

# “YENİ MEDYA TEKELİ” ÜZERİNE BİR İNCELEME

## A REVIEW OF “THE NEW MEDIA MONOPOLY”

İlknur ÇAKAR\*

Çakar, İ. (2024). “Yeni Medya Tekeli” üzerine bir inceleme. *Etkileşim*, 13, 403-407.  
<https://doi.org/10.32739/etkileşim.2024.7.13.255>

*Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.*

Medyanın iletişim gücü ile hâkim olduğu coğrafyada bireyleri ve kitleleri etkilemede önemli bir kudrete sahip olduğu gerçeğinin şiddetle ele alındığı *Yeni Medya Tekeli*'ne göre güç: “Büyük Beşli”dedir. Medya şirketlerinin politika, siyaset, ekonomi, eğitim ve dolayısıyla toplumu etkileyecek güce her daim sahip oldukları resmen kabul edilmektedir. Güçlerini kar ve varlıklarıyla ilgili bir tehdit karşısında bencilce kullanmaktan kaçınmayacak medya şirketlerinin devleşmesi ise ortak çıkarlar etrafında birleşmekten geçmektedir. Güçlerin birleştirilmesi, ülkeye yön verecek medya devlerini oluşturmaya yetecektir ve yetmiştir de...

Amerikan gazetecilik akademisinin duayeni Ben H. Bagdikian'ın 2004'te kaleme aldığı “The New Media Monopoly” kitabı “Yeni Medya Tekeli” çevirisiyle Türkçeye kazandırılmıştır. Akılçelen Kitaplar'dan yayınlanan kitabın tercümesini 2016 yılında Emine Eminel yapmıştır. *Yeni Medya Tekeli*; “Sıra Dışı Bir Ulusa Sıradan Bir Medya”, “Büyük Beşli”, “İnternet”, “Yayınlanmaya Uygun (olmayan) Haberler”, “Yayımlanmaya Uygun Haberler”, “Dijital Çağda Gazete”, “Başkadırı ve Çareleri”, “Hiç Akıllanmayacaklar mı?”, “Mitolojiden Teolojiye”, “Sevgili Başkan...”, “Yalnızca Varlıklı Olanlar Uygundur” ve “Dr. Brandeth Harvard'a Gitti” olmak üzere 12 ana bölüm ve 331 sayfadan oluşmaktadır.

Bagdikian'ın kaleme aldığı bu kitapta, insanlık için iki dünyanın varlığından bahsedilmektedir. Biri tüm canlıların bir arada yaşadığı karmaşık ilişkiler yumağı olan doğal dünya, diğeri ise; insanlığın tümünü kapsayan ve yazarın öteki diye tabir ettiği kitlesel dünyadır. Bagdikian kitabında, doğal dünya ve kitlesel dünya arasında kurulmaya çalışılan insani dengeyi ve bu ‘Yeni Dünya’nın doğasındaki evrimi açıklamayı çabalamaktadır. Bu evrimde ön sıralara yerleşen gazete, dergi, radyo, televizyon, kitap, film ve internete dair bakış açılarını

\* Doktora Öğrencisi/Öğretim Görevlisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, Türkiye.  
ilknurcakar@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3490-9971

eleştirel bir anlatımla ele almaktadır. Medya ve haberlerin konsolidasyonu, tekel oluşturma olgusu kitabın temel araştırma gündemidir. Medyanın zamanla daha fazla medya görüntülerini kontrol ettiğini ve bu nedenle bilgi birikiminin büyük ölçekte merkezleştiğini vurgulamaktadır. Medya çeşitliliğinin azalması ile ortaya çıkan medyanın bağımsızlık sorunsalı da ele alınmaktadır.

“Sıra Dışı Ulusa Sıradan Bir Medya” başlığını taşıyan ilk bölümde; 19 bin şehir ve kasabadan oluşan, çok farklı etnik kökene sahip nüfusu ile dünyanın en zengin ülkelerinden biri olan ABD’nin hızlı ve devamlı değişimine vurgu yapılmaktadır. Yazar, bu değişimin hızına sebep olan kitle iletişim araçlarının insanların gündelik yaşamlarında ne denli önemli olduğunu açık bir şekilde gözler önüne sermektedir. Kitapta, kitle iletişim araçlarının sayıca fazla olduğu ABD’de küresel çapta hizmet veren beş büyük firmanın varlığından tarihsel bir çerçeveye bahsedilmektedir. Yazarın büyük beşli sıfatıyla nitelendirdiği şirketler arasında *Time Warner*, *Walt Disney Company*, *News Corporation*, *Viacom* ve *Bertelsman* bulunmaktadır. Bu şirketlerin ABD’de kurumsal imparatorluk kurarı, aynı çerçevede yatırım yapan, düzeyli rekabeti sürdüren ve toplumda söz sahibi olan Amerikalı ve yabancı yatırımcılar olduklarından bahsedilmektedir. Yazar, bu şirketlerin sahip oldukları ekonomik güçleri ve medya ağlarını en ince detayıyla okuyucuya aktarmaktadır. Büyük beşlinin karşılıklı bir yardımlaşma içerisinde olduğunu ve aynı medya ürünlerinde ortak yatırımları paylaştıklarını belirten Bagdikian, bu ortaklık fikrinin onları çok daha büyük bir paya doğru sürüklediğini açık ve net bir şekilde vurgulamaktadır (2016, s. 7).

“Büyük Beşli” ya da diğer adıyla “Medya Devleri” olarak nitelendirilen bu şirketlerin ABD’de hayati öneme sahip olduğundan ve her bir vatandaşın hayatında önemli etkiler bıraktığından bahseden yazar, medya devlerinin insanların ne öğrenip ne öğrenmeyeceklerine karar verir pozisyonda olmalarını sert bir dille eleştirmektedir. Yazar, ülkenin politik ve siyasi ideolojisinin yerleştirilmesinde öncü olan büyük beşlinin gündeminin “para” dengesiyle sağlandığını güncel örneklerle aktarmaktadır. Siyasette hangi adayın, hangi konunun ve hangi seçeneğin öne çıkmasını sağlayacak unsurun para olduğunu söylemekten kaçınmayan yazar, bunların medya araçlarından aldıkları güç ile politikayı şekillendirdiklerini somut örneklerle okuyucuya sunmaktadır. “Benim evim benim kalem” varsayımı elektronik medyanın sıra dışı ve tahmin edilemez yenilikleri sayesinde geçersiz kalmaktadır (s. 30).

Kitabın ikinci bölümü olan “Büyük Beşli”de, 1983-2003 yılları arasında ülke genelindeki iletişim araçlarının sayısının 50’den 5’e nasıl düşürüldüğü ele alınmaktadır. Politika etkilerinin yoğun olduğu birleşmeler ile en büyük gücün *Time Warner* olduğu ifade edilmektedir. Steven Case tarafından yönetilen *America Online* ile Gerald Levin tarafından yönetilen *Time Warner*’in birleşmesiyle büyük bir sinerji açığa çıkmış, büyük beşlinin yönetim stratejileri ve ekonomik alt yapıları şekillenmiştir. Bu bölümde, ‘fare imparatorluğunun’ babası Walt Disney’in yarattıklarının dünyanın dört bir yanına yayıldığından bahsedilmektedir. Çocukları temel alıp dâhice dokunuşlara imza atan *Disney*’in yirmi altı ortak

girişimle kartel ağını andıran yapısının olduğundan açıkça bahsedilmektedir (s. 42). Bilgi yoğunluğu ve rakamsal ifadelerin fazla olması sebebiyle okuyucuda yorgunluk oluşturan bir bölümdür. Uluslararası medya imparatorluklarının sınırları tanımayan yaratıcısı *Murdoch* ve *New Corporation*, Amerika’da 8 dergi, film yapım şirketleri, 40’a yakın gazete ve 53 ülkede 8 farklı dilde 40 kanal ile Asya’nın en büyük yayıncısı konumundadır (s. 49). Amerika’nın 4. büyük medya şirketi *Viacom* ise tuhaf bir çift olan *Redstone* ve *Karmazin*’in eseridir (s. 54). ABD’nin beşinci büyük medya şirketi ve dünyanın en büyük İngilizce dil kitapları basımına sahip *Bertelsmann*, Amerikan ekranları hâkimiyeti altına almakla birlikte sayısız dergi ve kitap yayıncılığı ile medya yönetiminde söz sahibi olmuştur.

Kelimeleri, görüntüleri, müzikleri ve diğer verileri iletebilen “İnternet” adlı üçüncü bölümde L-O-G-I-N hikâyesi aktarılmıştır. İnterneti, bugün hâlâ ne olduğu belirsiz bir kitlesel medya olarak tanımlayan yazar, bunun hem fazlaca işlevinin olduğundan hem de bireysel kullanımla ön plana çıktığından eleştirel bir tavırla bahsetmektedir. Kendi dili olan bilgisayar ve internetin “çağın kurtarıcısı mı yoksa büyük biraderi mi?” olduğu sorusuna yanıt arayan yazar için artı ve eksilerin değerlendirildiği bu bölümde; bilgisayarların medya dünyasındaki yükselen önemini ve özel mülkiyet ile sınırsız kamusal erişim arasında giderek artan gerilim özellikle vurgulanmaktadır (s. 68).

“Yayımlanmaya Uygun (olmayan) Haberler” bölümünde yazar; gündem oluşturma, değiştirme ve bazı konuları unutturma gibi işlevleri olan medyayı örneklerle okuyucuya aktarırken, *Wag the Dog (Başkanın Adamları)* filminin gerçeği net bir şekilde yansıttığını dile getirmektedir. Ayrıca yazarın verdiği örnekler arasında Irak savaşında yaşanan Er Lynch hikâyesi de yer almaktadır. Yaralı Amerikan kadın askeri taciz eden acımasız Iraklı doktorlar ve kahraman Amerikan özel güçleri efsanesine hala inanan insanların varlığından söz etmekten kaçınmamaktadır. Kitapta, doğruları söylemesi gereken medyanın söylediği yalanlar ile halkın bakış açısını değiştirdiği açıkça ifade edilmektedir. Buna ilave günümüzde haber çarpıtma ve yanlış, eksik haber yapma operasyonlarının hala acımasızca devam ettiğinin altı çizilmektedir (s. 105). *Bagdikian*, medyadan güvenilir ve doğru bilgi alacağına inanan sıradan insanlar üzerinde oynanan oyunların hız kesmeden devam ettiğini her fırsatta vurgulamaktadır.

“Yayımlanmaya Uygun Haberler” bölümünde ise; bu davranışların yaşanılan dünya için ihtiyaç olduğunu düşünenlerin yalnızca ABD olmadığını ve bu kervana Sovyetler Birliği, İngiliz Monarşisi, Roma Katolik Kilisesi gibi daha fazla tarafın dâhil olduğunu çekinmeden dile getirmektedir.

*Yeni Medya Tekeli*’nde, gözlerini bazı gerçeklere kapatan ve ülkelerin erken uyarı sistemi olan demokrasiyi zayıflatan medya devlerinin kendi çıkarlarını her zaman önemsediğinden yakınılmaktadır. Yazar, Amerikan halkının bilmesi ve bilmemesi gereken her şeyi kontrol edebilen büyük beşlinin sahip olduğu iletişim araçları ile siyasi yönelim ve ekonomik alanda tam etkili olduğunu net bir şekilde dile getirmektedir. Kitapta yer verilen Van Derlin’in medyayı tanımladığı gibi; “seni yaratabilir ve seni yok edebilir” sözü bu kanıyı doğrulamak-

tadır. Amerikan halkının okuduğu, duyduğu ve izlediği her şeyin kontrolünü elinde tutan büyük beşli, ülkedeki en önemli medya organlarına sahip(miş) gibi hareket etmekte ve ayrıca bu mecralara içerik üreten tüm yapım şirketleri de bunların tekelinde bulunmaktadır.

Kitabın altıncı bölümü olan “Dijital Çağda Gazete” başlığında ise; internetin doğuşu ve olağanüstü gelişimiyle, teknolojinin medya mecralarını değiştirmesiyle eskisinin (geleneksel medyanın) aniden kullanımdan kalkmadığından, her ikisinin de varlığını uzun dönemler boyunca sürdüreceğinden bahsedilmektedir (s. 133). “Gazeteler henüz ortadan kaybolmadılar ve yakın gelecekte de kaybolacağına benzemiyorlar” ifadesi ile yazar, dijital çağda gazetelerin yaygın bir unsur olarak hayatta kalmalarının altında sosyal sebeplerin olduğundan bahsetmektedir. Yazarın dikkat çektiği bir diğer konu ise “Başkaldırı ve Çareleri” bölümünde yer alan dijital aktivizmdir. Basın emekçilerinin yanında teknolojiyi kullanan yeni nesil medya çalışanlarının türemiş olmasıdır. Bagdikian, bunları uyandırılmış yeni nesil ve aktivist gençler olarak tanımlamaktadır. Bu nesil dijital dünyanın çalışanlarıdır ve şiddet içermeyen önemli protestolar (dijital aktivizm) ile topluma yön verme noktasında hızlı davranmaktadır (s. 173).

“Hiç Akıllanmayacaklar mı?” başlığında yazar, kurumsal endüstri ve teknoloji tarihinde kutlanacak gelişmelerin yaşandığını ve bireylerin yaşam standardının yükselmesiyle gelişmiş ülkelerde insan ömrünün de uzadığından bahsetmiştir (s. 180). Gücün şirketlerin eline geçmesiyle çirkinlik ve adaletsizliğin yayılması, hükümet yolsuzlukları, halkoynlarının çalınması, sendikalar oluşturmaya çalışan işçilerin kanlı bir şekilde bastırılması gibi olaylar yaşanırken kitlesel medya dünyayı iyilik dolu ve vatansever olarak yansıtmaktadır. Özellikle şirketleri tehdit eden gazetecilere saldırmak ve onları yok etmek için milyon dolarlık bütçeler kullanıldığı, kendilerine ya da şirketlerine zarar verebilecek gazetecileri susturmadaki güçleri ele alınmaktadır.

Dokuzuncu bölüm “Mitolojiden Teolojiye” başlığıyla ele alınmaktadır. Her milletin, kültürün ve zamanın kendine has folklorik özellikleri olduğunu ifade eden Bagdikian’a göre 20. yüzyılın en önemli ögesi ise iletişim araçlarıdır. Kendi dünya görüşlerini ve kahramanlıklarını halka yaymak için bu araçlar kadar etkili bir antik hikâyeye anlatıcının modern örneği yoktu (s. 208). *Gannet* şirketinin hayatı, felsefesi ve yönetim stratejilerinin detaylı ele alındığı bu bölümde, farklı birleşimlere sahip *Gannet*’in her bir yayın aracının özgün olduğundan ve her birinin kendi özgürlüklerinin peşinden koşma gayesiyle hareket ettiğinden bahsedilmektedir.

“Sevgili Başkan” adlı onuncu bölümde yazar; ABD Başkanı’na ulaşan sıradan olmayan bir mektubu konu edinmektedir. 9 gazete, 10 yayın istasyonu, 26 dergi ve yayınevine sahip *Hearst Corporation* CEO’sunun başkana gönderdiği bir mektup. Konu; medya gücünün hükümet tarafından hissedilme ve hoşnutsuzlukları giderme noktasındaki durumu gözler önüne serme odağında şekillenmektedir (s. 240). Yazar, tüm medya şirketlerinin büyük güce sahip olduklarından ve güçlerini asla bencilce kullanmayacaklarını ifade etseler bile

varlıkla ilgili herhangi bir tehdit hissettiklerinde o gücü misliyle kullanmaktan kaçınmayacaklarından bahsedilmektedir (s. 241). Haber ve bilgilerin edinilmesi, aktarılması, bağımsızlığın korunması ve ifade özgürlüğünün lafta kalmamasını gerektirmektedir.

Kitabın on birinci bölümü olan “Yalnızca Varlıklı Olanlar Uygundur” başlığında, basılı iletişim araçlarının gelir kaynağı olan reklam, okuyucu piyasası ve kitlenin kalitesinden eleştirel bir değerlendirmeye bahsedilmektedir. “Dr. Brandeth Harvard’a Gitti” adlı on ikinci bölümde ise, Amerikan gazeteciliğinin kötü çocuğu kabul edilen *Brandeth*’in yeniden okuyucuları buluşması konu edinilmektedir. Ayrıca reklamlarla ayakta duran medya organlarının titiz çalışmalarından, haber kılıfına girmiş tanıtıcı materyalin derinliğinden bahsedilmektedir. Sigara içmenin ölümcül olduğuna dair açık ve bilimsel kanıtlar olmasına rağmen onları etkisiz hale getirmedeki çabası ve gücüne değinmektedir.

Pulitzer Ödülü sahibi gazeteci Ben H. Bagdikian, “Yeni Medya Tekeli” adını verdiği bu kitabında “Büyük Beşli” olarak ifade ettiği beş şirketin sahip olduğu iletişim gücü ile politikayı etkileyecek kudrette olduğunu net ifadelerle belirtmektedir. “Medya gücü, politik güçtür” mottosu sıklıkla vurgulanmaktadır (s. 307). Kurumsal birleşmeler ve bunun demokrasi-ifade özgürlüğünde meydana getirdiği tehlikeleri görme ve okumaya yardımcı olan bu kitapta Bagdikian, bilerek ya da bilmeyerek halkın medya içerikleri ile eğitildiğini söylemektedir ve bugün medyanın içinde bulunduğu durumu eleştirel bir dille gözler önüne sermektedir. Medya sektöründe tekel oluşturma aktivitelerini eleştiren ve bilgi birikiminin çeşitliliğini savunan bir bakış açısı yansıtmaktadır. Medyanın demokrasi üzerindeki etkisinin daha fazla düşünülmesi ve farklı ses-görüşlerin sunulması için haberciliğin bağımsızlığını zedeleyecek her türlü eylemden kaçınılması gerektiğinden sıklıkla bahsedilmektedir. Bahsi geçen konulara uygun örneklerin yer aldığı bu kitapta oldukça geniş kaynak kullanılmıştır. Kitabın çeviri dili ise açık ve anlaşılırdır.

## Kaynakça

Bagdikian, B. H. (2016). *Yeni medya tekeli* (E. Eminel, Çev.). Akılçelen Kitaplar.

**Çıkar çatışması:** Çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
**Finansal destek:** Finansal destek bulunmamaktadır.

**Conflict of interest:** There are no conflicts of interest to declare.  
**Financial support:** No funding was received for this study.