εξετέλεσε την αποστολή του

γ) ότι η κατασκοπεία τους γνώριζε για την μπαταρία ασυρμάτου που δεν δούλευε

δ) ότι δίνουν την λύση που δεν μπόρεσε η Ελλάδα να βρει εδώ και 9 χρόνια

Περιοδικό Aksiyon

Το περιοδικό δημοσίευσε στις 15 Μαΐου 2006, ορμώμενο από την εξαγορά της τουρκικής Finans Bank από την «Εθνική Τράπεζα», άρθρο με τον πολύ χαρακτηριστικό τίτλο «Οι Έλληνες και πάλι στην Μικρά Ασία» (!) στο οποίο μάλιστα γίνεται αναφορά ότι ο πρόεδρος της τουρκικής τράπεζας συναντήθηκε με τον αρχηγό ΓΕΕΘΑ της Τουρκίας πριν δώσει το ΟΚ για την εξαγορά.

Δ. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σύμφωνα με τους ειδήμονες εξάγονται δύο κύρια χαρακτηριστικά: πρώτον, ότι στην Τουρκία είναι δύσκολη η συγγραφή και η ανάλυση σε βάθος πέντε ζητημάτων (Αιτατούρκ, Κούρδοι, Δυνάμεις ασφάλειας, Αρμενική γενοκτονία, Τουρκική κατοχή και παρουσία στην Κύπρο) και δεύτερον, ότι ο λεγόμενος «ανεξάρτητος Τύπος» είναι στα χέρια τεσσάρων μεγάλων και ισχυρών ομίλων που είναι στην πλειονότητά τους φιλοευρωπαϊκοί και ο οποίος (Τύπος) απηχεί τα συμφέροντα των ομίλων αυτών.¹³

Τι ποιο φανερό ότι ακόμα και σήμερα τα εθνικά συμφέροντα προηγούνται όλων των πραγμάτων; Και μάλιστα δεν φαίνεται σήμερα ότι έχει αλλάξει κάτι παρεκτός η ποιότητα του τρόπου παρουσίασης.

¹³ Από το άρθρο του αρχισυντάκτη της *Επιτροπής για την Προστασία των Δημοσιογράφων*, Robert Mahoney, με τίτλο «Εθνικισμός και Τύπος» όπως εμφανίσθηκε στην ιστοσελίδα www.cpj.org στις 16 Μαρτίου 2006.

Για το λόγο αυτό η Ελλάδα θα πρέπει όχι μόνο να αποκτήσει αξιόπιστους αναλυτές της τουρκικής πραγματικότητας αλλά και να μάθει να αξιολογεί τις τουρκικές κινήσεις, δηλώσεις και «προσφορές» μέσα από συνθετικές αναλύσεις που θα λαμβάνουν υπόψη τους όχι μόνο το προαναφερθέν πλέγμα οικονομικών-πολιτικών σχέσεων αλλά και αυτό που είχε γράψει κάποτε ο πρώην πρέσβης Βύρων Θεοδωρόπουλος «αυτό που διέπει με συνέπεια τη σκέψη των πολιτικών ανδρών στην Τουρκία [είναι] ότι [δηλαδή] η εξωτερική πολιτική δεν διαμορφώνεται και δεν συζητείται σε δημόσιο χώρο».

Η τελευταία αυτή παρατήρηση είναι εξόχως σημαντική σήμερα καθόσον η εποχή μας χαρακτηρίζεται από πλημμυρίδα ειδήσεων αλλά από ερήμους ουσιαστικών γνώσεων με τους κινδύνους της παραπληροφόρησης και της σύγχυσης να караδοκούν.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Οι σημαντικότεροι επιχειρηματικοί όμιλοι στην Τουρκία που κατέχουν MME¹⁴

Çukurova Group (Mehmet E. Karamehmet)

Τομέας MME

Τηλεόραση: Show TV, Cine 5, Playboy TV, Supersport, Maxi TV, Satel Sabah Television Production

Ραδιόφωνο: Alem FM, Show Radyo, Radyo 5, Radyo Viva

Εφημερίδες και Περιοδικά: Akşam, Güneş, Alem, Takip, Medyatör, Arabesk, Zümrüt, Platin

Εκδοτικοί Οίκοι: Yapı Kredi Culture-Art Publish House, Aslı Journalism and Printing Inc., Press Investment Industry and Trade, Dost Publish and Press Distribution

Ψηφιακό κανάλι: Digiturk

Τηλεπικοινωνίες και Internet: KVK, A-tel, Superonline, Bilpa-MIS Trade, Hobim MIS Services, Mobicom Information Services, Show TV Net, Mobicom, Turkcell Communication Services, Verinet Satellite Communication Industry, Topaz Telecommunication Publishing and Advertising Inc., Ericsson-Çukurova Telecommunication

Άλλες επιχειρήσεις: Bank Kreiss A.G., Banque de Commerce et de Placements S.A., Pamukbank, Yapı ve KrediBank, Yapı-Toko Bank, General Life Insurance, Halk Reasurans, Halk Insurance, Halk Life Insurance, Türkiye General Insurance, Borak S.A., Çukurova Holding A.Ş., Demir Toprak A.Ş., Endüstri Holding A.Ş., Genborsa Securities Trade, Interlease-International Financial Rent, Pamuk Factoring, Industrial and Financial Investments Holding, International Investment Holding, Yapı Kredi Financial Rent, Yapı Kredi Factoring, Yapı Kredi Card Services, Yapı Kredi Investments, Agro-San Chemical Industry and Trade, Auer Manufacturing, Atkasan Refuse Paper Evaluation Inc. BMC Industry and Trade Inc., Comag Continental Mining Inc., Çukurova Steel Industry, Çukurova Construction Machines Inc, Çukurova Chemical Industry Inc., Çukurova Industry Management Inc., ÇumitaşÇukurova Machine Inc., Kaplamin Packaging Inc., Maysan Machine and Spare Part,

¹⁴ Από την ανακοίνωση του Funda Erzurum, «Cross Media Ownership and the Effects of Cross Media Ownership to the Television News in Turkey» που παρουσιάστηκε στο 1^ο Παγκόσμιο Συμπόσιο «Επικοινωνία στην Νέα Χιλιετία», Όστιν-Τέξας, 2003.

Maysan-Halla Automoti ve Parts, Noksel Steel Pipe Industry, OVA-SCA Packaging, SCA Packaging, Selkasan Paper and Packaging Materials, Auer Durable Consumer Goods Marketing, Public Works Inc., Baytur Construction Commitment Inc., Baytur S.A. , Baytur Trading S.A., Çukurova Foreign Trade, Çukurova Export and Import, Çukurova Consumer Goods Marketing, Çukurova Agriculture Industry and Trade Equipment and Parts Export Inc., Etken Textile Industry and Trade, Embo Glazed and Dyed Goods Inc., KVK Mobile Telephone Systems, Ompaş-Automotive Products Marketing, Sinova (HK) Limited, Sovtur Import and Export Trade, Anadolu Tourism Investments, Dersaadet Touristic Services, Enternasyonal Tourism Investments, Kartal Otel Marmaris, Köroğlu Tourism, Kumköy Tourism, Pegasus Air Transportation, Sultanahmet Tourism, Akşam Maritime Business and Trade, Akşamüstü Maritime Business and Trade, Barbaros Maritime Business, Batı Maritime Business, Çukurova Aviation, Doğu Maritime Business and Trade, Gemhur Navigation Transportation and Scrap Industry, Genel Navigation Transportation, Intercon Constultancy and Education Services, Interdepo-International Private Bonded Warehouse, İntercorp Electronic Industry and Trade, Harbor Management and Transportation, Ören Maritime Transportation and Trade, Pamukspor Sports and Touristic Services, Preveze International Trading, Seydi Reis Maritime Business, TAPP-Trade Area Marketing and Promotion, Yapı Kredi Skyscraper Care and Repair Inc., DaussanÇukurova Chemistry Industry and Trade, Eterplast Plastic Industry.

Uzan Group (Cem Uzan)

Τομέας MME

Τηλεόραση: Star, Kral TV, Teleon, Star Max

Ραδιόφωνο: Super FM, Metro FM, Kral FM, Radio Blue, Joy FM, Lokum FM

Ψηφιακό κανάλι: Star Digital

Εφημερίδες: Star, Birikim Journalism and Publishing

Πρακτορεία Ειδήσεων: National Media News Agency, National Press, Park Media, Media Park Broadcasting

Τηλεπικοινωνίες και Internet :Rumeli Telecom, RT- Net, Webbee, Telsim, Rumeli Technics, Ünitel, Aktif Cable, Kartel, Rubuplic of Kazakhstan, Artel Azerbeycan, Rumeli Advertisement, KKTC Telsim, Rumeli Software

Άλλες επιχειρήσεις: Çukurova Electric, Kepez Electric, Şanlıurfa Cement, Gaziantep Cement, Trabzon Cement, Bartın Cement, Van Cement, Gümüşhane Cement, Edirne-Lalapaşa Cement ,Rumeli Cement, Ergani Diyarbakır Cement ,Ladik Cement, Eskişehir Cement, Merkez Paper Bags Industry, Ulus Factoring, Rumeli Life

Insurance, Rumeli Insurance, Rumeli Bank, Adabank, Merkez Investment, Yapı Trade, İzmir Metallurgy(METAS), Anadolu Bow Industry (AYSAN), DEMAS Iron Goods Inc., LIMAS Harbor Services, Adanaspor, İstanbulspor, Mavi Trade, Rumeli Aviation.

Doğan Group (Aydm Doğan)

Όμιλος MME

Τηλεόραση: Kanal-D, CNN Turk

Καλωδιακή τηλεόραση: Bravo!, Galaxy TV, Ultra Cable TV

Διεθνής ραδιοφωνικός σταθμός: Euro D

Ραδιόφωνο: Hur FM, Radio Foreks, Radio D

Εφημερίδες και Περιοδικά: DBR Magazine Group (αποτελείται από 25 μηνιαία περιοδικά), Dogan Egmont, Hürriyet, Milliyet, Turkish Daily News, Radikal, Posta, Financial Forum, Gözcü, Asabi, Fanatik, Haftasonu

Εκδοτικοί Οίκοι: Hürriyet Journalism and Publishing, Milliyet Journalism, Yaysat Publication Marketing and Distribution, Doğan Publication Marketing and Distribution, Simge Publication and Distribution, Doğan Ofset Press and Publication,

Πρακτορεία ειδήσεων: Doğan News Agency, Milliyet News Agency

Τηλεοπτικές παραγωγές: Hürriyet TV Film Production A.Ş., Doğan Production and Trade, ANS International Production Broadcasting and Advertising

Τηλεπικοινωνίες και Internet : E- Kolay. Net, Doğan Online, Milliyet Internet Services, Doğan Information Technologies

Άλλες επιχειρήσεις: Dışbank, Dış Factoring, Dış Leasing, Dış Investment, Dış Holding Malta, Dışbank Malta, Dış Globus Malta, Dışbank Netherlands N.V., Kıbrıs Dış Ticaret Bankası Offshore Ltd., Ray Sigorta, Doğan Hayat Sigorta ,Dis Holding B.V., Dogan Leasing, Doğan Factoring, DYG Declaration and Advertising, Doğan Raks Marketing and Distribution, Doğan Bookselling, Doğan Media International, D Finance, Doğan Music Center, D Marketing, Zweigniederlassung Deutchland (Hürriyet), Doğan Daily News, Doğan Distribution, Doğan Media Marketing, Press Management Inc, Doğan Customer Services, Milliyet Verlags und Handels GmbH, Doğan Kitap Müzik Pazarlama A.Ş., Doğan Telecommunication Card Systems, Milpa Marketing and Trade, Hürriyet Marketing and Trade, Milanur Construction, Doğan Automotive, Doğan Aviation, Doğan Press Holding, Steel Cable and Wire Industry Inc., Ditaş Doğan Spare Part Manufacture, Milta Tourism, İsedaş İstanbul Electric Distribution, Milta TravelAgency, Karada Tourism, Zigana Electric Distribution, CH

Investment B.V., CH UK Limited, Entralle Handels GmbH, 3D Security Sytems, Kelkit
Textile, Fintur Holdings B.V., Digital Services, Is Dogan Petroleum.