

Uluslararası Gümrük ve Ticaret Kongresi

Yazar Barış Altuntaş

Gönderim Tarihi: 14-May-2021 09:59PM (UTC+0300)

Gönderim Numarası: 1586214693

Dosya adı: I._Uluslararası_G_mr_k_ve_Ticaret_Kongresi-2.docx (218.68K)

Kelime sayısı: 3823

Karakter sayısı: 27227

Küresel Ticaret Üzerindeki Olumsuz Etkiler: Pandemi Dönemi Medya Ekonomisi Örneği

Barış ALTUNTAŞ¹ Mustafa ATSAN²

Özet

Ticaret kavramının önemi özellikle günümüzde her geçen gün artarak devam etmektedir. Yerel ticaretin dışında rekabet koşullarının gerektirdiği küreselleşme ile de küresel ticaret ön plana çıkmaktadır. Ülkelerin birbirleriyle mal ve hizmet konusunda yaptıkları ithalat ve ihracat anlamına gelen küresel ticareti olumsuz etkileyen birçok faktörden bahsedilebilmektedir. Terörizm, siber saldırılar, jeopolitik belirsizlikler vb dışında pandeminin de küresel ticaret üzerinde olumsuz etkileri görülmektedir. Pandemi dolayısıyla yapılan kısıtlamalar, sınırların kapatılması, ülkelerin birbirlerinden çekinerek dışa açılmak istememesi veya üretim konusunda sıkıntılar yaşamaları gibi faktörler küresel ticareti baltalayabilmektedir.

Bu çalışmada küresel ticaret üzerindeki olumsuz etkilere sebep olan faktörlere değinilmiştir. Buna ilaveten yakın günümüzde ortaya çıkan Covid-19 pandemisinin medya ekonomisine yönelik etkileri kavramsal olarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küresel Ticaret, Olumsuz Etki, Medya Ekonomisi, Pandemi, COVID-19
JEL Sınıflama Kodları: F60, F69

2

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İşletmecilik Bölümü, Muğla/Türkiye, altuntasbaris@gmail.com, ORCID No: 0000-0003-0659-1326

6

² Mersin Üniversitesi, Anamur Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Mersin/Türkiye, mustafaatsan@mersin.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-6221-7342

Negative Impacts On Global Trade:The Case Of Media Economy In The Pandemic Period

Abstract

The importance of the concept of trade continues to increase day by day, especially today. In addition to local trade, global trade comes to the fore with the globalization required by competition conditions. Many factors can be mentioned that negatively affect global trade, which means import and export of goods and services between countries. Apart from terrorism, cyber attacks, geopolitical uncertainties, the pandemic also has negative effects on global trade. Factors such as restrictions imposed due to the pandemic, border closures, countries not wanting to open up to foreign countries by being afraid of each other or having difficulties in production can undermine global trade.

In this study, the factors that cause negative effects on global trade are mentioned. In addition, the effects of the Covid-19 pandemic on the media economy, which have emerged recently, have been conceptually examined

Keywords: Global Trade, Adverse Impact, Media Economy, Pandemic, COVID-19

JEL Kods: F60, F69

Giriş

Günümüzde küresel ticaret küresel ekonomi açısından artık olmazsa olmaz bir durumdur. Küresel ekonominin büyümesi de küresel ticaretin büyümesine paralel yürümektedir. Ancak küresel ticaretin gelişmesi ve büyümesini olumsuz anlamda etkileyen bir takım engeller de mevcuttur. Bu olumsuz etkiler nedeniyle ülkelerdeki yerel ticaret zayıflamakta bu durum da küresel ticareti etkilemektedir. Çünkü yerel anlamda ticareti kısıtlanan bir ülkenin küresel ticarete katkı sunması da mümkün olamayacaktır.

Bu noktada küresel ticareti negatif yönlü etkileyen unsurlar arasında terörizm, siber saldırılar, iklim değişikliği, jeopolitik belirsizlikler, ekonomik krizler, devletlerin ekonomiye müdahaleleri, korumacı ekonomik politikalarının getirdiği gümrük sorunları ile özellikle son dönemde de etkisini bir hayli fazla hissettiğimiz salgın hastalıklar gösterilebilmektedir. Salgın hastalıklar ile duran ekonomik faaliyetler nedeniyle bırakınız küresel ticareti yerelde bile ticari faaliyetler gerçekleştirilememektedir. Bu anlamda pandemi dönemlerinde küresel ticaret durma noktasına gelebilmektedir. Bütün sektörlerde etkisini bir hayli fazla gösteren bu durum ise diğer unsurlar kadar COVID-19 örneğinde olduğu gibi salgın hastalıklarının da küresel ticarete olumsuz etkisinin yadsınamaz derecede yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmanın amacı küresel ticareti olumsuz etkileyen birçok faktör hakkında bilgilendirmek, konuya ilişkin araştırma sonuçlarından hareketle literatüre katkı sunmaktır. Bu amaçla dijital ve basılı ortamda “küresel ticaret” ve “medya ekonomisi” alanlarıyla ilgili literatür araştırması yapılmıştır. Bu araştırmalar neticesinde amaca uygun olan dijital ve basılı yayınlar incelenmiştir. Betimsel analiz yöntemi kullanılarak yapılan çalışma sonucunda, birçok faktörün küresel ticareti engelleyebileceği ve ayrıca bu hususun medya ekonomisi üzerinde de olumsuz anlamda etkilerinin olabileceği ortaya konulmuştur.

1. Küresel Ticaret Üzerindeki Olumsuz Etkiler

1.1. Ulusal Güvenlik Riskleri ve Terörizm

Dünyada özellikle ülkelerde ulusal ya da yerel alanlarda artan güvenlik riskleri beraberinde ekonomik küçülme, işsizlik, yüksek seyreden enflasyon bunun akabinde arttırılmak zorunda kalınan faizlerin sonucunda küçülen ulus ekonomileri sonucunu doğurmaktadır. Özellikle tüm dünyada güncel olarak, Suriye özelinde bakıldığında artan terörizm ve sonucunda oluşan belirsizlikler ülke ekonomileri için birere tehdit durumundadır. Ulusların ekonomik gerilemeleri küresel ticareti dolayısıyla da küresel büyümeyi olumsuz etkileyebilmekte ve bundan tüm insanlık etkilenebilmektedir.

Terör ve terörün etkilerini içine alan terörizm, ekonomi, politika, kültür ve psikoloji gibi küresel ölçekte olumsuz etkileri olan büyük bir sorunu meydana getirmektedir. Uluslararası terörizmin genel olarak küresel ekonomiye etkilerine bakıldığında ise; can ve maddi kayıp gibi nedenlerle birikmiş sermayenin azalmasına ve buna bağlı olarak ekonomik belirsizliklere neden olmaktadır. Ayrıca ekonomideki bu gibi olumsuz etkilerin yatırımları da azaltacağı kaçınılmaz görülebilmektedir. Devletler, terörizmin önüne geçmek amacıyla alacağı tedbirlerin ek olarak maddi karşılığı olabilmekte ve bu hususun da ekonomiye negatif etkilerinin yansyacağı görülmektedir. Bu konulardaki temel sorunlardan birini de turizm

meselesi oluşturmaktadır. Terörizm ile birlikte artan güvenlik riskleri turizm sektörüne de darbe indirebilmektedir (Çomak, H. 2008). Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından değerlendirildiğinde cari açığı turizm gelirleri ile kapatabilen bu gibi devletlere etkisi derin olabilmektedir.

Ayrıca dünya geneline yayılan terör faaliyetleri ülkelere yapılabilecek yabancı yatırımların ertelenmesi ya da engellenmesine ya da daha az güvenlik riskine sahip farklı ülke tercihine neden olabilmektedir. Yabancı yatırımcıya ihtiyaç duyan gelişmekte olan ülkeler ile özellikle gelişmemiş ülkelerin ihtiyacı olan nitelikli iş gücü, döviz, yerel istihdam kapasitesinin artırılması vb. gibi yatırımlarla elde edilebilecek olumlu gelişmelerin önüne geçilebilmektedir.

1.2. Siber Güvenlik

Siber güvenliği, bilişim sistem ortamlarına saldırı ve tehditlerden korumak, istenilen bilgilerin mahremiyetini sağlamak, saldırı kaynaklarını belirlemek ve karşı müdahaleler gerçekleştirmek amacıyla yerel ve uluslararası hukuk normları ile insan hak ve hürriyetlerine uygun her türlü önleyici tedbirler olarak tanımlayabiliriz. Siber saldırı türlerini fiziksel altyapıya yönelik saldırılar ile çoğunlukla internet aracılığıyla gerçekleştirilen saldırılar olarak sıralayabiliriz. Bu müdahaleleri ise; casus yazılım ile istihbarat sağlama, internet hizmetinin kısıtlanması ya da tümünden engellenmesi, yasadışı yollarla yanıltma, network trafiğini dinleme, sosyal medyayı kullanma, spam dosyalar, arama motorları ve ücretsiz web hizmeti sağlayarak sistemi ele geçirmeye çalışma gibi saldırılar oluşturmaktadır (Yılmaz, O. 2017:29).

Bu saldırılar; nükleer tesislere müdahale, ulaşım sistem ve sinyalizasyonlarına müdahale, bankacılık sektörünü çökmesi, büyük çapta elektrik kesintilerinin yaşanması, telekomünikasyon altyapısına müdahale ile propaganda faaliyeti yapılması ya da tüm iletişimin kesilmesi şeklinde son derece basit ve az maliyetli olarak gerçekleştirilebilmektedir. Bu türden saldırılardan ülkelerin korunması oldukça mühim görünmektedir. Çünkü günümüzde artan siber saldırılar devletlerin çalışamaz duruma gelmesine sebep olabilmektedir. Özellikle tüm işlemlerini internet üzerinden gerçekleştirebilen ülkeler bu yönde bir saldırı karşısında daha çok etkilenebilmektedir. Avrupa Birliği üyesi ülkelerden Hırvatistan, Macaristan ile Portekiz bu anlamda en fazla saldırıya uğrayan devletler konumunda bulunmaktadır. ABD ile Rusya arasında yaşanan siber saldırılar da günümüzde halen süregelen bir sorun olmaktadır. Siber saldırılar konusunda özellikle Estonya'ya yapılan siber saldırılar ile devletin haftalarca yönetilemez duruma gelmesi, NATO'nun da siber güvenlik sorununu öncelikli risk alanı olarak kabul etmesini sağlamıştır (Yılmaz, O. 2017:32-33).

Ülkelerin siber saldırılardan olumsuz anlamda bu denli etkileniyor olması, öncelikle ülke içindeki ticareti akabinde de küresel ticareti negatif yönlü etkilemesi kaçınılmaz görünmektedir. Dünya ticareti ve ekonomisinin büyümesi için ülkeler siber güvenlik önlemleri almalı ve bu konudaki yasal düzenlemeleri bir an önce hayata geçirmelidirler.

1.3. İklim Değişikliği

İklim değişikliğinin etkileri uzun bir süreç sonunda meydana gelmektedir. Bu etkiler aşırı kuraklık sel ve fırtına vb. gibi çeşitli iklim elemanları aracılığıyla doğal felaketlere neden olarak ülke ekonomileri üzerinde olumsuz etkiler oluşturabilmektedirler. Nitekim 1980 ile

2012 yılları arasında meydana gelen doğal afetlerin sonucunun dünyaya ekonomik etkisi negatif anlamda yıllık 85 milyar dolar iken, genel olarak yaklaşık 2,8 trilyon dolardır. 2050 yılına gelindiğinde ise bu ekonomik kaybın yıllık ortalama 1 trilyon dolar civarına ulaşacağı tahmin edilmektedir (Başoğlu, A. 2014:192-193).

Küresel bir sorun haline dönüşen iklim değişikliği, tarım, turizm ve enerji sektörleri başta olmak üzere birçok sektöre darbe vurarak küresel ticarete negatif katkı sağlamaktadır. Etkilerin büyük oranda hisseden devletlerin ekonomileri bozulmakta, istihdamı düşmekte ve küçülen ekonomileriyle küresel ticarete katkılarının azalmasına neden olmaktadır. Özellikle iklim değişikliğini önlemek adına girişilen ve tek uluslararası girişim olan “Kyoto Protokolü” hala tam olarak uygulamayan devletler bulunmaktadır. Nitekim protokolde imzası olmasına rağmen özellikle bazı devletlerin son zamanlarda imzalarını geri çekecekleri konusunda açıklamalarda bulunmaları iklim değişikliği sürecinin olumsuz anlamda ilerleyerek devam etmesine, böylece oluşacak negatif tablonun küresel ticareti yavaşlatacağı öngörüsü oluşmaktadır.

1.4. Jeopolitik Belirsizlik ve Dengesizlikler

2008-2012 yılları arasındaki küresel ekonomik krizden küresel ticaretin yavaş ilerlemesi nedeniyle ülkelerin mevcut ekonomi politikalarından duyulan memnuniyetsizliğin artması ile birçok ülkede politik anlamda değişiklikler meydana gelmektedir. Bu hususa paralel olarak değişen ekonomi politikaları, küresel ekonomi politikalarındaki belirsizlikleri arttırmaktadır (tcmb.gov.tr).

Örnek verecek olursak Brexit süreci ve ABD seçimlerini Donald Trump’ ın kazanması bu belirsizlik ortamının artması yönünde ilk belirleyicilerden olmuştur. 2016 yılında İngiltere’ de yapılan referandum sonucu AB (Avrupa Birliği)’ nden ayrılış kararı gelmesi Avrupa kıtası ticaretini, dolayısıyla da dünya ticaretini olumsuz anlamda belirsizliğe düşürmektedir. Aynı yıl içerisinde kendi kabuğuna çekileceği yönünde ekonomik politikalar uygulayacağı taahhüdünde bulunan Donald Trump’ ın seçimleri önde bitirmesi Avrupa kıtasındaki seçimlerde de aynı yönde tercihlerin oluşabileceği ve bu yöndeki politikaların artabileceği noktasında belirsizlikleri arttırmaktadır. Meydana gelebilecek bunun gibi gelişmeler dünya ekonomisini olumsuz anlamda etkileyebilmektedir. Bu etkiler ticaretin azalması, maliye politikalarının sürdürülebilirliğini yitirmesi, faiz oranı, döviz kuru ve kredi kanalları ile sermaye akımları üstünden etkili olabilecektir (tcmb.gov.tr).

1.5. Ekonomik Krizler

Kronik hale gelen ekonomik krizler bir ülkenin gelişmişlik seviyesini etkilediği gibi küresel ticareti de etkilemektedir. Sürekli ekonomik kriz yaşayan ülkeler temel ihtiyaç ürünlerine ulaşmada sıkıntı yaşayacak ve bu ürünlerin temininde de başka ülkelerin yardımını istemek durumunda kalacaktır. Ülkeler bu haldeyken artan işsizlik, yüksek enflasyon, yerel para biriminin değerinin düşmesi alım gücünü sınırlandıracak ve ticaretin dibi görmesine vesile olacaktır. Bu durum da küresel ticarete, ekonomik büyümeye katkısı olamadığı gibi dünya ekonomisini negatif yönde etkileyecektir.

1.6. Bazı Ekonomiler ve Sektörlerdeki Regülasyon Gereksinimleri

Geçmişe bakıldığında devletin elinin olduğu ekonomilerde muhakkak yine devletin kendisinin müdahalesini görebilmekteyiz. Bu müdahalelerdeki gerekçeler ise ekonomide istikrar ve gelir dağılımındaki adaletsizliğin giderilmesi şeklinde açıklanmaktadır. Toplumun tümünü ilgilendiren bu müdahalelerin başarılı olanları olduğu gibi başarısızları da mevcuttur. Bu müdahalelerin zamanı, araçları ve derecesi noktasında bir ortak kanaat ise henüz oluşmamıştır (Güvenek, B. 2009:60).

Küresel ticarete serbest piyasa koşullarının olması gerekmektedir ancak günümüz serbest piyasa ekonomisi 18.yüzyıl'da ilk olarak ortaya atıldığı şekliyle benzerlik taşımamaktadır. Günümüzde piyasa kural, düzen ve koruma işlevlerinin insanlar tarafından düzenlenmesi gereken bir sistem olduğu aşikârdır. Dünyada birçok devlette uygulanan özelleştirmeler ile piyasanın serbest hale gelmesi sağlanmış ancak bu serbestliğe ilişkin piyasaların tam anlamıyla çalışması için düzenleme ve denetleme işlevlerini yerine getirecek kurumlar oluşturulmuş ve bu kurumlar vasıtasıyla tekelleşmenin önüne geçmek amaçlanmıştır (Güvenek, B. 2009:60).

1.7. ¹ Korumacı Ekonomi Politikasına Sahip Ülkeler

2007-2009 yıllarında dünya genelinde gerçekleşen ekonomik kriz, içe dönük korumacı ekonomi politikaları nedeniyle başta ABD olmak üzere birçok devlet tarafından küresel ticaret engelleri getirmelerine dayanak teşkil etmiştir. 2018 yılı ilk çeyreğinde ABD tarafından çelik ve alüminyum ithalatına gümrük vergisi getirilmesi bu konuya örnek teşkil etmektedir. Özellikle AB (Avrupa Birliği) ve Çin' in bu duruma karşılık vereceklerini açıklamaları ise korumacı ekonomik politikalarda daha da bilinmezlik ve artış getireceği algısını meydana getirmektedir. 2009 yılından itibaren Dünya Ticaret Örgütü (WTO)' nün bu konudaki yaptığı izlenimlere göre ise durum daha vahim görünmektedir. 2017 yılında açıklanan rapora göre, Ekim 2016-Mayıs 2017 döneminde üye ülkeler aylık ortalama 36, toplamda ise 251 adet ticaret engelini yürürlüğe koymuşlardır (tcmb.gov.tr).

Ticaret engellerini ticari kısıtlayıcı engeller ve idari önlemler olmak üzere iki kısma ayırabiliriz. *Ticari kısıtlayıcı engeller*; ithalata ve ihracata yeni gümrük tarifelerinin getirilmesi ya da yükseltilmesi, ithalata getirilen yasaklar ya da kota uygulamaları, yerli üretimi teşvik için zorunlu yerli üretim kullanımı, gümrük işlemlerinin zorlaştırılması gibi örnekler gösterilebilmektedir. Büyük bölümünü anti-damping vergilerinin meydana getirdiği *idari önlemleri* oluşturan hususlar ise küresel ticaretteki rekabetin daha dengeli sağlanmasına yönelik uygulamalardır. Özellikle 2009 yılının ardından alınan ticaret engelleri kararlarının büyük bölümünü idari önlemler meydana getirmektedir (tcmb.gov.tr).

1.8. ¹ Pandemik Hastalıklar

Dünyada çeşitli dönemlerde ortaya çıkan salgın hastalıklar ülke ekonomilerini olumsuz etkilemekte ve küresel ticarete de negatif yönlü yansımaları olmaktadır.

Örnek verecek olursak, H5N1 virüsü ilk defa 2003 Şubat ayında Hong Kong'da, kuş gribi ise aynı yılın aralık ayında Güney Kore'de ortaya çıkmıştır. Hong Kong' taki vakada ise ilk ölümlü vaka gerçekleşmiştir. Salgın, takip eden 2004 yılının ocak ayında Çin ve Japonya'nın ardından Tayland ve Vietnam'ı da etkileyerek sekiz insanın yaşamını kaybetmesine neden olmuştur. 2004 Mart ayından itibaren ise virüs, Asya kıtasındaki kuş sürülerinin arasında yayılım sağlayarak batılı ülkelere doğru ilerlemiştir. Bu sebeple de 2004 yılında salgın nedenli

ölümlü vaka sayısı 32 kişiye yükselmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO), 2004 yılının ocak ayından başlamak üzere 2005 yılının mayıs ayına kadar Vietnam, Kamboçya ve Tayland'da virüs nedeniyle 53 insanın yaşamını kaybettiğini açıklamıştır (Sarıç, M. 2006).

2005 yılının ekim ayına geldiğinde ise Asya kıtasından hareket eden göçmen kuşların güzergâhında olan Türkiye, Romanya, Yunanistan, Rusya, Makedonya (Kuzey Makedonya), Hırvatistan, İtalya, Almanya ve İsveç'te kuş gribi teşhisi konulan insanlar belirlenmiş; akabinde ise virüs,2006 yılının başlarında da Avrupa kıtasının batı sınırlarına dayanmıştır (Sarıç, M. 2006).

Bu salgın üzerine kanatlı hayvan sektörü dibi görmüş ve küresel ticaretini mümkün kılmamıştır. Ülkeler ithalat-ihracat yapma cesaretini gösterememiş ve küresel ticaretin bu kaleminde olumsuz bir etkisi olmuştur.

Kuş gribi vakalarından doğrudan etkilenen bir başka sektör de turizm olmuştur. Vakaların görüldüğü noktalarda turizm faaliyetleri azalmış bu da turizm gelirlerinin düşerek ülkelerin bu noktada ekonomik küçülmelerine neden olmuştur. Türkiye örneğinden hareket edecek olursak, salgının Türkiye' de ortaya çıkmasının akabinde turist sayısı bir önceki yıla oranla %10.1 gerilemiştir (Sarıç, M. 2006). Dünyada salgının yaşandığı diğer devletlerde de benzer durumlar yaşandığı göz önüne alındığında salgınların yaşandığı ülkelerin cari açığını kapatmaya yardımcı olan turizm gelirleri azalmış, ülke ekonomilerinin bu kalemi küçülmüş ve küresel ticaretteki paylarının azalma noktasında ilerlemesine neden olmuştur.

2. Covid-19 Pandemisinin Dünya Ekonomisine Etkileri

Avrupa İstatistikleri Kurtarma Kontrol Panelinin verilerine göre ekonomik duyarlılığın sıçradığını belirtebiliriz. Veriler analiz edildiği zaman görülüyor ki 2020 Mart'tan sonra düşüşte olan AB enflasyonunun 2021 Mart'ta yükseldiği görülmektedir. Buna ilaveten işgücü piyasasına baktığımızda ise işsizlik oranının Ocak 2021'de az da olsa arttığını fakat Şubat 2021'de sabit kaldığı görülmektedir. Sanayi ve inşaat sektöründe üretim Şubat 2021'de daraldığını buna istinaden perakende satışların da 2021 Ocak'ta düştükten sonra Şubat 2021'de arttığını belirtebilmekteyiz. Pandemiden en çok etkilenen sektörler arasında olan turizm sektörüne baktığımızda ise konaklama işletmelerinde geçirilen toplam gece sayısının Ocak 2021 itibarıyla bir önceki yıla göre %83,0 oranında düştüğü görülmektedir. Ülkelerin en büyük ekonomik kaynağı olan turizmin bu denli düşüşü ve olumsuz etkilenmesi turizm ile ön plana çıkan ülkeleri zor durumda bıraktığını söylemek mümkündür. Perakende ticaretinin ise 2021 Şubat'ta toparlandığı ve aylık bazda %2,9 arttığını söyleyebiliriz. İhracat ve ithalat anlamında baktığımız zaman ise, AB ülkelerinin diğer ülkelere mal ihracatı Şubat 2021'de aylık bazda % 0,5 artarken ithalat ise Ocak 2021'e kıyasla %5,0 oranında artış göstermiştir. Ekonomik Duyarlılık Göstergesinin Mart 2021'de %99,9'a yükselmesinden yola çıkarak 2021 Mart ayında ekonomik duyarlılığın ciddi anlamda iyileştiğini belirtebiliriz. Mart ayındaki artış hem sektörler bazında hem de tüketiciler bazında bir güven artışına sebep olmuştur. Yayımlanan verilere istinaden işgücü piyasasında da Ocak 2021'de ufak bir kıpırdanma görülse de Şubat 2021'de sabit kaldığı görülmektedir. İşsizlik oranının Ocak ve Şubat 2021'de %7,5 olduğu görülmektedir ki bu oran Aralık 2020'de %7,4 oranında gösterilmekteydi. Ticaretin ve ekonominin olumsuz etkilendiği bu pandemi döneminde işgücü piyasasının ve işsizliğin küresel anlamda ciddi sorunlar getirdiği aşikârdır. Bireylerin işsiz kalması veya iş arayanların iş bulamaması maddi anlamda yaşanan sorunların dışında psikolojik olarak ta etkilerinin olduğu bilinmektedir. Bunun dışında verilere bakıldığı zaman istihdamın 2020 yılının 4. çeyreğinde iyileştiği görülmektedir (ec.europa.eu).

3. Pandemi Dönemi Medya Ekonomisi

3.1. Pandemi Dönemi

Pandemi kelimesi eski Yunancada Pandemos kelimesinden türetilen ve tüm dünyaya yayılan salgın hastalıklara verilen addır. Yakın günümüzde koronovirüs salgını ile birlikte dünya sağlık örgütü tarafından ilan edilen pandemi dolayısıyla birçok alan etkilenmiştir. Pandeminin bireyler üzerinde psikolojik, ekonomik, sosyal vb. konularda birçok olumsuz etkisi olduğu görülmektedir. Yakın zamanda tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi de tüm sektörlerin bu dönemde olumsuz etkilendiğini göstermiştir. Bu çalışmada ele aldığımız medya ekonomisinin hem olumlu hem de olumsuz şekilde etkilendiğini belirtebiliriz.

3.2. Medya Ekonomisi

Medya ekonomisi medya kısmından dolayı iletişimi yakından ilgilendirdiği gibi ekonomi kısmından dolayı da ekonominin ilgi alanlarını da yakından ilgilendirmektedir. Bu kavram çeşitli yazarlar tarafından farklı şekilde tanımlanmıştır. Farklı medya endüstrilerine üretim yapan ve satan firmaların finansal ve işletme faaliyetleri şeklinde tanımlayan Alexander ve Owers (2004)' ın yanı sıra Picard, R. (1989) medya ekonomisini, eldeki kaynaklarla, medya sahiplerinin, dinleyici ve izleyicilerin, reklam verenlerin, halkın bilgi ve eğlence konusunda beklenti ve ihtiyaçlarını nasıl karşıladıkları ile ilgili olduğunu savunmuştur. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere bu sektörün tüketicileri yazılı basın için okurlar görsel medya için izleyiciler ve işitsel medya açısından da dinleyicilerdir.

3.3. Pandemi Dönemi Medya Ekonomisi

Medya ekonomisinin pandemi döneminde geleneksel medya açısından baktığımız zaman olumsuz etkilerinin olduğu görülmektedir. Özellikle yazılı basın olan gazetelerin diğer kitle iletişim araçlarına göre daha fazla etkilendiği düşünülmektedir. Çünkü pandemi dolayısıyla en çok gazete okuyan yaş grubu olan 65 yaş üstü bireylerin sokağa çıkma kısıtlamasına girmeleri gazete satışlarını olumsuz etkilendiği düşünülebilir. Bu bağlamda Türkiye Gazeteciler Sendikasının da halen gazete okurlarının daha çok 65 yaş üstü bireyler olduğu için basılı medyanın krizden etkilendiğini belirten açıklamaları mevcuttur (sivilsayfalar.org).

Diğer yandan pandemiden dolayı evde geçirilen vakitlerin televizyonların izlenme oranlarına olumlu etkileri olabilmektedir. Bu bağlamda televizyon, sosyal medya, radyolar vb. kitle iletişim araçları güncel olaylardan daha fazla haberdar olabilmek adına daha çok kullanıldığını belirtebiliriz. Buna istinaden özellikle yeni medya kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte bireylerin sosyal medya üzerinden daha çok bilgi paylaşımları yaptıkları ve gündemi takip ettikleri de aşikardır. Bu sebepten dolayı geleneksel medya açısından görülen olumsuz etkiler yeni medya açısından bakıldığı zaman olumlu etkiler görüldüğünü söylemek mümkündür. Çünkü evde kalarak hem güncel olayları takip etmek hem de vakit geçirmek adına sosyal medya ciddi bir kurtarıcı olabilmektedir.

Ayrıca sosyal medya açısından medya ekonomisine bakıldığı zaman bireylerin teknolojinin gelişmesiyle internette daha çok zaman harcamaları sosyal medya ekonomisini ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya açısından bakıldığı zaman medya ekonomisinin pandemi döneminde daha az olumsuz etkilendiği söylenebilmektedir. Bunun sebebi olarak ise, bireylerin daha çok evlerinde vakit geçirerek internet üzerinden hem gündemi takip etmeleri hem de sosyal anlamda vakit geçirdiklerini söyleyebiliriz. Bunun dışında sosyal medya ekonomisinde kullanıcılar aynı zamanda içerikler üretebilmekte, videolar çekerek paylaşabilmekte, işletmelerin, markaların gelişimine beklentilerini ve isteklerini dile getirerek katkıda bulunabilmektedirler. Bu açıdan bakıldığı zaman sosyal medya kullanıcıları tüketici

olmanın yanında üretici de oldukları görülmektedir. Bu sayede çift yönlü iletişimin olduğu sosyal medyada kazan-kazan stratejisi de uygulanabilmektedir.

Özellikle bu konudaki tüketim artmış olsa da, reklamcılık giderleri az olduğu için gelir genel olarak düşmekte ve sektörde büyük daralma meydana getirmektedir.. Hem küçük hem de büyük şirketlerin pazarlama harcamalarını azalttığı bir dönemde ağırlıklı olarak reklama dayanan bir sektör için gelir genel olarak azalmaktadır. Sektörü meydana getiren tüm bileşenler de pandemiden etkilendi. Sinema salonları kapandı, film yapımcıları ve dağıtımçıları işlerini yapamaz hale geldi. Tiyatro gösterimleri bitti. Ayrıca medya ekonomisi için önemli bir parametre olan canlı müzik ve müzik endüstrisi için ana gelir kaynağı durmuş durumda. Spor tüm cephelerde gelir kaybederken medya ekonomisi de kaybetmektedir. İnsanların daha fazla içerik tükettiği ve bu konuda içerik üreticilerinin baskı hissettiği bir ortamda eksikliklerinin olacağını düşünen içerik üreticileri de üretimi tam olarak durdurmaktadır (capgemini.com).

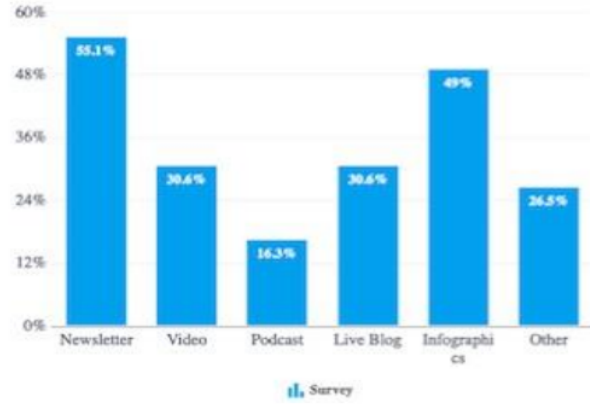
Newspaper revenue 2019-24 (print and online – source PWC)

Advertising revenue	2019	2020	2024	CAGR (2019-2024)
Global	\$49.245bn	\$41.241bn	\$35.937bn	-6.11%
UK	\$1.499bn	\$1.141bn	\$1.058bn	-6.74%
US	\$15.056bn	\$13.067bn	\$10.887bn	-6.28%

Circulation revenue	2019	2020	2024	CAGR (2019-2024)
Global	\$58.714bn	\$52.163bn	\$50.411bn	-3%
UK	\$2.385bn	\$2.133bn	\$2.133bn	-2.21%
US	\$11.399bn	\$10.182bn	\$9.995bn	-2.60%

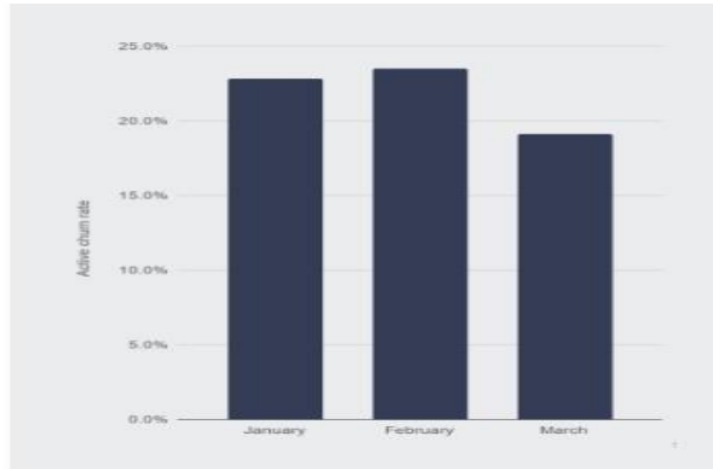
Tablo 1. PwC / Basın Gazetesi aracılığıyla dünya çapında gazeteler için öngörülen gelirler 2019-24, (whatsnewinpublishing.com, Erişim Tarihi: 14.05.2021).

PwC/Basın Gazetesinin 2020-2024 göre ise küresel gazete reklamcılığının (basılı ve çevrimiçi) 2019'da 49,2 milyar ABD dolarından 2024'te 36 milyar ABD dolarına düşeceğini tahmin ediyor, beş yılda dörtte birden fazla olacağı tahmin edilen bu düşüş % 27' yi bulmaktadır. Bunun yanında küresel dolaşım ve abone gelirlerinin de 2019'da 58,7 milyar dolardan 2024'te 50,4 milyar dolara düşmesi beklenmektedir (whatsnewinpublishing.com).



Tablo 2. COVID-19'un bir sonucu olarak piyasaya sürülen yeni ürünler (whatsnewinpublishing.com, Erişim Tarihi:14.05.2021).

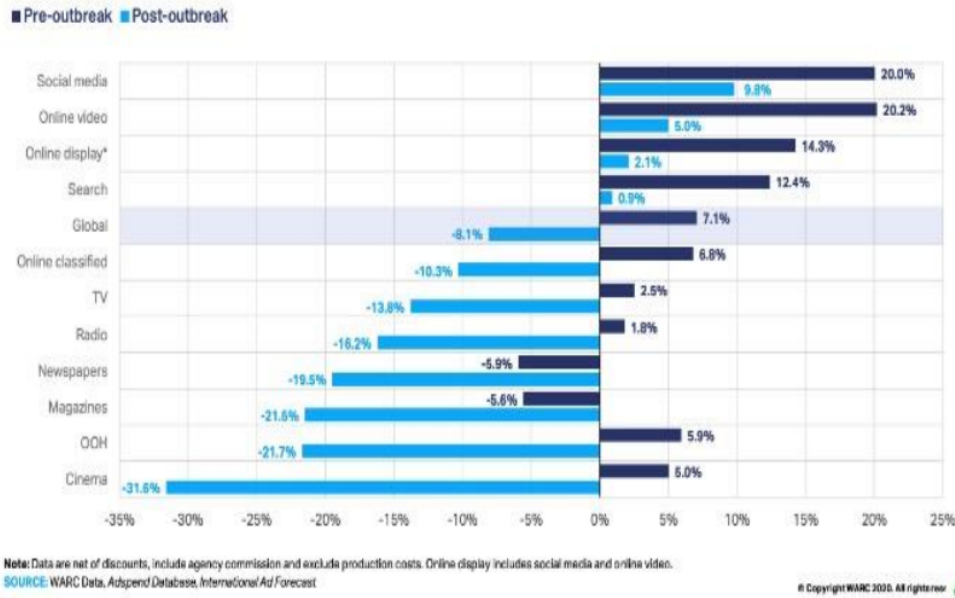
COVID-19 medya alışkanlıklarımızı da değiştirdi. Bu da dünya medya ekonomisini etkileyen unsurlar arasında yerini almaktadır. Maalesef artan trafik, artan abone sayısı ile eşit olmamaktadır. Bu nedenle, bazı yerel yayıncılar bir abonelik artışı görse de, bu herkes için maalesef geçerli değildir. Sadece ABD'de, birçok satış noktasındaki artan izleyicilere rağmen, 36.000'den fazla haber medyası çalışanı COVID-19'dan etkilendi ve işlerini kaybettiler. Gazeteciler görevden alındı ve 30'dan fazla yerel haber odası kapatıldı. Abonelik gelirlerindeki artışların (uygulanabildiği yerlerde) nadiren kaybedilen reklamları ve diğer gelirleri telafi etmesinden kaynaklanan benzer bir dinamik dünya çapında da ortaya çıkmaktadır (whatsnewinpublishing.com).



Tablo 3. Piano platformunu kullanan yayıncılar arasında aktif kayıp (whatsnewinpublishing.com, Erişim Tarihi:14.05.2021).

Bununla birlikte Piano platformu mayıs ayında sitesinde yer verdiği üzere, dijital medyada pandeminin gerçek çalkantısını yaşayan Avrupa kıtasında yaşanan büyük aktif kayıp oranı iyileşmekte ve yaklaşık % 34 oranında küçülmenin yavaşladığına dikkat çekmektedir. ABD'de ise pandemi dolayısıyla kayıplar genel olarak sabit seyretmekle birlikte aynı seviyede kalması bile etkileyici görünmektedir (whatsnewinpublishing.com).

Global, Year-on-year % change, US dollars, 2020



Tablo 4. WARC araştırma şirketinin aracılığıyla platform / ortam pandemi öncesi ve sonrası küresel reklam harcaması (whatsnewinpublishing.com, Erişim Tarihi: 14.05.2021).

Reklamcılığın normale dönmesi konusundaki tüketici iyimserliğine rağmen, WARC araştırma şirketinden gelen veriler daha az bir iyimserliğe neden olmaktadır. Çünkü en son yayımlanan Küresel Reklam Eğilimleri raporu reklam harcamalarının bu yıl dünya genelinde % 8,1 oranında azalarak -49,6 milyar dolara düşeceğini ortaya koymaktadır. İlginç bir şekilde bu reklam pazarının % 12,7 (60,5 milyar \$) oranında düştüğü ve özellikle sosyal medya, çevrimiçi video ve arama gibi bazı sektörlerin salgın sonrası 2009'dan bu yana büyümeye devam ettiğinden daha düşük bir yüzde olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaten düşme eğiliminde olan Gazete (-% 5,9) ile dergiler (-% 5,6) gibi geleneksel medya kanalları, pandeminin etkisiyle düşüş trendi daha da şiddetlendi. COVID-19, daha önce bu yıl büyümesi öngörülen TV, Radyo, Ev Dışı Reklamcılık (OOH) ve Sinema gibi geleneksel kanallar üzerinde de olumsuz bir etkiye neden olmaktadır (whatsnewinpublishing.com).

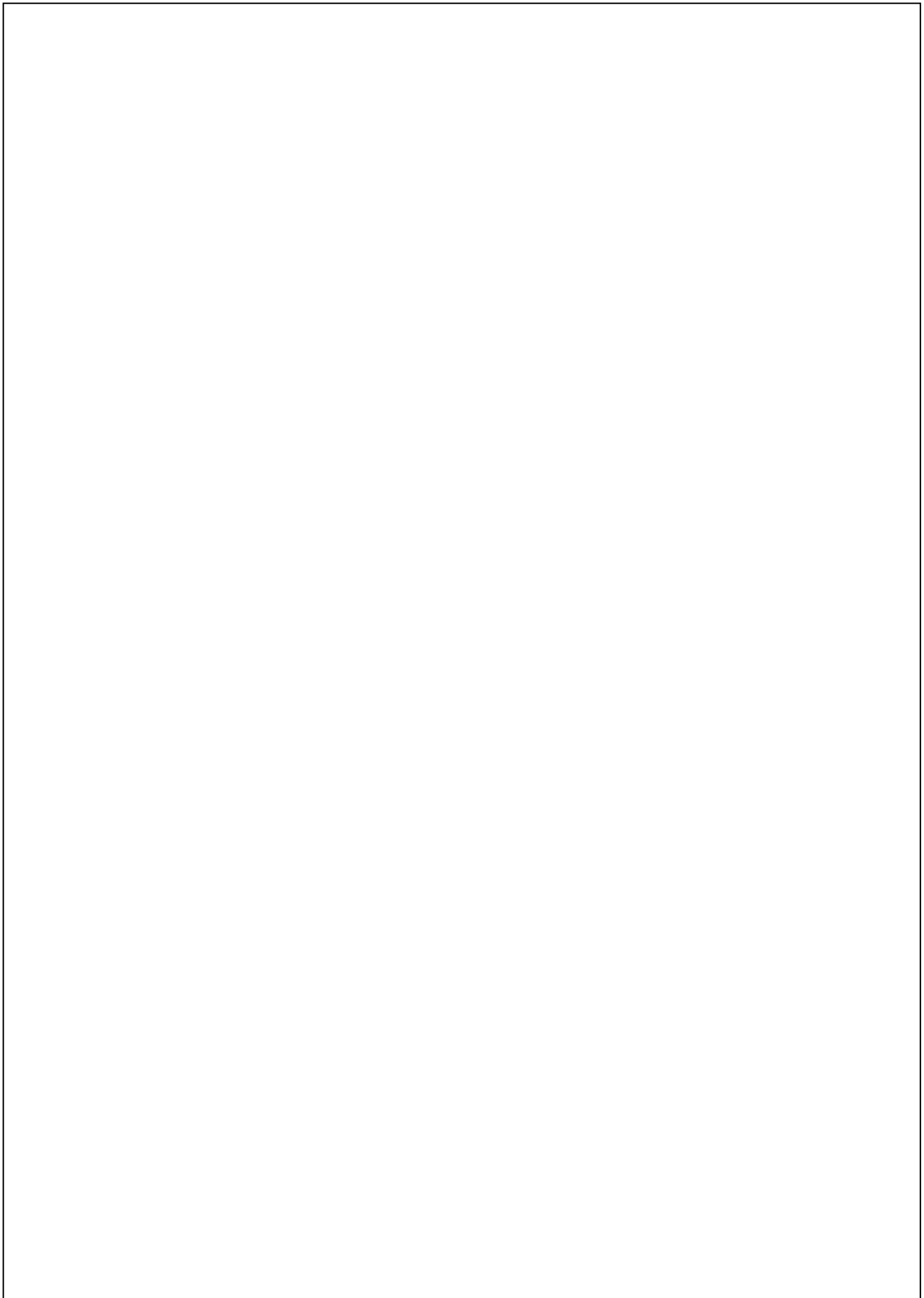
Sonuç ve Tartışma

Pandemi dönemlerinin küresel anlamda birçok olumsuz etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle günümüz rekabet ortamında küresel ticaret bağlamında düşünüldüğü zaman çok büyük şirketlerin ve önemli sektörlerin bile sekteye uğradığı görülmektedir.. Pandemi döneminin olumsuz etkileri küresel ticareti, ithalat ve ihracatı ciddi şekilde zarara uğrattığını belirtebiliriz. Üreticilerin ürettikleri ürünleri dışarıya gönderemedikleri ve ettikleri zarar da pandeminin olumsuz etkileri arasında gösterilebilmektedir. Diğer yandan pandemi döneminde medya ekonomisini incelediğimiz bu çalışmada da iki açıdan medya ekonomisine odaklanılmıştır. İlk olarak geleneksel medya açısından baktığımız takdirde olumsuz etkilerin daha fazla görüldüğü fakat yeni medya bağlamında medya ekonomisine baktığımız zaman ise özellikle sosyal medya ekonomisinin daha az etkilendiği söylenebilmektedir. Bireylerin daha çok evde kalarak hem zamanlarını geçirmek hem de bilgi paylaşımlarında bulunmak adına sosyal mecralara yöneldiklerini rahatlıkla söyleyebiliriz. Bunun dışında Özellikle araştırmalara ve paylaşılan verilere göre pandeminin başlangıcından günümüze kadar çeşitli dalgalanmaların da olduğunu görebilmekteyiz. Özellikle 2021 Şubat ayından sonra biraz daha rahatlama olduğu verilerle açıklanmıştır.

Hem küçük hem de büyük şirketlerin pazarlama harcamalarını azalttığı bir dönemde ağırlıklı olarak reklama dayanan bir sektör için gelirler genel olarak azalmaktadır. Sektörü meydana getiren tüm bileşenler de pandemiden etkilenmektedir. Sinema salonları kapandı, film yapımcıları ve dağıtımçıları işlerini yapamaz hale geldi. Tiyatro gösterimleri bitti. Ayrıca medya ekonomisi için önemli bir parametre olan canlı müzik ve müzik endüstrisi için ana gelir kaynağı durmuş durumda. Spor tüm cephelerde gelir kaybederken medya ekonomisi de kaybetmektedir. Küresel gazete reklamcılığının (basılı ve çevrimiçi) 2019'da 49,2 milyar ABD dolarından 2024'te 36 milyar ABD dolarına düşeceğini tahmin edilmektedir. Bunun yanında küresel dolaşım ve abone gelirlerinin de 2019'da 58,7 milyar dolardan 2024'te 50,4 milyar dolara düşmesi beklenmektedir. Bazı yerel yayıncılar bir abonelik artışı görse de, bu herkes için maalesef geçerli değildir. Sadece ABD'de, birçok satış noktasındaki artan izleyicilere rağmen, 36.000'den fazla haber medyası çalışanı COVID-19'dan etkilendi ve işlerini kaybettiler. Gazeteciler görevden alındı ve 30'dan fazla yerel haber odası kapatıldı. Ayrıca WARC araştırma şirketinin reklam harcamalarının bu yıl dünya genelinde % 8,1 oranında azalarak -49,6 milyar dolara düşeceğini ortaya koymaktadır. Zaten düşme eğiliminde olan Gazete (-% 5,9) ile dergiler (-% 5,6) gibi geleneksel medya kanalları, pandeminin etkisiyle düşüş trendi daha da şiddetlendi. COVID-19, daha önce bu yıl büyümesi öngörülen TV, Radyo, Ev Dışı Reklamcılık (OOH) ve Sinema gibi geleneksel kanallar üzerinde de olumsuz bir etkiye neden olmaktadır.

Bununla birlikte Avrupa kıtasında Piano platformunu kullanan yayıncılar arasında yaşanan büyük aktif kayıp oranı iyileşmekte ve yaklaşık % 34 oranında küçülmenin yavaşladığına dikkat çekilmektedir. ABD'de ise pandemi dolayısıyla kayıplar genel olarak sabit seyretmekle birlikte aynı seviyede kalması bile etkileyici görünmektedir.

Yapılan araştırmalar ve yayımlanan raporlar, COVID-19 Pandemisinin tüketicilerin medya (geleneksel veya dijital) konusundaki tercihlerini değiştirdiğini ortaya koymaktadır. Bu değişikliklerin kalıcı olup olmayacağını bize zaman gösterecek. Bununla birlikte medya ekonomisinin bileşenlerinin de buna ayak uydurması ve “Yeni Normal” de planlarını bu doğrultuda gerçekleştirmesi artık bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.



Uluslararası Gümrük ve Ticaret Kongresi

ORJİNALLİK RAPORU

% **10**
BENZERLİK ENDEKSİ

% **10**
İNTERNET KAYNAKLARI

% **0**
YAYINLAR

% **0**
ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1 barisaltuntas.wordpress.com % **8**
İnternet Kaynağı

2 www.isarder.org <% **1**
İnternet Kaynağı

3 real.mtak.hu <% **1**
İnternet Kaynağı

4 repositorio.ufc.br <% **1**
İnternet Kaynağı

5 www.covid19legalturkey.com <% **1**
İnternet Kaynağı

6 dis.mersin.edu.tr <% **1**
İnternet Kaynağı

Alıntıları çıkart

Kapat

Eşleşmeleri çıkar

Kapat

Bibliyografyayı Çıkart

Kapat