

TÜRKİYE’DE SİGARA SÖMÜRÜSÜ

Tütünün ne zamandan beri kullanıldığı bilinmiyor...

1492 yılında Amerika Kıtası’nın keşfi ile birlikte, kıta yerlilerinin kullandığı şifalı bitkiler sömürgecilerin ilgisini çekmiş ve bunları Avrupa’ya taşımışlar.

Bu bitkilerin başlıcası olan tütün, Avrupa’da ilgi uyandırmış ve büyük bir hızla da yayılmış...

17. yüzyılın başlarında Venedik, İngiliz ve İspanyol gemicileri aracılığı ile Osmanlı topraklarına giren tütün, burada çok hızla yayılmaya başlamış.

Tüm dünyanın tanıdığı bir alışkanlık halini alan tütünün, zararları ise, 19. yüzyılda fark edilmeye başlamış...



Osmanlı topraklarında büyük bir hızla yayılan tütüne ilk tepki yasaklamak oldu.

Ancak IV. Murat Döneminin baskıları tütün kullanılmasını önlemeye yetmedi ve tüketim hızla arttı...

Öyle yaygın hale geldi ki, Avrupalılar arasında ‘Türk gibi tütün içmek’ deyimini bile kullanılmaya başladı...

Çöküş döneminde, Batılılar alacaklarını Düyun-u Umumiye İdaresi ile garanti altına aldıktan sonra, Tütün tarımını düzenleyip vergilendirmek için Osmanlı’ya yeni bir şirketin kurulması kararını aldirttilar.

Osmanlı Devleti, Düyun İdaresi ve üç banka grubu arasındaki görüşmeler sonucunda 1883’te, kısa adı REJİ (Societe de la Regie cointerese des de l’empire Otoman - Mema-lik-i Şahane Duhanları müşterekül Menfaa Reji Şirketi) olan şirket kuruldu.

Reji Şirketi, Cumhuriyet’in kuruluşuna kadar tütün tarımı yapan çiftçiyi ve Osmanlı Devleti’ni sömürdü...

1925 yılında İzmir İktisat Kongresi’nde Reji’nin imtiyazının kaldırılması kararlaştırıldı ve çıkartılan bir yasa ile 4 milyon TL ödenerek hisseler satın alındı...

2. Dünya savaşından sonra dev sigara şirketleri yoğun faaliyetlere başladılar...

ABD uçaklarından atılan yardım malzemeleri ile dağıtılmaya başlayan sigara dünyada yeniden tanınmaya ve yoğun bir şekilde kullanılmaya başladı.

70 li yıllara kadar Türkiye hariç pek çok ülkenin pazarları ABD li sigara şirketleri tarafından işgal edildi.

Türkiye sürece direnmişti.

Bu dirençte 70 li yılların toplumsal muhalefetine belirleyici rolü olduğu gibi, Reji döneminin derin izleri de etkili olmuştu kuşkusuz...

70 li yılların ikinci yarısından sonra Türkiye'ye kaçak olarak sokulan yabancı sigaralar, her köşe başında satılmaya başlandı.

Bu, dev sigara şirketlerinin ülke pazarlarını ele geçirmek için uyguladıkları çok klasik bir taktikti...

Çok uluslu sigara şirketleri Amerikan hükümetlerinin de desteği ile, dünyanın sigara pazarını ele geçirmek için çok aşamalı bir eylem planı oluşturmuştu.

Bu plana göre;

- ***Komşu ülkelere sigara fabrikası kurulacak,***
- ***Kaçakçılık teşvik edilecek,***
- ***Artan kaçakçılık nedeni ile hedef ülke yöneticileri ikna edilecek ve sigara fabrikaları kurulacak,***
- ***Halk yeni sigara tatlarına alıştıırılacak,***
- ***Saldırgan reklâm politikaları izlenecek,***
- ***Siyaset kurumu ve bürokrasi ile yakın ilişki kurulacak (devlet gücü paylaşılacak) ve istenilen yasal değişiklikler (tütün yetiştirme, pazarlama vs.) yaptırılacak,***
- ***Bilgileri çarpıtacak ve sağlıklı verileri sansürleyecek medya ilişkileri tesis edilecek,***
- ***Tekel'e ortak olunacak,***
- ***Tekel alınacak...***
- ***Üretilen sigaraların içine, denetimsiz katkı maddeleri konacak ve bağımlılık daha da arttırılacak...***

İşte sürüp gidecek sömürü düzeninin kodları bunlar...

2. Dünya savaşından sonra dev sigara şirketleri yoğun faaliyetlere başladılar...

ABD uçaklarından atılan yardım malzemeleri ile dağıtılmaya başlayan sigara dñnyada yeniden tanınmaya ve yoğun bir şekilde kullanılmaya başladı.

70 li yıllara kadar Tñrkiye hariç pek ęok ÷lkenin pazarları ABD li sigara şirketleri tarafından işgal edildi.

Tñrkiye sñrece direnmişti.

Bu direnęte 70 li yılların toplumsal muhalefetine belirleyici rolñ olduğu gibi, Reji dñneminin derin izleri de etkili olmuştu kuşkusuz...

70 li yılların ikinci yarısından sonra Tñrkiye'ye kaçak olarak sokulan yabancı sigaralar, her kñře başında satılmaya başlandı.

Bu, dev sigara şirketlerinin ÷lke pazarlarını ele geçirmek için uyguladıkları ęok klasik bir taktikti...

Ęok uluslu sigara şirketleri Amerikan hñkñmetlerinin de desteği ile, dñnyanın sigara pazarını ele geçirmek için ęok aşamalı bir eylem planı oluşturmuştu.

Bu plana gñre;

- ***Komşu ÷lkelere sigara fabrikası kurulacak,***
- ***Kaçakçılık teşvik edilecek,***
- ***Artan kaçakçılık nedeni ile hedef ÷lke yñneticileri ikna edilecek ve sigara fabrikaları kurulacak,***
- ***Halk yeni sigara tatlarına alıştırılacak,***
- ***Saldırgan reklām politikaları izlenecek,***
- ***Siyaset kurumu ve bñrokrasi ile yakın ilişki kurulacak (devlet gñcñ paylaşılacak) ve istenilen yasal değişiklikler (tñtñn yetiştirme, pazarlama vs.) yaptırılacak,***
- ***Bilgileri ęarpıtacak ve sağlıklı verileri sansñrleyecek medya ilişkileri tesis edilecek,***
- ***Tekel'e ortak olunacak,***
- ***Tekel alınacak...***
- ***Üretilen sigaraların içine, denetimsiz katkı maddeleri konacak ve bağımlılık daha da arttırılacak...***

İşte sñrñp gidecek sñmñrñ dñzeninin kodları bunlar...

*** Türkiye’de, televizyonların yıllık reklam pastası 3 milyar dolar civarında. Bu pasta, reyting payları üzerinden dağıtılıyor. Net belirleyici özelliği nedeni ile televizyonlar da doğal olarak paylarını arttırmak için reyting savaşlarına giriyorlar.

Türkiye’nin reyting raporlarını hazırlayan şirket İngilizlerin. (Dünyanın gelişmiş ülkelerinin tamamı, reytinglerini kendisi ölçümler!) AGB şirketinin Türk ortağı yok. Her gün farklı bölgelerdeki 2500 denekten aldıkları sonuçları raporluyorlar.

Bu raporların denetimini devlet yap(a)mıyor. Şirketin maaş verdiği kimi akademisyenler yapıyor! Şirketin resmi hiçbir denetimi yok. Yani raporların doğruluğunu devlet kontrol etmiyor ya da edemiyor. Şirket hangi programa ne kadar reyting rapor etmişse, o program reklam pastasından o kadar pay alıyor. Televizyonların program tercihleri de doğal olarak reyting şirketinin raporları ile belirleniyor. Şirketin yaptığı hiçbir yatırım yok. Sadece know-how transferi var. Raporlama için televizyonlardan milyonlarca dolar para alıyor. ***Yani bu İngiliz şirketi, raporlama karşılığında ciddi paralar kazanıyor ve televizyon programlarının niteliği ile ilgili belirleyici rol oynuyor.***

Bu arada şirket başka bir şey daha yapıyor. Türkiye’nin hangi bölgesinde, kim, ne zaman, ne seyretmiş, en küçük ayrıntılarına kadar kodları çıkartıyor, arşivlerinde saklıyor. Yani Genelkurmay Başkanlığı, MİT, RTÜK, Başbakanlık bu bilgilere ulaşamıyor. Bilgiler, özel kanallarla şirketin merkezine iletiliyor ve orada sadece şirketin iki ismi tarafından deşifre edilebiliyor. Yani parası Türkiye’ye ödetilip, Türkiye’nin düşünce-davranış kodları çıkartılıyor ve dışarıya transfer ediliyor. Bu bilgiler de her halde yurt dışındaki derin operasyonel güçlerle paylaşılıyor.

***** Düşünmeyen bir toplum, Sorgulamayan bir toplum, Ulusal onurunu yitirmiş, özgüvensiz bir toplum, Kolay yoldan rahat yaşama özenen bir toplum, Magazin kültürünün esaretine girmiş bir toplum, Kendi değerlerine yabancılaşmış bir toplum, Kolaylıkla şekillendiriliyor. Beyinleri teslim alınan bir toplumu da yönetmek kolay oluyor. Ne kadar acı değil mi?**

***** İddialı bir söz olacak ama; Bana Yunanistan'ın reyting şirketini verin, size on yılda sokaklarda Türk bayrakları ile dolaşan bir Yunan gençliği yetiştireyim.** Peki böylesine önemli bir sorundan-sorumluluktan yetkililerin haberi var mı? Ya da hazırlanan RTÜK yasasına bunu düzenleyecek maddeler koymak akıllarına gelecek mi?

Hiç sanmıyorum...

22. Dönem Milletvekili
Op. Dr. Turhan Çömez
29 Temmuz 2008