

Yrd.Doç.Dr. Tolga Kara*

Küresel Ekonomik Kriz ve Medya Sektörüne Yansımaları

Özet

Temelinde Amerika Birleşik Devletleri'nde Mortgage piyasalarındaki aşırı yüklenmeden kaynaklanan ekonomik kriz tüm dünyayı etkisi altına alırken, hemen hemen tüm sektörler de bu krizden üstlerine düşen payı almıştır.

Küreselleşen ekonomik sistemlerin bir etkisi olarak medya sektörü de krizden etkilenmiştir. Bu çalışmada küresel krizin medya sektörüne olan etkileri mercek altına alınacak, dünya ve Türk Medyası özelinde kriz sonucu uygulanan istihdam politikaları irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler

Ekonomik kriz, medya sektörü, küreselleşme

* Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi
tolgakara@marmara.edu.tr

Abstract

The economic crisis, which is basically stems from heavy reliance on USA mortgage market, is affecting whole world and almost all sectors had their shares from this crisis.

As a result of globalising economic systems, media sector is also affected from the crisis. This study will investigate the effects of global crisis in media sector, and a special emphasis will be placed on employment policies in world and Turkish media.

Key Words

Economic crisis, media sector, globalization

Giriş

Kitle İletişim araçlarının toplum üzerinde ki iktidarın bir parçasını kullanmakta oldukları, hatta zaman zaman, tek başına bir iktidar odağı haline gelebildikleri, ilk ortaya çıktıkları günden beri tekrarlanmaktadır. Günümüzde tüm dünyada sürdürülen “kitle iletişim araçlarında tekelleşme” tartişmaları da temelde bu iktidarın kim tarafından kullanılacağı sorunu çerçevesinde gerçekleşmektedir. Basın işletmelerinin temel görevi, kamu çıkarını, her Őeyin üstünde tutarak, kamu hizmeti yapmaktır. Ancak ekonomik koşulların neden olduğu süreç içinde, kamusal işlevlerinin yanında kar amacı ön plana çıkmıştır. Başlangıçta yalnızca “haber vermek” görevi ile kurulmuş olan gazeteler, günümüzde daha çok siyasal ve ticari nitelikler kazanarak; gücü, etkiyi ve iktidarı temsil eder bir hal almıştır.

Dünya basınında yaşanmakta olan, görevi yalnızca “tarafsız” bir Şekilde haber vermek olan, gazetelerin, karlılık amacıyla kurulan, basın işletmelerine dnşmelerinden kaynaklanan sorunların Türkiye boyutu da, biraz geç ortaya çıkmakla birlikte, temelde aynı sorunlar çerçevesinde bütün hızıyla sürmektedir. Bu çalışmada incelenen konu ise; küreselleşme kaynaklı sancıların, basın sektörü çalışanları üzerinde de etkisini acımasızca göstermesidir. Küreselleşme Tarihi açısından bakıldığında önemli bir yere sahip olan 1929 Büyük Buhran’dan sonra, geçtiğimiz yıl patlak veren küresel finans krizinin faturasını, sadece spekulatif tatlı karlara alışan finans Şirketleri değil reel sektör ve basın sektörü de ödemiştir ve hala da dyordur. Krizin patlak vermesinden birkaç ay sonra sadece dünyada değil Türkiye’de de medya sektörü alışanları ‘Küresel kriz’ gerekçe gösterilerek deyim yerindeyse ‘kapının önüne konulmuş’tur.

1980’den sonra en önemli grev kararlarından biri olan Turkuaz Grubu’ndaki grev, çalışanların ‘küresel kriz yüzünden iş bulamam’ korkusuyla Sabah Gazetesi, dergi grubu ve ATV televizyonundaki katılımin ‘minimum’da olmasına neden olmuştur. Tüm bu gelişmelerin işığında küreselleşmenin medya sektöründeki istihdam politikasının üzerindeki etkileri genel olarak değerlendirilmiş ve sonuca ulaşılmıştır.

Küreselleşme Kavramı

İçinde bulunduğumuz ağ, değişimin hızlı gerçekleştiği bir ağ. Bu hızlı devinimde iletişim teknolojilerinin payı yadsınamaz bir gerçektir. Günümüzde globalleşme yada küreselleşme olarak adlandırılan olgu toplumun tüm katmanlarına uyarlanmaya çalışılmaktadır. Küreselleşme tüm yer küresinin aynı ölçülerle değerlendirilen tek bir birim haline gelmesi anlamını içeriyor. Başlıca değeritirici g enformasyon ve en önemli kaynak da bilgi olarak görülüyor. Ancak bu iki olgunun eşitlikçi bir biçimde kreselleştiğini söylemek gttr. Zira enformasyon meta olarak işlem görmektedir, dolayısıyla iletimin meta olarak değer değeri pazar yasalarıyla belirlenir. Bir anlamda mal veya hizmet olarak pazar fiyatını önleyebilecek olanlar, onu kullanabileceklerdir. Bu durumda pazar, portföyü olan tüketicileri seçecek, hangi bilgi veya enformasyonun toplanmaya değer olduğuna karar verecektir. Enformasyon retimi ve depolanmasının yüzeysel olarak serbest olduğu kabul edildiğinde, iletilmesi, bir kamu hizmeti, özel sektör yada her ikisinin ortaklığı olarak mı gerçekleşmelidir sorusu sorulabilir. Bu iletim olabildiğince serbest mi gerçekleşmeli, yoksa belli kriterlere (etik, politik vb.) bağlı olarak mı sürmelidir sorusu da ikinci soru olarak sorulabilir (Atıl-

gan;1992;25).

Küreselleşme konusunda, birbirine alternatif olabilecek çeşitli tanımlar yapılmaktadır.

Küreselleşme, ülkeler arasında mal, hizmet, uluslararası sermaye akımları ve teknolojik gelişimin hızlı bir şekilde artmasını ve serbestleşmesini ve bunlar sonucu ortaya çıkan ekonomik gelişmeyi ifade eder. Birbirleriyle mal işlemleri, çeşitliliği, değer artışları, hizmetler, uluslararası sermaye akımları, teknolojinin çok hızlı ve yaygın bir şekilde yükselmesi ve bu sayılanların ülkeler arasında giderek serbestleşmesi sayesinde ekonomik gelişme gerçektelecektir (Beukema,Coenen;2004;162).

“Küreselleşme” ya da “globalleşme” ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda yerleşmiş yargıların ve kurumsal yapıların ülkelerin sınırlarını aşarak dünyaya yayılması ve böyle bir boyutta kabul göreberek ilgili alanlarda tüm dünyaca benimsenen normların ortaya çıkma süreci olarak tanımlanabilir (Saraçoğlu;2005;28).

Küreselleşme, dünyadaki birçok ekonomik, finansal, politik, ulusal güvenlik, çevresel, sosyal, kültürel, ulusal veya eyaletlerarası teknolojik bağlantılar sebebiyle, piyasalar ve bireyler yoluyla kıtalararası mesafeleri birbirine bağlayan bir aę olarak tanımlanmaktadır.

Diğer bir tanımda ise, William Greider tarafından yapılan daha içsel ve tasviri bir şekilde: “globalleşme, harikulade bir makineye benzer. İmha ettiklerinin karşılığını alır. Modern ziraatin makineleri gibi büyük ve hareketlidir. Fakat çok karmaşık ve güçlüdür. Koşarcasına sahalara açar ve sınırları önemsemez. Hareketlilik devam ettiğinden, makine, arkasında büyük tahribat izleri bırakırken, aynı zamanda büyük miktarda-

ki refah ve zenginliği beraberinde getirmektedir. Zengini daha zengin, fakiri daha fakir yapmaktadır. Fakat direksiyonda kimse yoktur. Hızını ve yönünü kontrol eden bir iç dinamiği veya direksiyonu olmayan bir makine.. Olabildiğince özgür ve de sınırsız... (Bu durum temelde onun kendi içsel istekleriyle yönlendirilmiş gelişme hareketi tarafından sürdürölmektedir). Makine, dünyayı yeniden yapılandıran, kendi kendine işleyen, bir ekonomik sistem draması oluşturan, zorunlu global endüstriyel devrimin zorunlulukları tarafından yönetilen modern kapitalizmdir” (Beukema, Coenen;2004;163).

Açıkça, küreselleşme; ulusal devlet politikalarıyla ilişkili, dünya insanların günlük yaşamlarında daha fazla önemli olan, insanların, sermayenin ve uluslararası serbest mal hareketliliğinin oluşturduğu global piyasa güçlerinin yer aldığı bir dünya tasviridir. Fakat, globalleşmenin ekonomik gelişme süreci yeni değildir. 1870-1914 arasındaki zaman süreci; serbest mal hareketliliğinin ve sermayenin çok hızlı bir şekilde gelişme gösterdiği, insanlar tarafından telgraf teknolojisinin geliştirilmesi ve gemi yapımıyla birlikte uluslararası iletişim ve taşımacılığın daha hızlı, kolay ve ucuz hale geldiği bir dönem olmuştur. Global ekonomideki gelişmenin bu sıradışı periyodu, II. Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş ile kesilmiştir, fakat Sovyetler Birliğinin çökmesiyle piyasa kapitalizmi için birinci alternatif ortadan kaybolmuştur. Dünya çapındaki ulusal şartlar, kaynakların dağılımında daha büyük bir hareket serbestliğine piyasa güçleri tarafından izin verilmesi için, ekonomik hareketliliği yeniden düzenlemek ve yıllardır kendi kendine yönetilen ürün anlamında özelleştirme yapmak için, o ülkelerin ekonomilerini uluslar arası mallar, hizmetler, işlemler ve fikirlere açmaya başlamıştır (Aktan,Şen;1999;48).

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, sermaye yatırım getirisi yüksek olan yerlere gittikçe, mal ve hizmetler karşılaştırma-lı üstünlüğe sahip ülkeler tarafından üretildikçe ve zelleştirme sonucu etkinlik arttı-a, bu değişiklikler globalleşen ekonomideki bütün katılımcılar arasında paylaşılacak büyük kazançlar sunmalıdır. Bu ekonomik et-kinlik kriterlerinin etkilerini tekrar gclen-dirmek, bilgi teknolojilerindeki hızlı deği-şimler ve otomasyon (bilgisayar teknolojile-rinin gelişimi) global iletişimin maliyetlerini olağanüstü bir Şekilde düşürmektedir. Hızlı, kolay ve ucuz iletişim ağı kıtalararası ölçekte üretim organizasyonlarını hızlandırmakta ve lkelerarası büyük sermaye değerlerinin hızlı hareketliliği, ülkeler bazında, yeni pro-dktivite anlayışlarının hızla inşasını mm-kn kılmaktadır ve sonuçta bu tür gelişme-ler tüm ülkeler tarafından benimsenmek-te ve uygulanmaktadır (Aktan,Şen;1999;49).

Küreselleşmenin getirdiği risklerin ba-şında istikrarsızlığın kolay yayılma riski-nin yer aldığı söylenebilir. lkeler arasın-daki siyasi ve iktisadi sınırların kaybolmaya yüz tutması ülkeleri ve ekonomileri birbiri-ne daha bağımlı hale getirmiş, bu da bir l-kede veya bir bölgede ortaya çıkan bir krizin etkisinin öteki ülkeler ve bölgelere yayılma riskini artırmıştır. Nitekim 1990'daki Kr-fez krizi, 1997'deki Güneydoğu Asya krizi, 1998'deki Rusya krizi sadece patlak verdik-leri ülke veya ülkeleri değil, gerek o ülkelerin içinde yer aldıkları bölgeyi, gerekse daha ha-fif ölçülerde de olsa bütün dünyayı olumsuz etkilemiştir (Acar;2008;2).

Sermaye hareketlerinin serbest kaldı-ęı bir dünyada bir ekonomik belirsizlik, g-vensizlik yada bir siyasi bunalım anında o ülkeden yüklü miktarda sermaye kaçışı teh-likesi küreselleşme sürecinin getirdiği baş-ka bir risktir. Nitekim 2000 yılı Kasım ayın-

da ve 2001 Şubat ayında sırasıyla bir banka-nın batması ve devletin st düzey yetkilile-ri arasındaki bir tartışmanın basına yansım-aıyla ortaya çıkan belirsizlik ve panik orta-mında bir iki gün içinde Merkez Bankasın-dan toplam 10 milyar doları aşkın bir para kaçışıyla Türkiye bu olgunun en canlı tanığı-dır (Acar;2008;2).

Bir ekonomik organizasyon modeli ve global piyasaların koordinasyonu için ge-rekli enformasyon hareketliliğinin teknolo-jik uygulanabilirliği olarak piyasa kapitaliz-minin üstünlüğü, birçok insanın hayatın-da hızlı değişimlere neden olmaktadır. By-yk zenginlikler meydana gelmekte ve bu-nun yanı sıra yeni global fırsatların itici g-cyle dünya sermaye piyasaları canlanmak-ta ve üretim maliyetleri azalmaktadır. Dn-yanın birçok bölgesinde hızlı ekonomik by-yme ve yaşam standartlarının yükselme-si tecrübeleri yaşanmaktadır. Fakat söz ko-nusu bu ekonomik büyüme, global ekono-mik sürece katılan bütün ülke ve bölgeler-de birbirine benzer Şekilde ve değerde ge-ekleşmemektedir. Örneğin Rusya, Brezilya ve Güneydoğu Asya lkelerinde 1990'lı yıla-rın sonlarında yaşanan ekonomik daralma uluslararası sermaye akımlarını tersine e-vmiş ve bunun sonucunda da uluslararası döviz değerlerinde aşını azalmalar yaşanmış-tı (Rocha;2004;127-128).

Bazı gözlemciler, globalleşen ekonomi-lerin karlırının temelde uluslararası yatırımcılar, global Őirketler (rneğin MNC) ve gelişmekte olan ülkelerdeki seçkinler adına arttığını ve bunun yanında işgücü sınıfının grel fakirleşmeye katlanmak durumunda kaldığını ifade etmektedirler. Hatta bu göz-lemcilerden bazıları daha da ileri giderek, uluslararası büyük yabancı yatırımcıların ne-den olduğu sermaye akımlarından gelişmek-te olan ülkelerin, bu ülkelerde koruma me-

kanizmaları ve standartlarının aynı şekilde kurulmadığından yeterince yararlanamadıklarını (özellikle çevre ve işçi haklarının korunmasıyla ilgili olarak) söylemektedir. Artık, dünya çapında üretim ve piyasaların global ölçekte ekonomik açıdan homojenleşmesi, hatta dünyanın her yerinde kültürel hayatın çevre ve medyanın etkisi altında birbirine çok yaklaşması, tüketim ve iş alışkanlıklarının dünyanın her yerine hızlı bir şekilde yayılması ve yeryüzü hareketliliğinin her alanda benzerlikler göstermesi çok net görülebilen olaylar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, tüketim malları, sadece dünyadaki yoksul insanlar için değil, bütün tüketiciler için global ekonomi tarafından sağlanmaktadır.(Acar;2008;7-8)

Thomas Friedman “The Lexus and The Olive Tree” adlı kitabında küreselleşme kavramına şöyle yaklaşmaktadır: “Bugün, piyasalara global perspektiften bakıldığında 6 boyutta inceleme yapmak gerekmektedir. Uluslararası ilişkilerde ülkelerin geleneksel ekonomik, politik ve ulusal güvenlik analizi yapılırsa buna teknolojiyi de eklemeli, çevre ve kültür faktörlerini de göz ardı etmemeliyiz. Globalleşme, bu boyutlarda da dünya devletlerini önemli ölçülerde etkilemektedir. Globalleşmenin karşısındaki güçler ise 8 temel prensip etrafında gözlemler yapılmaktadır.” (Friedman;1999;368)

Halk Egemenliğı

Global piyasalarda, globalleşme karşıtları, tüketici egemenliğı olması gerektiğini ısrarla ifade etmelerine rağmen, kaynak tahsisi üzerindeki kararlar tüketici hakimiyetinden ziyade politik kurumların tercihlerine göre şekillenmektedir. Çünkü tüketiciler dünya çapındaki yatırım ve satış çabalarına ve planlarına karşı kolayca karşı koyamamaktadırlar. Durum böyle iken, Fransa’da yayınlanan bir

raporda McDonald’s dan nefret edildiğı ifade edilmesine rağmen, yine de birçok Fransız hala oralarda yemek yemektedir. Bu durum ise bir tezatlık teşkil etmektedir.

Yerelleşme

Üretim ve satışlar global piyasalardan ziyade, yerel piyasalarda yapılmalıdır. Siyasal karar alma mekanizması da bunu yerel ve ulusal bazda mümkün olduğunca desteklemelidir.

Çevresel Sürdürülebilirlik

Global piyasa kapitalizmine; ihtiyaçtan fazla homojen üretim yapılması sonucu gereksiz tüketim artışı, doğal kaynakların israfı, etkin kullanılmaması ve israf problemleri açısından bakıldığında, çevre için oldukça tehlikeli ve zararlı görünmektedir. Bunun için, yerel politik kuruluşların çevre politikalarına öncülük etmesi gereklidir.

Ekonomik İnsan Hakları

İşçiler ve emek sahipleri, alışılmış yaşamlarının, globalleşme ve gelişmiş ülkelerdeki sıradışı ve elverişsiz yaşam biçimleri nedeniyle bozulduğunu görmektedirler. Bu örnekten de anlaşılacağı üzere, yerel siyasi egemenlik yeterli olmayabilir. Bu nedenle işçi hakları için kesinlikle global kurallara gereksinim vardır.

Belirli Malların Ekonomik Mal Olarak Ticareti Yapılmamalı ve Ticari Anlaşmalara Konu Olmamalıdır

Gıda, su, tohumlar, hayatın genetik yapıları ve çevre gibi bazı hassas ürünler, aynı zamanda zehirli atıklar, silahlar ve kimyasal ilaçlar gibi maddeler, yerel yönetim dü-

zenlemeleri üzerindeki ticari anlaşma kısıtlamalarına bağlı olmamalıdır. Genetik yapı konusundaki geliştirilen bilgiler entelektüel anlamda saklanmamalı ve bilimsel anlamda tüm dünyanın kullanımına açık tutulmalıdır. Uluslararası ticaret anlaşmaları, yerel yönetimlerin tarım ve gıda üzerindeki kontrolünü sınırlandırmamalıdır.

Eşitlik

Globalleşme; hem ülkeler arasında hem de ülke içerisinde, hayat standardı seviyeleri arasındaki dengesizliği arttırmaya meyleden bir güç olarak sınırlandırılmamalıdır.

Kültürel, Biyolojik, Ekonomik ve Sosyal Farklılık

Yerel yönetimler, dünyanın çeşitli bölgelerinde hayatı homojenleştirmeye yönelik eğilimleri olan ekonomik aktiviteleri engelleyebilirler ve bu güçlerini etkin bir şekilde kullanabilmelerine kamu otoriteleri tarafından yapılacak düzenlemelerle izin verilmelidir.

Anti-Globalleşme taraftarlarının savdukları temel prensipler, piyasa egemenliğine karşı yerel siyasi kontrolün galip gelmesine dayanmaktadır. Tüm güçler piyasaya bırakılmamalıdır. Bu görüş, Yergin ve Stanislaw'ın "The Commanding Heights" adlı eserinde; 1930'lu ve 1940'lı yıllarda dünya ekonomileri üzerinde hükümet ağırlıklı merkezi kontrollerin etkili olduğunu ve bu süreçlerden sonra kaynakların dağıtımına karar verme yetkisinin globalleşme denilen olguyla birlikte piyasa güçlerine geçtiğini ve ekonomik kararlar üzerinde artık piyasa güçlerinin nüfuz sahibi olduğunu anlatmaktadırlar. Yergin ve Stanislaw'a göre; kapitalist piyasa modelinin piyasa üzerindeki mevcut hakimiyetini sürdürüp sürdürmemesi, yeterli sayıda insana yeterli mik-

tarda kazançlar sağlayabilmesine ve katlanabilir maliyet avantajları sağlamasına bağlıdır. (Steger;2003;98)

Yani kapitalizm insanlara bol kazanç ve düşük maliyetler yüklediği sürece, piyasa üzerinde hakim güç olmaya devam edecektir. Bu noktada diyebiliriz ki, anti-globalleşme hareketi gelişmiş dünya ülkelerinin meselesidir. Gelişmekte olan ülkelerin vatandaşları muhtemelen, gelişmiş batı ekonomilerince üretilen mallar, eğlence ürünleri, sermaye ve uluslararası iş bulma imkanları ve küresel şirketlerde çalışabilme imkanlarından sınırlı ve zorunlu bir şekilde yararlanmak durumunda kalacaklardır. Bunun yanı sıra, büyük olasılıkla ülkelere uygulanan yardım politikalarından yeterince yararlanamayacaklardır. Örneğin, Robert Wright "Will Globalization Make You Happy" (Foreign Policy, September 2000) isimli makalesinde şunları tartışmaktadır:(Wright; 2000; 142)

- Ekonomik etkinlik bazında ele alındığında, globalleşmenin dünya ölçeğinde yaşam standartlarının yükselmesi gibi etkileri görülse bile, ilgili dönemlerde, zengin ve yoksul milletler arasında fark hızla artmaktadır.
- Gelir dağılımında ulusal sınırların önemsenmemesi bize, gelir dağılımında bu ülkelerde dengesizliğin nasıl arttığı ile ilgili bir sonuç sunmaktadır. Uluslararası karşılaştırmada ise, zengin ve yoksul insanlar arasındaki gelir dağılımı bozukluğu artmıyormuş gibi görünüyor olabilir. Dünyanın en yoksul ülkeleri –ki onlar da en az seviyede bile olsa global ekonomiyle ilişki içerisindedir nispeten küçük ülkelerdir, örneğin Doğu ve Güneydoğu Asya'nın geniş yüzölçümüne sahip ülkeleri hızlı

bir şekilde büyümekte ve hayat standartları yükselmektedir. Aynı zamanda bu ülkeler global ekonomi içerisinde doyurucu bir şekilde teşvik de edilmektedir. Bu rnek, gelir dağlımında zengin ve yoksul ülkeler arasındaki dengesizliğin giderek büyümesine rağmen, bu durumun bazen nasıl gözden kaçabileceğini göstermektedir. (Mishkin;2009;21)

- Çeşitli kültürlerde mutluluk kavramı incelenerek olursa, ortalama kullanılabilir gelir seviyesinin yükselmesinin yoksul ülkeleri mutlu ettiği, aksine zengin ülkelerde mutluluğa sebebiyet vermediğidir. Yani denilebilir ki, globalleşme yoksul ülkeleri mutlu ederken, zengin ülkeleri zen bir olgudur,
- Bu ülkelerin çoğu global ekonomik sürece bağlıdır. Bu nedenle hızla büyümekte ve sonuçta hızla gelişen hayat standartlarına sahip olmaktadır. Bunun yanısıra siyasi yaşamları da buna paralel olarak düzelleme ve gelişme eğilimi göstermektedir (rneğin Güney Kore, Tayvan ve Meksika’da olduğu gibi). (Mishkin;2009;21)
- Gelişmekte olan ülke vatandaşlarının yaşam standartlarındaki kötüleşme bir gerçektir. Ancak gelişmiş ülkeler de, sanayileşme süreci boyunca aynı aksaklık ve tecrübeleri yaşamışlardır. Gelişim süreçleri boyunca bazı maliyetlere katlanmak durumunda kalmışlardır. Fakat, nispeten yoksul kırsal bölgelerdeki üretim anlamında modernleşmeye geçişte daha fazla başarısızlıklar ve sorunlarla karşılaşılmaktadır. Bu bağlamda şunu söyleyebiliriz ki, gelişmiş l-

keler, gelişmekte olan ülkelere göre, globalleşme karşıtı faaliyetlerden kendilerini daha iyi koruyabilmektedirler. (Mishkin;2009;21)

- Globalleşen dünya insanları arasındaki –zellikle ulusal seçkin sınıf arasında- daha sık ve sıkı yaşanan ilişkiler ve bağlantılar, savaşların önlenmesinde daha etkin bir rol oynamaktadır. Kültürel homojenleşme eğilimleri olsa bile, bütün sosyo-ekonomik sınıflararası küresel bağlantısızlığın artması, insanlar açısından daha az devletçi ve milliyetçi bir eğilimi ortaya koymaktadır. En alt seviyelerde de olsa, global ekonomiyle ilişki içinde bulunan ülkelerde, sık sık etnik temelli sivil savaşlar korkusu yaşama güdüsünün gözlemlenmesi bir tesadüf müdür?

Toplumsal kaynakların paylaşımında piyasa güçlerine karşı, kolektif siyasi kontrolün stnlğine ve yararına dayanan felsefi tartışma, eskiden beri süregelmektedir ve asla bitmeyecektir de... Dünya bazında herhangi bir gözlem yaparsanız, globalleşmenin dünya ülkelerinin herbiri üzerindeki etkilerini görebilir ve hkmetler tarafından yapılan tercihlerin ekonomilerin, siyasetin ve sosyal yapıların globalleşmesini nasıl etkileyeceğini daha iyi anlayabilirsiniz.(Moises; 2009;31)

Son Finansal Krizin Medya Sektörüne Yansımaları

2009 küresel krizi öncesi yaşanan likidite bolluğunun tüm dünyada yarattığı ekonomik genişleme, birçok sektörde olduğu gibi, reklamcılık harcamalarına, dolayısıyla medya mecralarının genişleyip büyümesine de imkân tanımıştır. Zenithoptimedia’nın ve-

rilerine göre, 2006'da 440 milyar dolar dolayında olan dünya reklam harcamaları, büyümenin sürdüğü 2007'de 485 milyar dolara kadar çıkmıſtır. İlk yarısı, özellikle Asya'da büyümeyle geçen 2008'de ise reklam harcama temposu dſmekle birlikte 491,5 milyar dolar seviyesinde kalmıſtır. Bu anlamda, 2006-2007 döneminde % 7'ye yakın artan reklam harcamalarının krizin ABD'de baſ gösterip diğer merkez ülkelere ve giderek geliſmekte olan ülkelere yayılmaya baſladığı 2008'de ancak % 1,3 arttığı gzlemlenmiſtir.

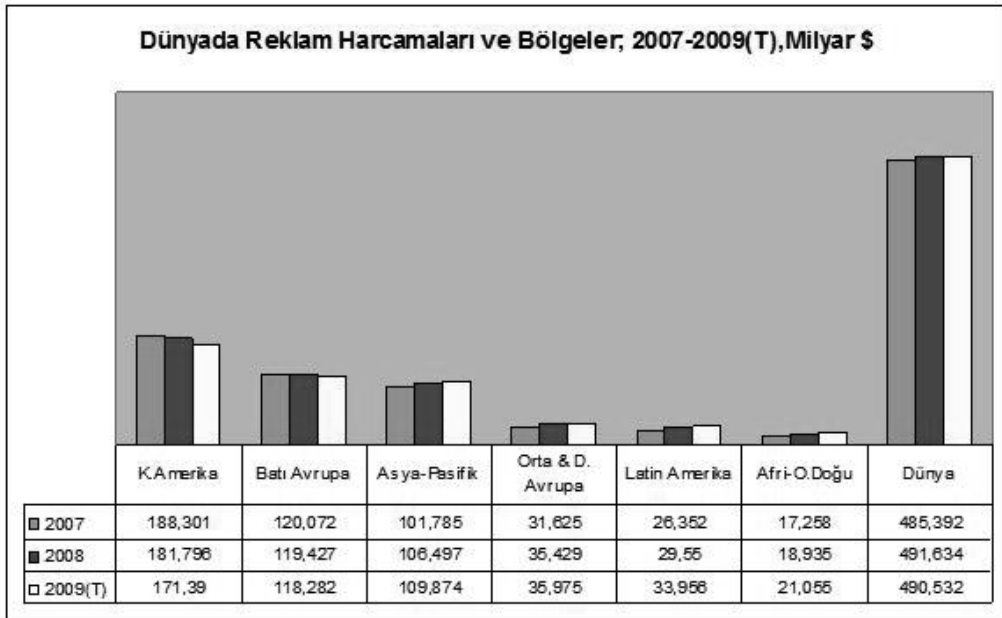
Zenithoptimedia, 2009 için reklam yatırımlarının artmayacağını, hatta % 0,2 daralacağını öngörmektedir. Bu, 2009'da dünya ekonomisinde, daralma ngren IMF tahminleri ile tutarlı bir öngörüdür .

Tahminler, reklamda daralmanın en çok Kuzey Amerika'da yaſanacağını ve pazardaki payı % 36'vı bulan Amerika'da 2009 da-

ralmasının % 6'ya yaklaſacağını ortaya koymaktadır. Reklamlardaki payı dörtte biri bulan diğer Merkez ülkelerin toplandığı Batı Avrupa'da da 2009 daralması % 1 olarak öngörülmektedir.

Dünyanın tamamında, ama özellikle reklam harcamalarının % 70'inden fazlasının yapıldığı merkez geliſmiſ ülkelerde reklamda daralma, tüm medya bileſenlerine de krizi taſıdı. Yazılı medyadan, elektroniğe, matbaacılıktan reklam-pazar araſtırma halkla iliſkilere, eſitli kültür endüstrilerine, hatta futbol endüstrisine kadar, reklam gelirleriyle yaſayan sektörlerde, gelir giriſi azalmıſtır.

Bu gelirin azalmasıyla ve tüketicinin belli tasarruflara gitmesiyle beraber, tüm dünyada, geniſ anlamda medya sektöründe de ciro kayıpları yaſanmaya ve sonuçta da personel azaltmalar, ücretten tasarruflar ve tensikatlar hızlanmaya baſlamıſtır. Resesvondan Subat 2009 sonuna kadar 3,6 mil-



Kaynak; Zenithoptimedia, Adspend forecast,

December 2008 <http://www.id.co.nz/86a1.page>- Eriſim: 19/05/2009

yon istihdam kaybına uğrayan ABD’de, medya alt sektöründe de 100 binden fazla tensikata gidilmiştir. Aynı tablo Avrupa için de geçerlidir. Hem yazılı medyada hem de elektronikte Avrupa’da ciddi işgücü tasarrufları ve emek üstünden kriz azaltıcı uygulamalara gidilmektedir. (<http://www.theaustralian.news.com.au/business/story/0,28124,25293277-36418,00.html-18/05/2009>)

Amerikan Medyası

Son finansal krizde medya sektörü de çok büyük bir yara almıştır. ABD’nin en büyük medya kuruluşlarından Tribune şirketi, iflasını ilan ederek koruma arayacağını bildirmiş; 13 milyar dolar borçta olduğunu belirten ve reklamlardaki düşüşe işaret eden medya kuruluşu, iflasını ilan eden ilk büyük gazete çıkaran şirket olarak kriz tarihine geçmiştir. Krizden en çok etkilenen gazetelerden olan New York Times, kaynak bulabilmek için ilk sayfasına reklam almış, hisselerinin bir bölümünü Carlos Slim’e satmıştır. Son olarak da Manhattan’daki binasının 19 katını satma kararı almıştır. 110 yıllık Christian Science Monitor basımını durdurmuş, böylece ülke içinde sadece dijital versiyona geçen ilk gazete ünvanını almıştır. The Washington Post yönetimi, ekonomik krizden sonra mali yük oluşturduğu gerekçesiyle, 36 yıldır yayınladığı kitap ekinin şubat ayından itibaren yayınlanmayacağını duyurmuştur. (http://www.ft.com/cms/s/0/12798a82-27ce-1100144feabdc0.html?nclick_check=15/02/2009)

ABD’de yayınlanan 507 gazetenin günlük hafta içi tirajı, 2007 yılına göre % 4.6 gerileyerek 38.1 milyon adede inmiştir. New York Times’ın ilan gelirleri 3’üncü çeyrekte % 18.5 gerilemiş, net kâr % 51.4 azalarak sadece 6.5 milyon dolar olmuştur. Bu se-

beple S&, New York Times’ın kredi notunu düşürmüştür. Bununla beraber, Wall Street Journal’ı bünyesine katan News Corp’un net kârı % 30 eriyerek 515 milyon dolara düşmüştür. Bu sebeple News Corp’un kurucusu Rupert Murdoch, “Bazı çalışanlarla yollarımızı ayıracağız. 2009 medya için daha zorlu geçecek. Küresel boyutta maliyetler yüzde 30 artarken, reklam pazarı % 30 daralıyor” açıklamasını yapmıştır (www.ft.com. “how to spend it, Reader survey, Corporate merger guide 2009).

Time, Fortune ve Sports Illustrated gibi dergileri bünyesinde bulunduran Time Inc’in reklam geliri % 8 azalarak 51 milyon dolara gerilemiş, Time Inc. 600 kişiyi işten çıkarmıştır.

Bünyesinde ABD’nin en çok satan gazetesini USA Today dahil olmak üzere 85 ulusal ve 800 yerel gazete barındıran The Gannet Company’nin üçüncü çeyrek geliri % 32.5 azalarak 158 milyon dolara gerilemiştir. Bu kayıpla beraber Gannet, 3 bin gazeteciyi işten çıkaracağını açıklamıştır. (www.ft.com. “how to spend it, Reader survey, Corporate merger guide 2009)

Los Angeles Times ve Chicago Tribune gazetelerinin çatı şirketi The Tribune Co’nun reklam gelirleri % 19 geriledi. Zarar 121 milyon dolara çıktı. Grup, 300 gazeteciyi işten çıkarma kararı aldı. 112 yıllık geçmişi olan Seattle Times’ın tirajı 1 ayda % 7.7 düştü. Çalışan sayısında yüzde 10 daralma kararı verildi. 150 gazeteci işten çıkarıldı. 100 yıllık Christian Science Monitor gazetesi, haftalığa döndü. Güncel haberlerin sadece internet platformunda yayınlanacağını açıkladı.

İngiliz Medyası

İngiltere’nin en yüksek tirajlı akşam gazete-

lerinden Evening Standart'ın % 76'lık hissesi, Aleksandr Lebedev tarafından 1 dolarlık sembolik bir ücret karşılığında satın alınmıştır. Kriz, tabloid boya geçmek isteyen gazeteler için de çare olmadı. The Independent'in günlük tirajı 5 yıl önce 218 bin ortalamaya sahipken; 2008 Aralık ayında ise 144 bin seviyesine gerilemiştir. Küçülen The Guardian ve The Times'in da tirajları aynı oranda düştü. Daily Mirror'ı çatısı altında barındıran ve 60'a yakın yerel gazetesi olan Trinity Mirror grubu gider bütçesini yüzde 50 daraltma kararı alarak bu konuda İngiltere'de bir ilk olmuştur. Bu süreç içinde İngiltere'de medya sahipliği kanunlarının da değiştirilmesi yoluna gidilmiştir. Satın alma ve birleşmeleri zorlaştıran yasal engellerin kaldırılması, böylece küçük gazetelerin satılmasının kolaylaştırılıp iflasların önlenmesi amaçlanmaktadır. (www.ft.com. "how to spend it, Reader survey, Corporate merger guide 2009)

Diğer Ülkeler

Lübnan'ın İngilizce yayımlanan tek gazetesi The Daily Star, mali sorunlar nedeniyle kriz döneminde kapatılmıştır. Kemal Mroue tarafından 1952 yılında kurulan ve Arap dünyasında İngilizce yayımlanan nadir gazetelerden biri olan The Daily Star'ın Lübnan'daki bir bankaya 700 bin dolar

borçlu olduğu belirtilmiştir. Kuveyt'te Araçça yayın yapan Assawt gazetesi de yayın hayatına son vermiştir. Öte yandan krizden korunmak için bazı medya grupları da farklı önlemler alma yoluna gitmiştir. Avustralyalı medya kuruluşları birlik olup kağıt alımlarında ortak hareket etme kararı almış, bir pazarlık bloğu oluşturan News Limited, Fairfax Media, APN News ve West Australian grupları dünyanın en büyük gazete kağıdı üreticisi olan Norske Skog ile masaya oturmuştur. Bu anlaşma çerçevesinde haftada toplam 17 milyon adet gazete basan gruplar, Norveçli Norske Skog'u "sabit kurdan kağıt alımı için" anlaşmaya ikna etmiştir. Anlaşmaya göre; 10 yıllık anlaşma süresince, kur her yıl sadece yüzde 7 aralığında dalgalanacaktır. 2008/2009 finansal dönemini kapsayan fiyat anlaşması 1 Temmuz 2008'de imzalanmıştır. (http://www.ft.com. "how to spend it, Reader survey, Corporate merger guide 2009)

Türkiye'de Medya Sektörü Krizden Nasıl Etkilendi?

2008 öncesi dünyasının likidite bolluğunun rüzgarı ile 2002 sonrası bir büyüme trendi içine girip, yıllık yüzde 7'lik büyümelerle altın çağlarını yaşayan Türkiye, 2008'e kadar reklamda ve medyada yükseliş göster-

Türkiye'de Tüketim ve Reklam Harcamaları (Cari Fiyat-Milyon TL)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Özel Tüketim Harcamaları	238.399	324.016	298.559	465.402	534.849	604.682	334.211
Reklam Harcamaları	1081	1319	1831	2249	2756	3308	1739
Reklam/Tüketim (%)	0,45	0,41	0,46	0,48	0,52	0,55	0,52

Kaynak: Mustafa Sönmez, Küresel krizde medya ve yeniden filler savaşı,
http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=22351

miştir. Reklamcılar Derneği ve TÜİK verilerine göre, 2002-2007 büyüme döneminde tüketim harcamaları arttıkça reklam harcamaları da yükselmiş, 2002'de özel tüketim harcamalarının % 0,45'i olan reklam harcamaları 2007'de 3,3 milyar YTL ile % 0,55'e kadar çıkmıştır. (Sönmez, http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=22351-14/06/2009)

Ekonominin tempo kaybetmeye başladığı 2008'in ilk yarısında ise reklam harcamalarının tüketime oranı % 0,52'ye gerilemiştir. Yılın tamamında ise oranın % 0,50'nin altına düşebileceği tahmin edilmektedir. (Sönmez, http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=22351-14/06/2009)

2007'de, Türkiye ekonomisinin inişe geçmesine büyük krizin etkilerinin eklenmesiyle, Türkiye'de büyüme, bağlı olarak da reklam yatırımları 2008'den başlayarak azalmıştır. Bu durum, anında, gelirlerinin yüzde 80'ini reklamdan sağlayan Türk medya sektöründe de hızlı bir inişe sebep olmaktadır.

2008 reklam yatırımlarını, ilk yarıda 1,7 milyar TL olarak açıklayan Reklamcılar Derneği'nin bu verisi dikkate alındığında, ikinci yarıda ciddi bir büyüme kaybına uğrayan ekonomide, yıllık harcamaların 3 milyar TL'nin altına düşmüş olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu da, 2008'de Türkiye reklam yatırımlarının ekonomik daralma ile tempo kaybettiğini söylememize imkân vermektedir. 2009 için IMF'in % 1,5 küçülme öngördüğü Türkiye ekonomisinde, reklam yatırımlarının da azalacağını ve bunun bütün etkilerinin medya sektöründe hissedilmeye başladığını, daha çok da hissedileceğini söylememiz mümkündür. (<http://www.iaatram.com/detay.asp?CatID=1&SubCatID=1&ID=44-28/06/2009>)

IAA (Uluslararası Reklamcılar Derneği) raporuna göre, 2009 yılında ise televizyonun mecra pazar payının % 48,2'ye gerilediği görülürken, bunu % 28,6 ile gazeteler, % 7,1 ile internet, % 7 ile açıklhava reklamları, % 3,3'er oranla radyo ve sinema, % 2,6 ile dergiler takip etmektedir. Rapora göre Türkiye reklam pastası 2008'in 4. çeyreğinde % 17 küçülürken, en önemli gerileme % 20'lik oran ile gazete, % 17 ile televizyon ve yüzde 16,6 ile dergide görülmüştür. (<http://www.marketingturkiye.com/yeni/Haberler/NewsDetailed.aspx?id=131-07/05/2009>)

Sektörlere göre medya yatırımlarına bakıldığında, 2008'in son çeyreğinde ilk 10 reklam veren sektörünün 7'sinin yatırımlarını kısıtđı görülmektedir. Finans sektörü % 55'lik düşüşle en keskin daralan sektör olurken, onu sırasıyla % 33 ile inşaat, % 30 ile elektronik ev eşyası sektörü izlemiştir. 2009 yılının ilk çeyreğinde toplam mecra yatırımları % 24,8 azalmıştır. En yüksek düşüş ise % 40 oran ile dergi mecrasında gerçekleşirken, dergiyi % 27,3 ile televizyon ve % 25,6 ile gazete izlemektedir. (<http://www.iaatram.com/detay.asp?CatID=1&SubCatID=1&ID=44-19/05/2009>)

Reklamda mecra tercihleri anımsandığında, TV'nin yüzde 53, gazetelerin yüzde 30 pay sahibi olduğu görülmektedir. Bu da krizin, medyanın alt-sektörlerinde nasıl yaşandığını ve yaşanacağını yeterince ifade etmektedir.

TV'lerin en çok izlenen kuşağı dizilerdir. Dolayısıyla, azalan reklam harcamaları, öncelikle TV'lere dizi üreten yapımcı şirketleri etkilemiştir. Dizilerde tasarrufa gidilirken alıcı TV'ler, yapımcı-tedarikçi firmalara daha dikte edici şartları yakalamış, bütçe daraltmış, dizi firmaları da, daha düşük maliyetle üretmek adına, çalışanlara yükü bindi-

riilen gayri-insani üretim biçimlerine yönelmişlerdir.

Yazılı basında gazete sayfa sayısı ve personel azaltılırken, dergicilikte de büyük daralmalar yaşanmış, haftalık haber dergileri 15 günlük periyotlarla yayınlanmaya başlamıştır. Bazı yayın projeleri ise ertelenmiştir. Doğuş Grubu özelleştirmeden satın aldığı Kral TV'yi yeni bir popüler kanal yapma niyetini askıya almış, Ciner Grubu da yeni bir gazete projesine ancak Şubat sonunda start verebilmiştir.

Reklam havuzundan, gerek naklen yayınla gerekse sponsorluklarla en büyük paylardan birini alan futbol endüstrisinin de kısa sürede reklam gelirlerinin azalması ve krizden payına düşeni daha fazla alması kaçınılmaz.

Finans sektöründe olduğu gibi medya sektöründeki ilk toplu işten çıkarma haberi Akşam gazetesinin de bağlı olduğu Türk Medya Grubu'ndan geldi. Akşam Gazetesi, Tercüman Gazetesi, Güneş Gazetesi, Sky Türk televizyonu ve dergilerin bağlı olduğu Türk Medya'dan Ekim 2008'de yaklaşık 400 kişinin işine son verildi. Dergilerin ve gazetelerin sayfa sayıları azaltıldı. Aynı grup bünyesindeki DigiTurk ve Turkmax'dan ise toplam 100 kişi işten çıkartıldı.

Ciner Grubu'na ait Kanal 1 ve Habertürk televizyonundan Kasım 2008'de aralarında kameraman, montajcı, resim seçici, ışıkçıların da bulunduğu 30 kişinin işine son verildi. Doğuş Grubu ise TMSF (Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu)'den satın aldığı Kral TV'deki 172 kişinin işine son verdiğini açıkladı.

Aralık 2008'de bir toplu işten çıkarma haberi ise TV8'den geldi. Yaklaşık 50 kişinin işine son verildiği medya sitelerinde yer alırken, Fox kanalı da 40 kişinin işine

son verdi. İpek Koza Grubu'nun Tuncay Özkan'dan satın aldığı Kanaltürk televizyonu da 2008'in Kasım ayında 60 kişiyi işten çıkardığı duyuruldu.

Milliyet tasarruf tedbirleri çerçevesinde İK ve Taktik eklerini kapatmaya karar verdi. İnsan kaynakları eki İK ve iddaa-spor eki Taktik eklerinin yayınına son verildi. Tıpkı Milliyet gibi Doğan Grubu bünyesinde yer alan CNN Türk Televizyonu'ndan da 20'ye yakın kişinin işine son verildiği kaydedildi. (www.medyatava.com; 15/02/2009)

Maaş kesintilerinin yanı sıra 'küresel kriz' medya iş kolunda 1980'den sonra gerçekleşen en önemli grev kararına da sekte vurmuştur. 1980 sonrasında TGS tarafından çeşitli tarihlerde alınan grev kararlarının ikisi hariç hepsi, sonradan anlaşma sağlandığı için uygulanmamıştır. Diğeri ise, Cumhuriyet gazetesinde 6 Eylül 2005 tarihinde başlatılan grev. Ancak, Cumhuriyet gazetesindeki fiili grev kararı yetersiz üye desteği nedeniyle kağıt üzerinde kalmıştır.

Turkuvaz Medya Grubu'na ait ATV ve Sabah gazetesi ile dergilerinde 2008'de başlayan grev, 'küresel kriz nedeniyle iş bula-mama' endişesi taşıyan çalışanlar yüzünden minimum katılımla sınırlı kalmıştır. İşkolundaki tek yetkili sendika olan TGS (Türkiye Gazeteciler Sendikası) 1990'ların başlarında Milliyet, Hürriyet, Tercüman, Cumhuriyet, Günaydın, Tan, Ekonomik Bülten, Anadolu Ajansı, Çağdaş Yayıncılık, Güneş, Hürgün, İdeal Yayıncılık, Daily News, Anka Ajansı, Yeni Gün Haber Ajansı gibi Türkiye'nin önde gelen basın kuruluşlarında örgütlü iken, bugün sadece Anadolu Ajansı, Anka, Cumhuriyet, Sabah ve ATV'de örgütlüdür. (http://www.tgs.org.tr/index.php?option=com_content&task=blogsecti-on&id=9&Itemid=48; 29/06/2009)

Resmi istatistikler, 15 bin 762 kişinin istihdam edildiği işkolunda sadece 4 bin 550 kişinin sendikalı olduğunu gstermektedir. Ustelik sendikalı bu gazetecilerin yarısından daha azı toplu iş sözleşmesi hakkında yararlanabilmektedir. Son olayda görüldüğu gibi bu hakkı elde eden az sayıdaki çalışan da 'küresel kriz' korkusuyla greve katılmamaktadır. (<http://www.dunyagazetesi.com.tr/haber.asp?id=54099&cDate=-28/05/2009>)

Sonuç

Bir süreç olarak küreselleşme, ekonomik sınırların giderek yok olduğu, işletmelerin çevrelerinin hızla genişlediği ve daha karmaşık ve stratejik bir yapıya kavuştuğu, ekonomik faaliyetlerin yeniden yapılandığı ve serbestleştiği, ticari sınırlamaların ortadan kalktığı, ürün ve sermaye dolaşımının uluslar arası piyasa koşulları ve piyasa aktörleri tarafından tayin edildiği, teknoloji transferinin en üst düzeyde olduğu bir değişim süreci olarak tanımlanmaktadır.

Küresel ekonominin çok büyük bir parçasını, artık ulusötesi şirketler kontrol etmekte olsalar da hala büyük ölçüde kendi ülkelerine bağımlıdır. Fortune listesindeki 100 ulus ötesinin incelendiği, en iyi çalışmalarından birine göre, bunların hepsi üzerinde kuruldukları ulus devletlerin özel müdahalelerinden yararlanmaktadırlar. Kriz süresince 100 şirketin 20'si tamamen çökmekten devlet müdahaleleri sayesinde kurtulmuştur. Bu demek oluyor ki şirketler, kendi ulus devletlerinin hükümetine ve halktan alınan yardımlara çok ihtiyaç duymaktadırlar. Örneğin en çok ulusötesi şirketin bulunduğu ABD'de bu şirketlerin tamamı Pentagon ve diğer kaynaklar yoluyla elde edilen desteklere bağımlıdır.

Son finansal kriz de yaşattığı sonuçlar

itibarıyla bunu doğrular niteliktedir. Merkez Bankası eski Başkanı Gazi Erçel'e göre Amerika bazlı bu finansal krizin dünyaya faturasası 20 trilyon dolardır. Türkiye'nin payına düşen ise 30 milyar dolardır.

Türkiye'de de Akbank'la başlayan ardından finans sektöründeki diğer oyunculara da sıçrayan kriz, otomotiv, tekstil, perakende başta olmak üzere reel sektörü de vurmuştur. Bu durumdan medya sektörü de payını almıştır.

Haberin meta, okurun da müşteri olarak görüldüğu anlayışın yerleşmesiyle basın, büyük sermayenin kendi çıkarlarını tehdit edebilecek gruplar ve siyasi iktidar üzerinde baskı kuracağı bir güce dönüşmüştür. Gazetecilik iş kolunda sigortasız işçi çalıştırılması, gerçek ücretin pek azının bordroda gösterilerek SSK primi ve vergi kaçakçılığı uygulamaları devam etmektedir. Basındaki bir avuç yıldız yöneticinin dışında geri kalan geniş kitle yaşamını ancak sürdürülebilmektedir.

Kasım ayında başlayan ve sistematik olarak devam 'küresel kriz' kaynaklı tenkisatlar, medyada hâlâ devam etmektedir. Tenkisatların olmadığı basın işletmelerinde ise çalışanlara yine 'kriz' gösterilerek zam yapılmamakta, hatta Dünya Gazetesinde olduğu gibi maaşlardan yüzde 15 oranında kesinti gerçekleşmektedir. Bu da 'bir avuç yıldız yöneticiyle geri kalan geniş kitle arasındaki yaşam standardındaki makası daha da açmıştır.

Kaynakça

Acar, Mustafa, "Ekonomik, Siyasal Ve Sosyal Kültürel Boyutlarıyla Küreselleşme: Tehdit Mi, Fırsat Mı?", **Liberal Düşünce Topluluğu Dergisi** ,Sayı 25-25, 2008.

Aktan, C.C.,Sen H., **Globalleşme; Eko-**

nomik Kriz Ve Türkiye, Topyn Yayınları, Ankara, 1999.

Atılđan, Semra, **Basın İşletmeciliği**, Der Yayınları, No, 234, İstanbul, 1998.

Beukema, Leni And Harry Coenen, “*Global Logistic Chains As A Result Of Local Processes*”, **Globalism/Localism At Work**, Edited By Leni Beukema- Jorge Carrillo, Research In The Sociology Of Work, Volume 13, Elsevier, 2004.

Friedman, Thomas, **Lexus Ve Zeytin Ağacı, Kreselleşmenin Geleceği**, Cev.:Elif zsayar. Boyner Yayınları, 1999.

<http://www.ft.com>. “*How To Spend It, Reader Survey, Corporate Merger Guide*” 2009. Erişim 18/04/2009

http://www.ft.com/cms/s/0/12798a82-27ce-11de-900144feabdc0.html?nclick_check=1 Erişim 15/02/2009

<http://www.dunyagazetesi.com.tr/haber.asp?id=54099&cDate=> Erişim 28/05/2009

<http://www.iaa.tram.com/detay.asp?CatID=1&SubCatID=1&ID=44> IAA Medyada Kriz Raporu 2008

<http://www.marketingturkiye.com/yeni/Haberler/NewsDetailed.aspx?id=13107> Erişim: 19/05/2009

<http://www.medyatava.com>, Erişim 15/02/2009

http://www.tgs.org.tr/index.php?option=com_content&task=blogsecton&id=9&Itemid=48 Erişim: 19/05/2009

<http://www.theaustralian>.

news.com.au/business/story/0,28124,25293277-36418,00.html – Erişim 18/05/2009

Mishkin, Frederic S. “*Globalization, Macroeconomic Performance, And Monetary Policy*”, **Journal Of Money, Credit And Banking**, Vol. 41, No. 1, February 2009.

Moiss, Nam, “*Globalization*”, **Foreign Policy**, Issue 171, Mar/Apr2009.

Raquel Edith Partida Rocha, “*Effects Of The Globalization On The Workers Of The Electronics Cluster In Jalisco, Mexico*”, **Globalism/Localism At Work**, Edited By

Leni Beukema- Jorge Carrillo, Research In The Sociology Of Work Volume 13, Elsevier, 2004.

Saraoğlu, B., “*Küresel Krizler Ve Türkiye İbracatının Geleceği*” **İgeme Dergisi**, Nisan/haziran 1999.

Steger, Manfred B. **Globalization:A Very Short Introduction**, Oxford University Press, 2004.

Sönmez, Mustafa, **Küresel Krizde Medya ve Yeniden Filler Savaşı**,

http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=22351

Wright, Robert, “*Will Globalization Make You Happy?*”, **Foreign Policy**, September/October 2000.

Zenithoptimedia, Adspend forecast, December 2008 <http://www.id.co.nz/86a1.page> Erişim: 19/05/2009