

**ULUSLARARASI  
İKTİSADİ VE İDARİ  
BİLİMLER DERGİSİ**

ISSN:2602-2184

**Fırat Üniversitesi  
ULUSLARARASI İKTİSADİ  
VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ**



**CİLT/VOLUME: 7  
SAYI/NUMBER: 2  
ARALIK/DECEMBER-2023**

**ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ**

*INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE  
SCIENCES*

**CİLT/VOLUME: 7 SAYI/NUMBER: 2 DECEMBER/ARALIK-2023**

**SAHİBİ/OWNER**

Prof. Dr. Kürşat ÇELİK  
Fırat Üniversitesi İİBF Dekanı

**EDİTÖRLER/EDITORS**

Doç. Dr. Emre ÜNAL  
Dr. Öğr. Üyesi İsmail KAVAZ

**İLETİŞİM ADRESİ/COMMUNICATION ADDRESS**

Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı/Elâzığ

**Tel:** 0 424 233 27 65 **Faks:** 0 424 218 85 65 **Mail:** iibfdergifirat@gmail.com

**BASKI/PRINTED BY**

Fırat Üniversitesi Basımevi

**ISSN: 2608-2184**

**YAYIN KURULU**  
(PUBLICATION BOARD)

Prof. Dr. Kürşat ÇELİK	Fırat Üniversitesi
Prof.Dr. Kenan PEKER	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu ÖZCAN	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Wawrzyniec CZUBAK	Poznan University
Prof. Dr. Rezhen HARUN	University of Sulaimani
Prof. Dr. Ramona LİLE	A.Vlaicu University of Arad
Prof. Dr. Felix ARION	University of Cluj-Napoca
Prof. Dr. Rifat BİLGİN	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Emre ÜNAL	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Abdunnur YILDIZ	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Pastorel GAŞPAR	A.Vlaicu University of Arad
Doç. Dr. Vintilescu AJEB	Bucura Universty
Doç. Dr. Teodor CİLAN	A Vlaicu University of Arad
Doç. Dr. Vintilescu BELCIAJ	Bucura Universty
Doç. Dr. Adrian SIMON	George Emil Palade University
Dr. Öğr. Üyesi İsmail KAVAZ	Fırat Üniversitesi

## İNDEKSLER



*Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi;* Arastirmax, İdealonline, ResearchBib, Asos Index, Google Scholar, Cite Factor, Journal Factor, ROAD, Bielefeld Academic Search Engine (BASE), Cosmos IF, Directory of Indexing and Impact Factor (DIIF), Rootindexing, Erih Plus, Sindexs, DOI Crossref ve Dergipark tarafından indekslenmektedir.

**DANIşMA KURULU**  
**(ADVISORY BOARD)**

Prof. Dr. Muhittin ATAMAN	Ankara Sosyal Bilimler Üni.
Prof. Dr. Abdullah ÇELİK	Harran Üniversitesi
Prof. Dr. Abdulah TAŐKESEN	Bingöl Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Hamdi AYDIN	K. Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet AY	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ	Bingöl Üniversitesi
Prof. Dr. Alexandru POPA	A.Vlaicu University of Arad
Prof. Dr. Arzu KARACA	Munzur Üniversitesi
Prof. Dr. Codruta STOICA	A.Vlaicu University of Arad
Prof. Dr. Enver ÇAKAR	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Fehmi KARASIOĞLU	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim YILMAZÇELİK	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. İlknur ÖNER	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Kerem KARABULUT	Ağrı İbrahim Çeçen Üni.
Prof. Dr. Mukadder BOYDAK ÖZAN	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Murat AKTAŐ	MuŐ Alparslan Üniversitesi

Prof. Dr. Murat ÇAK	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Murat DEMİR	Harran Üniversitesi
Prof. Dr. Murat SUNKAR	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer AYTAÇ	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer Osman UMAR	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Ramona LİLE	A.Vlaicu University of Arad
Prof. Dr. Recep KARABULUT	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Saadettin TONBUL	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Sayım YORGUN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Selma KARATEPE	İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Tarık ÖZCAN	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Veysel EREN	Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Yakup BULUT	Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel ARSLANTAŞ	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Zahir KIZMAZ	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Erkan Turan DEMİREL	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Tuncay YILMAZ	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Sinem YILDIRIMALP	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Abdurrahman BENLİ	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Emel İSLAMOĞLU	Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Feriz İZCİ	Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Prof. Dr. Ferruh TUZCUOĞLU	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. İdris SARISOY	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Murat TUNCER	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. İzzet TAŞAR	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. A. Sırrı YILMAZ	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Bora YENİHAN	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Brigita STANİKUKIENE	Kaunas University of Tech.
Doç. Dr. Doğa Başar SARIİPEK	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Hasan UZUN	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Handan KARAKAYA	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Nurcan YÜCEL	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Özcan DEMİR	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Pastorel GAŞPAR	A.Vlaicu University of Arad
Doç. Dr. Adrian SIMON	George Emile Palade Uni.
Doç. Dr. Vintilescu AJEB	Bucura University
Doç. Dr. Vintilescu BELCIAJ	AJEBucura University
Doç. Dr. Teodor CILAN	A.Vlaicu University of Arad

**BU SAYININ HAKEMLERİ**  
(REFEREES FOR THIS ISSUE)

Prof. Dr. Rasim Özgür DÖNMEZ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Tayfur BAYAT	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Kürşat ÇELİK	Fırat Üniversitesi
Doç Dr. Cem AYDEN	Fırat Üniversitesi
Doç Dr. Gül ARIKAN AKDAĞ	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Onur ÖZÇELİK	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Celalettin UZUN	Bingöl Üniversitesi
Doç. Dr. Hasan UZUN	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Osman AĞIR	İnönü Üniversitesi
Doç. Dr. Seçkin Barış GÜLMEZ	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Özcan DEMİR	Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Erdinç KOÇ	Bingöl Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sacit SARI	Munzur Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Şükrü YUSUFOĞLU	Fırat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat İNAN	Abdullah Gül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yusuf GÖR	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Göktuğ ŞAHİN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet AYDIN	İstanbul Nişantaşı Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aslı ARSLAN	Fırat Üniversitesi
Dr. Muhammet Burak DELİBAŞ	Bingöl Üniversitesi



## ÖNSÖZ

Akademik dergilerin temel amacı, bilim insanlarının araştırma sonuçlarını, bulgularını, fikirlerini ve tartışmalarını diğer bilim insanlarıyla paylaşmasını sağlamaktır. Bu sayede, bilimsel bilgi üretimi, yayılımı ve gelişimi mümkün olur. Akademik dergiler, aynı zamanda, araştırmacıların kendi alanlarında tanınmasını, saygınlık kazanmasını ve akademik başarı elde etmesini de sağlar. Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, bu amaçlara hizmet etmek için yayın hayatına başlamıştır.

Akademik dergilerin kalitesi, etki faktörü ve saygınlığı, büyük bir özveri ve çabanın neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bilimsel dergilerin etki faktörü, atıf sayısı ve indekslenme durumu, bilimsel veri tabanlarında yer alması, kalitesinin her geçen gün daha ileriye gittiğinin göstergesidir. DergiPark sistemi içerisinde yer alan dergimizin bu başarıyı kazanmasında dergi editör ekibinin ciddi çaba ve gayreti vardır. Dergimizin yayın formatı, yayın ilkeleri, yayın periyodu, editörler kurulu ve hakemlik süreci net bir şekilde belirlenmiş ve web sayfamızda duyurulmuştur. Dergimiz, bilimsel araştırma ve yayın etiğine uygun olarak çalışmaktadır. Dergimizde intihal, veri manipülasyonu ve yazarlık hakları ihlali ciddi şekilde denetlenmektedir. Dergimize gelen yazılar, ULAKBİM tarafından takip edilen kör hakem uygulaması ile editör kontrolü ve hakem süreçlerinden geçmekte olup bu faaliyetlerin neticesinde, dergimizde bu sayı ile birlikte yayınlanacak makaleler, DOI numarası olarak yayınlanacaktır.

Bu sayımızda; Murat İNAN'ın "Do Turkish Political Parties Pledge in Line With Their Party Family Ideologies? A Quantitative Analysis of Turkish Political Parties' Manifesto Documents", Kürşat ÇELİK'in "İklim Değişikliğine Adaptasyon İçin Trbl Bölgesinin Tarımsal Üretim Verilerinin Değerlendirilmesi", Dilşad GÜZEL, Tuba ŞİMŞEK, Fatma Gül YAZICILAR SOLA'nın "Hizmet Kalitesi ve Fiyat Algısının Müşteri Memnuniyeti Ve Sadakati Üzerindeki Etkisi: Erzurum'da Faaliyet Gösteren Güzellik Merkezleri Üzerine Bir Araştırma", Muhammed Fatih CEVHER'in "Metaverse ve Pazarlama: Dijital Dönüşümün Yeni Boyutları", Galip BAYEZİT, Mehmet TAN'ın "Devlet: Siyaset Sosyolojisi Ekseninde Kuramsal Bir Değerlendirme", İzzet TAŞAR, Şeydanur NAMLI'nın "Türkiye'de Kadınların İşgücü Piyasasına Dahil Olmama Nedenlerini

İncelenmesi”, Bahadır İKİCAN’ın “Justinianus Vebası: Siyasi, Ekonomik ve Sosyal Etkileri”, Mehmet Erkan KILLIOĞLU’nun “Uzayın Ticari Amaçlı Kullanımı ve Uzay Güvenliğinin Özelleştirilmesi”, Hasan UZUN, Çağrı YİĞİT’in “Ulusların Kendi Kaderini Belirleme (Self Determinasyon) Aracı Olarak Dijital Diplomasi” adlı makalelerine yer verilmiştir.

Derginin Aralık 2023 sayısının yayınlanmasında bilimsel çalışmaları ile katkı sunan yazarlara, hakemlere, editörlerimiz ve yayın kurulu üyelerimiz ile emeği geçenlere teşekkür ederim.

**Prof. Dr. Kürşat ÇELİK**  
**Fırat Üniversitesi İİBF Dekanı**



<b>Mehmet Erkan KILLIOĞLU</b> UZAYIN TİCARİ AMAÇLI KULLANIMI VE UZAY GÜVENLİĞİNİN ÖZELLEŞTİRİLMESİ ( <i>Commercial Usage of Space and Privatization of Space Security</i> ).....	<b>191</b>
<b>Hasan UZUN, Çağrı YİĞİT</b> ULUSLARIN KENDİ KADERİNİ BELİRLEME (SELF DETERMİNASYON) ARACI OLARAK “DİJİTAL DİPLOMASİ” ( <i>Self Determination of Nations “Digital Diplomacy” As A Tool</i> ).....	<b>217</b>
<b>Yayın İlkeleri</b> ( <i>Public Principles</i> ).....	<b>242</b>

**DO TURKISH POLITICAL PARTIES PLEDGE IN LINE WITH  
THEIR PARTY FAMILY IDEOLOGIES? A QUANTITATIVE  
ANALYSIS OF TURKISH POLITICAL PARTIES'  
MANIFESTO DOCUMENTS**

**Murat İNAN<sup>1</sup>**

Geliş Tarihi: 18/08/2023

Kabul Tarihi: 25/09/2023

**ABSTRACT**

In the Western political science literature, modern political parties are grouped into party families, i.e., social democrat, socialist, communist, Christian democrat, liberal, radical, conservative, farmer-peasant, right-wing extremist, regional-ethnic parties and environmental movements. Categorizing a large number of political parties into a small number of party families is important not only for scientific reasons but also for practical ones. A correct categorization would help voters to better evaluate political parties and make more conscious voting decisions. Nevertheless, despite its central importance, the party family is one of the least empirically researched topics in the political science literature. More specifically, the literature on party family particularly lacks sufficient empirical investigations into the link between parties' issue positions and their family locations. Moreover, to my knowledge, no previous study has investigated to what extent the Western party family phenomenon able to group political parties in a non-Western country. In order to fill this gap, this study aims to answer the following research question: Do Turkish political parties' issue positions, as revealed in their manifesto documents, align with their expected party family locations? Answering this research question I hypothesize that Turkish political parties' issue positions do not correspond to their expected party family locations. Results of the empirical analysis of the Manifesto Project data largely supported this hypothesis and one can now safely argue that Turkish political parties do not pledge in line with values suggested by the Western party family categorization.

**Keywords:** Political Parties, Party Family, Issue Positions, Ideology, Turkish Politics.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Gül Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Siyaset Bilimi Anabilim Dalı, murat.inan@agu.edu.tr, ORCID NO: 0000-0001-7554-6217.

## INTRODUCTION

In the mid-twentieth century, it was projected that, owing to higher levels of global wealth and democracy, ideology-based revolutionary movements would not be able to attract anymore the interest of the masses and this would bring an end to ideologies. This argument was further reinforced by the dissolution of the Soviet Union by the end of the century. Some theorists went too far to argue that humankind reached its ideological peak, the rules of Western liberal democracy were universalized, and this is the end of the history (Bell, 1965; Fukuyama, 2006). In this scenario, the traditional economic left/right divide was expected to blur, and traditional party families to retire. These predictions were realized to a certain extent. Although it did not disappear completely, the traditional economic left/right divide weakened. New fault lines, which were drawn by new values, ethnic/religious concerns, emerged. The traditional economic left was replaced by many minor left-wing ideologies, including radical left, left-wing liberal, left-socialism, green, environmentalist, feminist and anti-nuclear movements. These new left movements did not wholeheartedly support the traditional arguments of the left, i.e., state control of the economy, abolition of social and economic hierarchies and workers' rights. On the other hand, social democrats and third-way movements centralized, gained popular support, which brought electoral success and governed some very important countries in Europe. On the right side of the spectrum, Otto Kirchheimer's catchallization prediction was largely realized. Many right-wing nationalist and conservative parties were freed from their ideological baggages and centralized. The ideological vacuum at the extremes was filled with some anti-immigrant parties all over the Europe. Neo-liberal economic policies left millions defenceless, which allowed these parties to connect with the masses. Furthermore, together with the third wave of democracy, pressure on ethnic and religious identities eased, and many micro-nationalist, ethnic, religious and single-issue parties emerged. Last but not least, individualization, which emerged as a result of enhanced opportunities in communication and transportation technologies, weakened commitment to ideologies. Class voting and, to a lesser extent, religious voting declined (1988; 1996; Elff, 2007; Franklin, Mackie and Valen, 2009; Clark and Lipset, 1993; Amini, 2017; Przeworski and Sprague, 1986).

These developments are expected to decline the explanatory power of the traditional party family phenomenon in the West. Expectedly, this decline is even more dramatic in a non-Western country like Türkiye. A line of research on Turkish politics has long been arguing that the main ideological divide in the Turkish electorate does not follow the line between the economic left and right but one between secularist and pro-Islamist which overlaps with the historical divide between the centre and the periphery and another one between the dominant Turkish identity and other ethnic identities. Yet, the party level divides on policy issues in Türkiye remained largely unstudied (Mardin, 1973; Çarkoğlu and Hinnich, 2006; Kalaycıoğlu, 1994; Göle, 1997).

All the above-mentioned developments and country-specific conditions required bringing the following question to the research agenda: Do Turkish political parties pledge in line with their expected party family locations? My hypothesis is that, as a result of above-mentioned global trends as well as mismatch between the dominant issues of Türkiye and those of the West, the classification of Turkish parties with traditional party family borderlines drawn by the literature on Western politics is problematic and therefore, Turkish political parties' issue positions barely correspond to their party family locations. Türkiye is an important country to investigate this topic owing to its special features such as its Asian roots and Muslim population which from time to time distance it from the Western world, yet, on the other hand, a long tradition of liberal economy as well as industrialization, democratization and Westernization agendas, which make it open to Western economic and political influences.

This paper has been organized in the following way: The next section gives a brief overview of the literature on party families. It mainly presents theoretical discussions on the categorization of political parties into party families. The third section presents the data and the method used. The fourth section presents mean party positions on thirteen important issues in politics. The last section focuses on discussing the reasons underlying mismatch between Turkish political parties' ideological and issue positions and their family positions.

## **1. POLITICAL PARTY FAMILIES AND THEIR BASIC CHARACTERISTICS**

Several research projects attempted to investigate the party family phenomenon, including Rokkan (2009), Gallagher (1995), Gallagher, Laver and Mair (2011), Mair and Mudde (1998), McHale (1983), Seiler (1980) and Beyme (1985). Gallagher, Laver and Mair (2011) in their categorization of parties into party families proposed three criteria. The first one is the 'genetic origins' of parties. Particularly in the Western Europe, political parties followed a bottom-up foundation process. Trade unions, employer unions or farmer-peasant movements transformed into political parties to take a more active role in politics. Thus, by looking at their grassroots, one can easily decide which party family a political party belongs to. The second criterion is transnational links. Transnational cooperation established by political parties in Western Europe can be examined in two categories. The first one is the European Parliament party groups, i.e., liberal, Christian Democrat, green and socialist. Particularly after the 1980s, inter-group competition escalated and parties became more loyal to their party family groups in the EP (Mudde, 2002). Apart from the EP party groups, parties can also cooperate with other parties from outside the Europe. The Socialist International is one of the best-known examples of such international liaisons. Thus, either EP or non-EP links manifest parties' party family locations. According to Gallagher and his co-authors, the last criterion to group party families in Europe is party policies. One can also easily decide party family locations by looking party polies (Michels, 1911/2010; Duverger, 1954/63; Lipset and Rokkan, 1967; Von Beyme, 1985; Mudde, 2002). According to Rokkan (2009) there are as many as ten political party families in industrialized Western European countries: Socialist and social democrat, communist, Christian democratic, liberal, radical, conservative, farmer-peasant parties, right-wing extremist parties, regional-ethnic parties and environmental movements. Similarly, von Beyme (1985) proposed nine political party families in Europe: Liberal and radical, conservative, socialist and social democrat, Christian democratic, communist, agrarian, regional and ethnic, right-wing extremist parties and environmental movements. McHale (1983) distinguishes between the grassroots ideologies of the parties in Europe and suggests seven categories: Agriculture, commerce



and business circles, financial reformists, environmentalist, women's parties and other parties.

Categorizing parties seems to be an easy task but, in fact, it is a tiresome one. Blurred ideologies and high rates of vote flow between parties make operationalization of this task very difficult. This is especially true for the parties on the right side of the ideological spectrum. Left parties mostly originate from sharp ideological differences and it is easier to grasp differences between their issue positions, but the right side of the political spectrum, in most countries of the world, is dominated by populist, mass parties and parties with central tendencies and weak ideologies, heavily emphasizing national unity and the integrity of the population at large (Seliger, 2019; Mair and Mudde, 1998). Mair and Mudde (1998) draw attention to this problem and argue that it is especially difficult to draw ideological boundaries between conservatives, right-wing populists, extremists and nationalists as well as between Christian democrats and conservatives. To tackle this problem, they propose using Rokkan's categorization, which is based on the origin and the ideology of the parties. It depends more on what the parties are and how they define themselves rather than on what they do. According to Rokkan, origin and ideology reflect more accurately the real differences between party families than day-to-day policies as the latter may cause the effects of the national agenda to mislead the analysis. Several other authors also aimed to analyse parties of the right. Falter and Shumann (2013) suggested that right-wing parties are based on 10 basic pillars. These are: Extreme nationalism, ethnocentric thinking, law and order-based thinking, strong leadership demand, cultural despair, anti-communism, anti-parliamentary, anti-pluralism, and anti-Americanism. Mudde (1996) proposed 58 features to distinguish far-right parties, which lurk in four main categories: Nationalism, radicalism, extremism, and populism. Immerzeel (2015), in his study focusing on the diversity of views between radical right populist parties and other parties on the issues of immigration, nationalism and populism, suggested that the radical right populist parties are closest to the neoconservatives and Christian democratic parties and the farthest to the socialist parties, the greens and the social democrats, respectively. These parties are often known to be single-issue parties that only focus on immigration issues, but this does not reflect reality. In addition to anti-

immigrant agendas, they also propose nationalist and populist policies and policies upholding the construction of law and order. Their successful centralization agenda affects other parties across the political spectrum. This is especially true for the right and the conservative parties owing to their similar policies on anti-immigration, the construction of law and order, and populism. Thus, the flow of votes is higher between radical right populist parties and right-wing/conservative parties than between radical right populist parties and left-wing ones. Yet, it would not be correct to claim that these parties have nothing in common with left-wing ones. Their anti-establishment stance is especially similar to that of the socialist and green parties. Furthermore, it has also been observed that radical right and radical left parties are similar in their anti-EU policies (Immerzeel, 2015; Van Spaje, 2010; Wagner and Meyer, 2017; Halikiopoulou, Nanou and Vasilopoulou, 2012; Rooduijnet et al., 2017).

## **2. DATA AND METHODS**

Mair and Mudde (1998) suggested that parties can be analysed into distinctive party families using four criteria: a) origin and sociology b) international connections c) politics and ideology, and d) party names. 'Politics and ideology' is perhaps the most powerful criteria among these four. It incorporates both parties' day-to-day policies as well as their general political orientation. According to Mudde (2002), a party's ideology can be accurately analysed by investigating three types of documents; voter surveys, expert surveys and manifestos. In voter surveys, the voters are asked about their party's overall ideological position or issue positions on certain matters. Their answers reveal how a certain political party is viewed by its grassroots. However, there are certain drawbacks associated with the use of this technique. We know from previous studies that voters' education level and political sophistication are important factors that may bias this analysis. As higher education and social status make individuals more able to deal with abstract information, educated and sophisticated voters are expected to identify their parties more correctly than do uneducated and unsophisticated ones (Campbell et al., 1980; Converse, 1964). It was also shown earlier that misidentification might occur owing to some party features such as party age. It is expected to be more difficult for voters to correctly identify new parties than old ones. On the other hand, using expert surveys is a more reliable

technique, as the surveyees are expert political scientists who are a lot more knowledgeable about political parties than the voters. Nevertheless, this method also involves certain problems. The disadvantages of this method are its reliance on the availability of expert political scientists and their objectivity. Most expert political scientists are too busy to take these surveys, which makes the turnout rates remain very low. On the other hand, they sometimes have professional links with political parties they are asked to analyse, which may bias their analysis. All in all, it should not be forgotten that both voter surveys and expert surveys are less than perfect techniques to identify parties' ideological positions. Yet, the third technique, using manifesto documents, appears to be, although still not perfect, a more appropriate tool in this regard. A manifesto is a document published by a political party before a general election to announce policies it stands for and is willing to implement in case it comes to power. Manifestos are well-studied documents involving detailed policy pledges in a wide range of fields. They provide a comprehensive as well as detailed understanding of parties' ideological and policy positions on a great number of issues. One advantage of using manifesto documents is that they overcome the problem of objectivity. Moreover, the quantification of mentions to each concept provides a practical way of comparing parties from the same country or different countries. The only problem with this methodology is a potential mismatch between political pledges in the manifesto document and actual policies carried out by those parties, which then take part in the government. Nevertheless, the current literature suggests that political parties tend to fulfil their pledges to a large extent when they come to power (Budge and Hofferbert, 1990; Klingemann et al., 1994). We unfortunately do not have any opportunity to test this for opposition parties.

This research used the Manifesto Project data to examine the question whether Turkish political parties pledge in line with expected issue positions of their party families. The Manifesto Project (MP) data is the only available dataset for the aims of this research. It quantified manifesto documents of political parties in the past 18 elections held in Türkiye between 1950 and 2018. Covering a good span of about 70 years, the dataset provides us an important tool to study Turkish parties' policy positions on a series of important divides of politics. It should be noted that many parties have

participated in more than one election since their establishment and therefore published more than one manifesto documents. Therefore, scores show mean of all published manifestos. The MP data involves party positions on a wide range of issues. The issues of left/right ideological position, controlled economy, free market economy, anti-imperialism, political authority, military, law and order, civic mindedness, national way of life, internationalism, environmental protection, multiculturalism and peace were used for the analyses of this research. The items were chosen on the basis of their face validity and fit in the traditional left/right, authoritarian/liberal and old/new politics divides as discussed in the extant literature.

### **3. POLITICAL PARTY FAMILIES IN TÜRKİYE**

The MP divided all the parties in Türkiye into 4 party families; a) socialist and other left, b) social democrat, c) conservative, and d) nationalist. Table 1 shows the distribution of a total number of 24 prominent political parties took part in the recent 18 general elections. The Manifesto Project's categorization was shown with black marks. A few modifications were made that were shown with red marks. The National Salvation Party, the Welfare Party, the Virtue Party and the Felicity Party were originally placed in the nationalist category. Of course, nationalism is an important ideology for parties in this tradition. However, in a classification system where a conservative category exists, it would be a certain mistake to place these parties within the nationalist category. Necmettin Erbakan, the founder of these parties, is a well-known conservative/Islamist politician, and many other Islamists dominated the party positions. The parties of this tradition faced lawsuits and accused for being a mob for anti-secular forces. Similarly, the İYİ Party and the Great Union Party were listed as conservative parties in the Manifesto data. These two parties are based on conservative bases, their administrators come from conservative traditions, and both parties often propose some conservative policies. However, it would be much more accurate to consider these two parties within the nationalist category. Finally, a separate ethnic-regional party category was opened for the parties: The Democratic Society Party, the Peace and Democracy Party and the Peoples' Democratic Party, which generally received votes from the Eastern and South-Eastern regions of Türkiye. It would be more correct to evaluate all three parties in ethnic-regional category. These changes were also reported to the

institution collecting the data. Now, after modifying the party family categorization, this research will examine to what extent the parties pledge according to their party family locations.

**Table 1: Parties and Party Families**

Parties/Party families	Socialist and other left	Social democrat	Conservative	Nationalist	Ethnic-Regional
Democratic Left Party (DSP)		√			
Democrat Party (DP) (1946)			√		
Democratic Society Party (DTP)		√			√
Democratic Türkiye Party (DTP)			√		
Felicity Party (SAADET)			√	√	
Good Party (İYİ Parti)			√	√	
Great Unity Party (BBP)			√	√	
Justice Party (AP)			√		
Justice and Development Party (AK Parti)			√		
Motherland Party (ANAP)			√		
Nation Party (MİLLET) (1948)			√		
Nationalist Action Party (MHP)				√	
National Salvation Party (MSP)			√	√	
Nationalist Democratic Party (MDP)				√	
Peace and Democracy Party (BDP)		√			√
Peoples' Democratic Party (HDP)	√				√
Populist Party (HP)		√			
Republican Nation Party (CMP)				√	
Republican Villagers Nation Party (CKMP)				√	
Republican People's Party (CHP)		√			
Social Democratic Populist Party (SHP)		√			
True Path Party (DYP)			√		
Virtue Party (FP)			√	√	
Welfare Party (RP)			√	√	

**Data:** Manifesto Project (1950-2018)

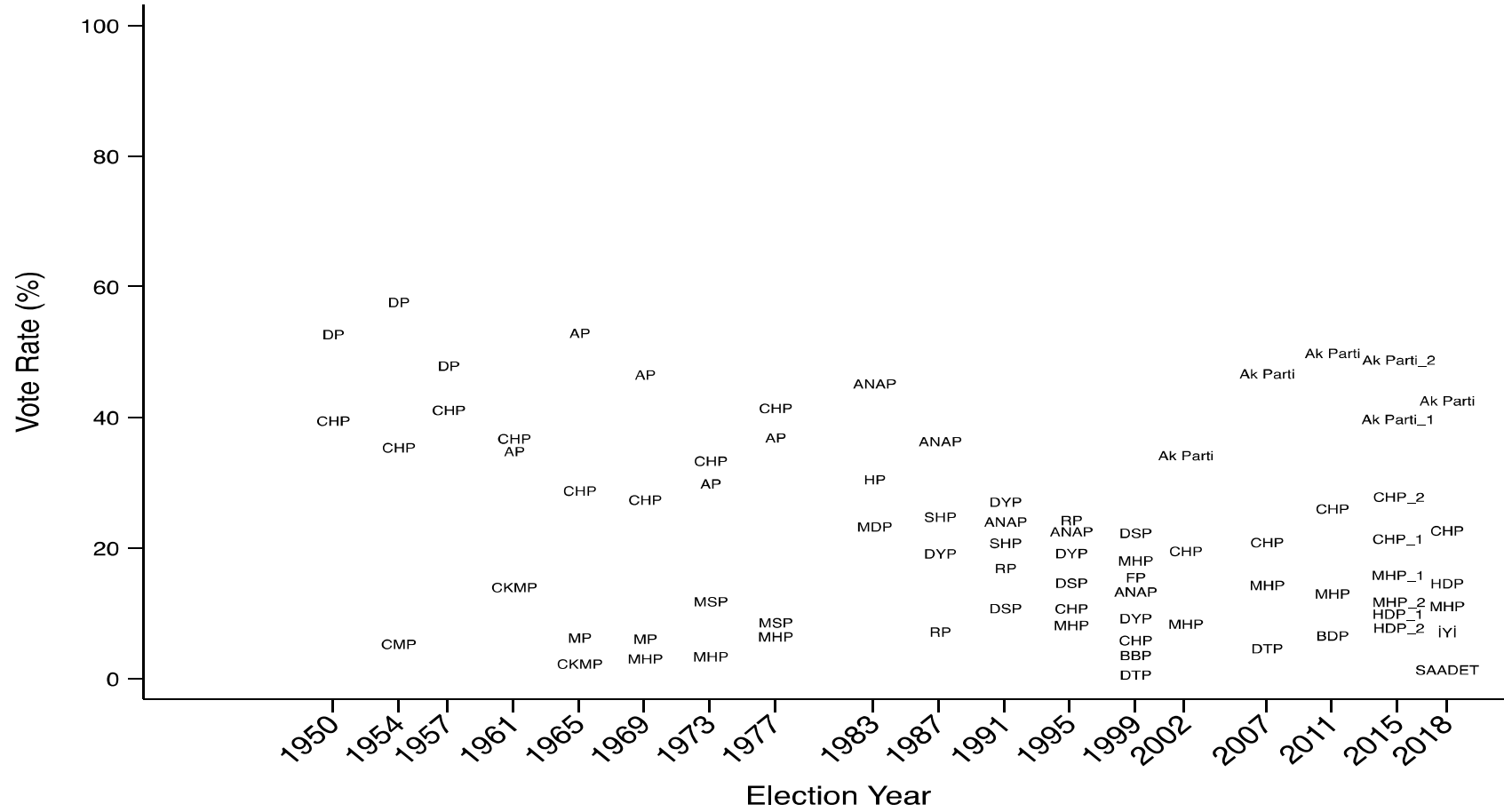


Figure 1. Votes of Political Parties by Election Years

**Table 2: Variables of the Analyses**

<b>Variable Code</b>	<b>Variable Name</b>	<b>Explanation</b>
rile	Right-left ideological index	Right-left position of party.
per412	Controlled economy	Support for direct government control of economy.
per401	Free market economy (+)	Favorable mentions of the free market and free market capitalism as an economic model.
per103	Anti-imperialism	Negative references to imperial behavior and/or one state exerting strong influence.
per305	Political authority	References to manifesto party's competence to govern and/or other party's lack of such competence.
per104	Military (+)	The importance of external security and defense.
per605	Law and order (+)	Favorable mentions of strict law enforcement, and tougher actions against domestic crime.
per606	Civic mindedness (+)	Appeals for national solidarity and the need for society to see itself as united.
per601	National way of life (+)	Favorable mentions of the manifesto country's nation, history and general appeals.
per107	Internationalism (+)	Need for international cooperation, including cooperation with specific countries other than those coded in 101.
per501	Environmental Protection (+)	General policies in favor of protecting the environment, fighting climate change and other "green" policies.
per607	Multiculturalism(+)	Favorable mentions of cultural diversity and cultural plurality within domestic societies.
per106	Peace	Any declaration of belief in peace and peaceful means of solving crises – absent reference to the military.

**Data:** Manifesto Project (1950-2018)



**Table 3:** Mean party positions in various issues since their foundation (economic left/right)

Parties	Number of Manifesto	Left/right Ideological Index	Controlled Economy	Free Market Economy (+)	Anti-Imperialism
Democratic Left Party (DSP)	3	7.98	0.11	0.07	0.11
Democrat Party (DP) (1946)	3	44.60	0.00	4.80	0.00
Democratic Society Party (DTP)	1	-35.38	0.00	0.00	0.00
Democratic Türkiye Party (DTP)	1	-1.46	0.49	0.49	0.00
Felicity Party (SAADET)	1	-18.10	0.32	0.08	1.81
Good Party (İYİ)	1	14.93	0.70	0.70	0.05
Great Unity Party (BBP)	1	26.49	0.00	0.00	0.96
Justice Party (AP)	5	2.14	0.66	0.98	0.00
Justice and Development Party (AK Parti)	6	-3.59	0.15	3.68	0.08
Motherland Party (ANAP)	5	5.05	0.20	1.43	0.00
Nation Party (MİLLET) (1948)	2	3.17	0.00	3.85	0.23
Nationalist Action Party (MHP)	13	5.17	1.22	1.50	0.64
National Salvation Party (MSP)	2	28.90	1.05	0.00	0.20
Nationalist Democratic Party (MDP)	1	-7.80	2.40	1.20	0.00
Peace and Democracy Party (BDP)	1	-33.84	0.00	0.00	0.38
Peoples' Democratic Party (HDP)	3	-30.56	0.31	0.00	0.34
Populist Party (HP)	1	-13.60	4.40	0.00	0.00
Republican Nation Party (CMP)	1	-28.38	0.00	4.05	1.35
Republican People's Party (CHP)	16	-10.58	0.78	0.96	0.10
Social Democratic Populist Party (SHP)	2	-8.78	1.05	0.23	0.43
True Path Party (DYP)	4	6.00	0.38	2.14	0.04
Virtue Party (FP)	1	7.38	0.00	0.05	0.24
Welfare Party (RP)	3	30.41	0.00	0.35	0.23

**Data:** Manifesto Project (1950-2018)

**Table 4:** Mean party positions in various issues since their foundation (authoritarian/libertarian)

Parties	Political Authority	Military (+)	Law and Order (+)	Civic Mindedness (+)	National Way of Life (+)
Democratic Left Party (DSP)	7.74	0.23	0.67	1.00	1.97
Democrat Party (DP) (1946)	40.40	0.00	0.00	3.00	1.20
Democratic Society Party (DTP)	6.15	0.00	1.54	9.23	0.00
Democratic Türkiye Party (DTP)	3.27	0.00	0.49	0.49	0.00
Felicity Party (SAADET)	1.65	0.00	1.57	3.85	1.57
Good Party (İYİ)	0.05	1.45	2.41	1.02	1.66
Great Unity Party (BBP)	23.70	0.00	2.21	2.78	3.36
Justice Party (AP)	8.96	1.26	2.34	2.96	2.60
Justice and Development Party (AK Parti)	1.27	1.40	3.92	1.92	2.10
Motherland Party (ANAP)	7.07	1.09	0.85	1.35	0.76
Nation Party (MİLLET) (1948)	5.67	3.17	0.23	3.40	4.54
Nationalist Action Party (MHP)	4.69	1.58	2.89	1.39	9.10
National Salvation Party (MSP)	14.30	2.85	1.10	2.10	10.15
Nationalist Democratic Party (MDP)	0.00	0.60	0.60	0.00	1.80
Peace and Democracy Party (BDP)	0.00	0.00	6.01	2.26	0.00
Peoples' Democratic Party (HDP)	0.59	0.10	1.48	2.10	0.00
Populist Party (HP)	1.00	1.50	1.50	0.00	0.00
Republican Nation Party (CMP)	0.00	1.35	0.00	0.00	8.11
Republican People's Party (CHP)	4.46	0.77	1.23	1.60	0.86
Social Democratic Populist Party (SHP)	12.20	1.03	0.78	2.25	1.35
True Path Party (DYP)	9.87	0.70	1.03	1.73	0.49
Virtue Party (FP)	2.75	1.32	0.38	1.32	0.47
Welfare Party (RP)	20.74	0.66	0.71	1.16	1.98

**Data:** Manifesto Project (1950-2018)

**Table 5:** Mean party positions in various issues since their foundation (old/new politics)

<b>Parties</b>	<b>Internationalism (+)</b>	<b>Environmental Protection</b>	<b>Multiculturalism (+)</b>	<b>Peace</b>
Democratic Left Party (DSP)	0.26	1.48	0.22	0.11
Democrat Party (DP) (1946)	0.60	0.00	0.00	0.60
Democratic Society Party (DTP)	0.00	0.00	5.64	15.38
Democratic Türkiye Party (DTP)	1.71	0.73	3.17	0.00
Felicity Party (SAADET)	2.44	1.81	1.73	0.79
Good Party (İYİ)	1.23	1.55	0.21	0.43
Great Unity Party (BBP)	0.19	3.17	0.00	0.67
Justice Party (AP)	1.10	0.18	0.00	0.88
Justice and Development Party (AK Parti)	3.09	2.26	0.41	0.86
Motherland Party (ANAP)	0.08	1.57	0.00	0.15
Nation Party (MİLLET) (1948)	0.00	0.00	0.00	0.00
Nationalist Action Party (MHP)	1.26	0.97	0.07	0.87
National Salvation Party (MSP)	0.35	0.20	0.00	0.05
Nationalist Democratic Party (MDP)	0.60	3.60	0.00	0.00
Peace and Democracy Party (BDP)	0.00	3.01	1.50	6.39
Peoples' Democratic Party (HDP)	0.49	4.11	4.71	1.36
Populist Party (HP)	0.00	0.50	0.00	0.00
Republican Nation Party (CMP)	2.70	0.00	0.00	4.05
Republican People's Party (CHP)	1.61	1.47	0.40	1.06
Social Democratic Populist Party (SHP)	0.98	0.90	0.23	1.48
True Path Party (DYP)	1.08	1.17	0.06	0.06
Virtue Party (FP)	1.61	2.37	0.14	0.76
Welfare Party (RP)	0.39	0.25	0.00	0.25

**Data:** Manifesto Project (1950-2018)

**Figure 1** shows vote shares of the major political parties in the past 18 elections held in modern Turkish political history.<sup>1</sup> It can be seen from the figure that no single party was able to exceed the 60% vote threshold. Especially in the 1990s, the political system was even more fragmented, and political power was divided between a greater number of parties. In the first years of the Republic, the competition between the CHP and the DP and in the last 20 years the Ak Parti's dominance can also be observed from the figure.

**Table 2** presents the code, name and explanations of the variables that were used in the analyses. A total of thirteen variables were exploited. All the variables were used in their original answer categories. Greater scores show related party's greater embrace of the related issue. The '+' sign shown in parentheses in the headlines indicates positive mentions.

**Tables 3, 4, and 5** show parties' mean positions on a series of important issues of politics, which tap into economic left/right, authoritarian/libertarian, and old/new politics divides over the years since their establishment. In **Table 3** the items related to the economic left/right axis were presented. The items were selected on the basis of their face validity. The third column of the table presents the left/right ideological positions of the parties. Only for this variable, the '0' is the midpoint while lower negative numbers show a greater tendency to the left and higher positive numbers to the right. When the scores are examined, some interesting results stand out. Namely, the Felicity Party was scored at -18.10, while its predecessor parties the Welfare and the Virtue parties, were scored at 30.41 and 7.38, respectively. The differences between the scores of these three parties were surprising. The Justice and Development Party, which defines itself as a conservative democratic party, was scored at -3.59, and the Democratic Left Party, a well-known Social Democratic party founded by Bülent Ecevit was scored at +7.98. In the fourth column, the quantification of the parties' mentions hinting a controlled economic model, i.e., price controls and minimum wage enforcement, were presented. The higher scores in the index show greater emphasis on the controlled economy. Many regional-ethnic parties, centre-right, far-right, and conservative parties

<sup>1</sup> The election results in 1946 were not included owing to alleged election corruption and the election results in 2023 were not included owing to the unavailability of the data. Although some political parties were not included in the data set due to merges, these are usually minor ones. Two general elections results in 2015 were illustrated for each party as 'Party\_1/2'.

received 0 points in the index, while the Populist Party received the highest score with 4.40. In the fifth column, scores showing positive mentions of a free market economy, i.e., a laissez-faire economic model, free enterprise, and property rights were presented. Here, again, interesting results were achieved. The CHP received higher votes than the İYİ, the National Salvation, the Welfare and the Felicity parties. In the sixth column of the table, anti-imperialism, which is one of the important issues of the economic left/right distinction, was quantified. In the index, the CHP again, which was the headquarters of the independence war against imperialist forces scored lower than the HDP. Many left and right parties received 0 points, while the Felicity Party received the highest score with 1.81.

Party positions on items tapping the authoritarian/libertarian dimension were presented in Table 4. The items are political authority, military regime, law and order, civic consciousness and national lifestyle. It is seen in the second column of the table that the emphasis on political authority is the highest in the DP, which is followed by the Welfare Party. It is interesting that both parties faced lawsuits alleging that they opposed the 'values of the Republic'. The high score of 12.20, which belongs to the left-wing SHP, which is known to be a libertarian party, is also surprising here. Similarly, it is noteworthy that the DSP puts a higher emphasis on political authority than many right-wing parties, including the İYİ Parti, the Felicity Party and the Virtue Party. In the third column, the parties' positive emphasis on the military was expressed. The Nation Party, which was founded by Fevzi Çakmak, a successful marshal, is the political party with the highest positive emphasis on the military. Surprisingly, the second place was occupied by the MSP. The relatively strong positive emphasis on the military of the MSP, which was later going to experience the February 28 process under the name of the Welfare Party, is interesting. Except for these two examples, generally, the political parties' positive emphasis on the military is at low levels. In the fourth column, the positive emphases on law and order by the parties were presented. It is seen that the BDP has the highest score. It is noteworthy here to mention that the BDP scored remarkably higher than the DTP and the HDP. It is seen that leading parties of the right such as the AK Party, the MHP, the AP, the İyi Parti and the BBP achieved comparable scores. When the scores representing emphasis on civic mindedness in the fifth column are examined,

it is observed that the DTP and the Saadet Party received the highest scores. Finally, when the parties' emphases on the national way of life are observed, it is seen that the MSP and the MHP received the highest scores and the CMP, the Millet and the BBP follow these two parties.

In the Table 5, four items associated with the new/old politics divide; internationalism, environmental protection, multiculturalism and peace were presented. As one can see from the table the Ak Party ranks the first in stressing internationalism. An interesting finding is that, while the Saadet and the FP received high scores, another party of the same tradition the RP did not. Surprisingly, many left-wing parties failed to obtain lower scores. The CHP, which frequently stresses establishing peaceful international cooperation, received only 1.61. The third column shows positive mentions of environmentalism. There seems to be a greater variation in this issue across the parties. While the DTP received zero in this issue, its successor parties, the BDP and the HDP, received relatively higher scores. Many parties of the right, i.e. the BDP, the MDP and the Ak Party, the FP and the Saadet received higher scores than the CHP, the pioneer left party. The next item is multiculturalism. It involves the quantification of mentions of cultural diversity and cultural plurality. As can be seen from the table, the DTP, the BDP and the HDP rank high in this item and there is no much variation across the other parties. The last item is peace. Many parties gave place to peace in their manifestos and the DTP, the BDP and the CMP received some high scores.

## **CONCLUSION AND DISCUSSION**

This research aimed to examine the policy positions of some prominent political parties in the history of modern Turkish politics and decide whether they pledge in their manifesto documents in line with their party families. My hypothesis was that Turkish political parties barely consider their party family ideologies while designing their policy positions. Empirical findings have largely supported this hypothesis. In some political issues, there is no significant difference between parties on the left and right of the ideological spectrum. Even that, sometimes parties outperform in pledging policies that are traditionally known to be associated with the opposite ideological camp. This is an important finding that needs to be considered while trying to understand party behaviours in Türkiye. For instance, the Felicity Party's

targeting of large masses living in the shantytowns formed on the edge of the big city centres, which have financial difficulties, may have contributed to this picture. Yet, this finding is telling of its success in local elections in a metropolis full of economically frustrated people. Similarly, the Ak Party's policies aiming at embracing the broad masses may have caused its ideological position to be expressed as a party to the left of the centre. This finding also explains how the Ak Party differentiated itself from its predecessor parties and embraced large masses. On the other hand, the Democratic Left Party's (DSP) nationalist mentions may have dragged its position to the right. It is now easier to understand why the DSP has supported the People's Alliance candidate in the 2023 elections and participated in the elections from the Ak Party lists. Many other examples can be given in this regard. By looking at these findings one can confidently argue that the Western party family phenomenon is not an appropriate tool to categorize Turkish political parties. Another important finding was that some successor political parties fail to follow the policies of their predecessors. Especially the BDP and the HDP failed to follow their successor DTP's policies although there is not much time interval between the dates of their foundation. Their fear of closure cases and failing to receive economic assistance from the state may have caused these sharp modifications. Conservative successive parties, the MSP, the RP, the FP and the Saadet seemed to be more consistent in this regard.

It is well beyond the scope of this research delving into the reasons of the finding that Turkish political parties do not pledge according to the expected traditional Western party family categorization. Yet, a few hypotheses could be raised to show avenues for future research attempts that would like to investigate the matter from an etiological perspective. Perhaps the strongest one would be that Türkiye is not yet a fully industrialized country. We know from previous research that in advanced industrialized economies; the prime divide in politics is between those who hold ownership of the means of production and those who sell their labour in exchange for a wage. Being on either side of the divide has important implications for a wide range of areas of life as well as for voting behaviour. Thus, in these countries, the concepts of left and right represent the sides of the political conflict more effectively. On the other hand, in countries where the industrialization falls

behind, politics may follow some different fault lines. Religious, denominational, ethnic and local ties may prevail over ideological ones in terms of their power to determine the prime political conflict. Also, we know from the previous research that voters with low education and political sophistication are less likely to understand the concepts of left and right. Knowing this, parties may have taken their own grassroots' votes for granted and aimed for the votes of the opposite camp with populist pledges. Some other country-specific reasons may also have altered the left/right divide from being the prime divide of Turkish politics. In Cold War conditions, the Turkish-Islamic synthesis aimed to combine nationalist and Islamic parties to combat with communist forces. This political tradition succeeded in fusing these two ideologies to a certain extent, and there is now a high flow of votes between the parties of the two party families. Another potential reason could be that the top-down organization of the state and economic systems in the Ottoman Empire as well as in modern Türkiye may have not allowed the flourishing of strong social and economic organizations that could now have turned into political parties with strong ideological stances. Some trends in global politics may also have affected this result. As the importance of ideologies diminished recently, class voting is on a general decline and Turkish politics may have received its share from this trend. As previous research has shown that the 1980 coup have suppressed the social classes; so class voting in Türkiye, which already used to be low, may have declined to an even lower level (İnan 2016, İnan and Grasso 2017). Another potential reason that comes to mind is the centralization of modern politics and the catchallization of centre parties as predicted by Kirchheimer (1966). Surely, these entire explanations are mere hypotheses and require empirical tests with appropriate data and methods in order to achieve satisfying answers.

#### **ACKNOWLEDGEMENTS**

I would like to acknowledge sincerely to the distinguished editor of Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi for his cooperation in the publishing process and three respected referees who have provided valuable contributions to this paper.



## REFERENCES

AMINI, Babak. The Radical Left Party Family in Western Europe, 1989–2015. 2017.

BELL, Daniel. *The end of ideology: on the exhaustion of political ideas in the fifties*. Collier Books; Collier-Macmillan, 1965.

BUDGE, Ian; HOFFERBERT, Richard I. Mandates and policy outputs: US party platforms and federal expenditures. *American Political Science Review*, 1990, 84.1: 111-131.

CAMPBELL, Angus. *The american voter*. University of Chicago Press, 1980.

ÇARKOĞLU, Ali; HINICH, Melvin J. A spatial analysis of Turkish party preferences. *Electoral Studies*, 2006, 25.2: 369-392.

CLARK, Terry Nichols; LIPSET, Seymour Martin; REMPEL, Michael. The declining political significance of social class. *International Sociology*, 1993, 8.3: 293-316.

CONVERSE, Philip E. The nature of belief systems in mass publics (1964). *Critical review*, 2006, 18.1-3: 1-74.

DALTON, Russell J. Citizen politics in Western democracies: Public opinion and political parties in the United States, Great Britain, West Germany, and France., 1988.

DALTON, Russell J. Political cleavages, issues, and electoral change. *Comparing Democracies: Elections and voting in global perspective*, 1996, 2: 319-42.

DUVERGER, Maurice. 1963. *Political Parties: Their Organization and Activity in the Modern State*, 1954.

ELFF, Martin. Social structure and electoral behavior in comparative perspective: The decline of social cleavages in Western Europe revisited. *Perspectives on politics*, 2007, 5.2: 277-294.

ELIAS, Anwen; SZÖCSIK, Edina; ZUBER, Christina Isabel. Position, selective emphasis and framing: How parties deal with a second dimension in competition. *Party Politics*, 2015, 21.6: 839-850.

FALTER, Jürgen W.; SCHUMANN, Siegfried. Affinity towards right-wing extremism in Western Europe. In: *Right-Wing Extremism in Western Europe*. Routledge, 2013. p. 96-110.

FRANKLIN, Mark N.; MACKIE, Thomas T.; VALEN, Henry. *Electoral change: Responses to evolving social and attitudinal structures in Western countries*. ECPR Press, 2009.

FUKUYAMA, Francis. *The end of history and the last man*. Simon and Schuster, 2006.

GALLAGHER, Michael; LAVER, Michael; MAIR, Peter. *Representative government in modern Europe*. McGraw-Hill, 2011.

GÖLE, Nilüfer. Secularism and Islamism in Turkey: The making of elites and counter-elites. *The Middle East Journal*, 1997, 46-58.

HALIKIOPOULOU, Daphne; NANOU, Kyriaki; VASILOPOULOU, Sofia. The paradox of nationalism: The common denominator of radical right and radical left euroscepticism. *European journal of political research*, 2012, 51.4: 504-539.

RYE, Danny. *Politics in a Time of Crisis: Podemos and the Future of Democracy in Europe*, Pablo Iglesias. 2016.

İNAN, Murat. *The Generational and Social Class Bases of Pro-Democratic Culture in Turkey: A Quantitative Analysis with WVS Data*. 2016. PhD Thesis. University of Sheffield.

İNAN, Murat; GRASSO, Maria T. A participatory generation? The generational and social class bases of political activism in Turkey. In: *Conventional Versus Non-conventional Political Participation in Turkey*. Routledge, 2018. p. 10-31.

KALAYCIOĞLU, Ersin. Elections and party preferences in Turkey: Changes and continuities in the 1990s. *Comparative Political Studies*, 1994, 27.3: 402-424.

KIRCHHEIMER, Otto. 6. The Transformation of the Western European Party Systems. In: *Political Parties and Political Development.(SPD-6)*. Princeton University Press, 2015. p. 177-200.

KLINGEMANN, Hans-Dieter, et al. Parties, policies, and democracy., 1994.

LIPSET, Seymour Martin. Cleavage structures, party systems and voter alignments. Lipset. *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*, 1967, 3-64.

MAIR, Peter; MUDDE, Cas. The party family and its study. *Annual review of political science*, 1998, 1.1: 211-229.

MARDIN, Şerif. Center-periphery relations: A key to Turkish politics?. *Daedalus*, 1973, 169-190.

MCHALE, Vincent E.; SKOWRONSKI, Sharon. Political parties of Europe. *(No Title)*, 1983.

MICHELS, Robert. *Political Parties, a Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of*. Nabu Press, 2010.

MUDDE, Cas. The war of words defining the extreme right party family. *West European Politics*, 1996, 19.2: 225-248.

MUDDE, Cas. *The ideology of the extreme right*. Manchester University Press, 2002.

PRZEWORSKI, Adam; SPRAGUE, John. Paper stones: A history of electoral socialism. 1986.

ROKKAN, Stein. *Citizens, elections, parties: Approaches to the comparative study of the processes of development*. ECPR Press, 2009.

ROODUIJN, Matthijs, et al. Radical distinction: Support for radical left and radical right parties in Europe. *European Union Politics*, 2017, 18.4: 536-559.

SELIGER, Martin. *Ideology and politics*. Routledge, 2019.

VON BEYME, Klaus. The Role of the State and the Growth of Government. *International Political Science Review*, 1985, 6.1: 11-34.

VAN SPANJE, Joost. Contagious parties: Anti-immigration parties and their impact on other parties' immigration stances in contemporary Western Europe. *Party Politics*, 2010, 16.5: 563-586.

WAGNER, Markus; MEYER, Thomas M. The radical right as niche parties? The ideological landscape of party systems in Western Europe, 1980–2014. *Political Studies*, 2017, 65.1\_suppl: 84-107.

## **İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE ADAPTASYON İÇİN TRB1 BÖLGESİNİN TARIMSAL ÜRETİM VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ\***

**Kürşat ÇELİK<sup>1</sup>**

Geliş Tarihi: 20/11/2023

Kabul Tarihi: 08/12/2023

### **ÖZET**

İklim değişikliği, insanlık tarihi boyunca karşılaşılan doğal bir olay olmakla birlikte, günümüzde daha ciddi bir sorun haline gelmiştir. İklim değişikliğinin etkileri, insan hayatını ve uygarlıkların gelişimini doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle, iklim değişikliğiyle mücadele etmek ve uyum sağlamak, hem devletlerin hem de bireylerin sorumluluğudur. Geçmişte yaşamış olan Anadolu ve çevresindeki eski topluluklar, iklim değişikliğine karşı çeşitli önlemler almış ve yenilikler geliştirmişlerdir. Bu önlemler ve yenilikler, günümüzde de bize örnek olabilir ve ilham verebilir. İklim değişikliğinin etkilerini en aza indirmek için, risk yönetimi ve kritik kontrol noktalarında alınması gereken önlemler hayati önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, TRB1 bölgesinde (Bingöl, Elazığ, Malatya ve Tunceli) geçmişten günümüze yetiştirilen tarımsal ürünlerin belirlenmesi ve böylece iklim değişikliğine uyum ve adaptasyon süreçlerine katkıda bulunmaktır. Bu çalışmada, TRB1 bölgesinde bitkisel üretim ve hayvancılık alanlarında üretilen temel ürünlerin miktarları illerin nüfusuna göre karşılaştırılmış ve artış veya azalış eğilimleri incelenmiştir. Böylelikle, TRB1 bölgesindeki ekim alanları ve ürün desenlerinin geçmişle günümüz arasındaki değişimi ortaya konmuştur. Günümüzde, TRB1 bölgesinde en fazla yetiştirilen ürünlerin hububat olduğu tespit edilmiştir. Bu ürünler arasında, buğdayın yerini arpanın aldığı dikkat çekmektedir. Bölgede iklim değişikliğine bağlı olarak her yıl yaşanan doğal afetler nedeniyle ürün miktarlarında büyük dalgalanmalar meydana gelmiştir. Bölgedeki en hassas sektör arıcılık ve bal üretimidir. Bölgede küçükbaş hayvancılığın yerini zamanla büyükbaş hayvancılık almıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İklim Değişikliği, Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli, Tarım Ürünleri

\* Bu çalışma, 15.09.2017 ile 15.09.2018 tarihleri arasında AB tarafından finanse edilen “İklim Değişikliğine Adaptasyon için Kapasite Oluşturulması; Tarım, Orman ve Su Ürünleri Projesi” kapsamında hazırlanmış olan “**TRB1 Bölgesinin İklim Değişikliğine Adaptasyonundaki Tarihi Olayların Araştırılması**” başlığıyla sunulmuş olan araştırmanın yeni veriler eklenmesi ve yeniden gözden geçirilerek genişletilmesi neticesinde hazırlanmıştır.

<sup>1</sup> Prof. Dr. Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, kursatel@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6944-4246

## **Evaluation of Agricultural Production Data of TRB1 Region for Adaptation to Climate Change**

### **ABSTRACT**

Although climate change has been a natural phenomenon throughout human history, it has become a more serious problem today. The effects of climate change directly affect human life and the development of civilizations. Therefore, combating and adapting to climate change is the responsibility of both states and individuals. Ancient communities in Anatolia and its surroundings that lived in the past took various precautions and developed innovations against climate change. These measures and innovations can still set an example and inspire us today. To minimize the effects of climate change, risk management and measures to be taken at critical control points are vital. The aim of this study is to determine the agricultural products grown from past to present in the TRB1 region (Bingöl, Elazığ, Malatya and Tunceli) and thus contribute to the adaptation and adaptation processes to climate change. In this study, the amounts of basic products produced in the fields of crop production and livestock farming in the TRB1 region were compared according to the population of the provinces and their trends of increase or decrease were examined. Thus, the change in cultivation areas and product patterns in the TRB1 region between past and present was revealed. Today, it has been determined that the most grown products in the TRB1 region are grains. It is noteworthy that among these products, barley replaced wheat. Due to natural disasters that occur every year in the region due to climate change, large fluctuations in product quantities have occurred. The most sensitive sector in the region is beekeeping and honey production. Over time, cattle farming replaced small livestock farming in the region.

**Keywords:** Climate Change, Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli, Agricultural Products

## **GİRİŞ**

İklim değişikliği, genellikle sanayi devrimiyle başlayan ve insanlığın üretim koşullarını değiştirmesi sonucu insan-çevre ilişkisinin bozulduğu bir süreç olarak kabul edilir. Sanayi devrimi, kırsal ve tarımsal üretimin hâkim olduğu toplumdan, kentsel ve endüstriyel üretimin baskın olduğu bir toplum tipine geçişi temsil eder. Bu dönemde, bir yandan tarım sektöründe üretimi artıracak ve makineleşmeyi hızlandıracak gelişmeler yaşanırken, diğer yandan kentsel alanlara doğru büyük demografik hareketler görülmüştür (Marshall, 1999: 632). Yaşanan bu dönüşüm ile birlikte dünya da karbon salınımı artmaya başlamış ve bu da dünyamızın giderek ısınmasına yol açmıştır. Bu ısınma, iklimlerde çeşitli değişikliklere neden olmaktadır. Günümüzde meydana gelen iklim değişikliği çok çeşitli sebeplerden kaynaklansa da genel olarak sebepleri bu şekilde açıklanmaktadır.

Tarih öğrenmek, insanların düşünme yeteneklerini ve kültür seviyelerini geliştirir, manevi değerlerini ve vatan sevgisini artırır. Ayrıca, geçmişten elde edilen bilgi birikimi, geçmiş hatalardan alınan derslerle birleşerek, benzer durumlarla karşılaşıldığında daha mantıklı ve etkili kararlar almayı mümkün kılar. İklim değişikliğinin günlük yaşamımız üzerindeki etkileri her geçen gün daha da belirginleşmektedir. Geçmişte benzer doğa olaylarıyla nasıl başa çıkıldığı ve mevcut ekosistemlerin nasıl kullanıldığı konusunda yeni araştırma yöntemleri ve teknolojileri ile yapılan çalışmalar, önemli bilgiler sunabilir. Bu araştırmalar, iklim değişikliğinin toplumları zaman içinde nasıl etkilediği konusunda yeni bir bakış açısı kazandırabilir. Elde edilen bu bilgiler sayesinde, günümüzde yaşanan iklim değişikliğinin zararlı etkileri ya tamamen ortadan kaldırılabilir ya da en azından azaltılabilir. Bu çalışmanın amacı, geçmişteki üretim verilerini kullanarak günümüzde meydana gelen değişiklikleri ortaya çıkarmak ve iklim değişikliği ile ilgili yapılacak araştırmalara katkı sağlamaktır. Çalışmada, Osmanlı arşiv kaynaklarına dayalı araştırma eserleri ile TÜİK verileri kullanılmıştır.

## **1. İLKÇAĞLARDA ANADOLU VE ÇEVRESİNDE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ**

Tarihte yaşanmış iklim değişiklikleri ile ilgili bilgileri ilk olarak kutsal kitaplarda görmek mümkündür. Kutsal kitaplardaki “*Nuh Tufanı*” iklim değişikliğine en büyük örnektir. Tevrat’ta, Nuh Tufanı şu şekilde

anlatılmaktadır: “Enginlerin bütün kaynakları fışkırdı, göklerin kapakları açıldı. Yeryüzüne kırk gün kırk gece yağmur yağdı” (Tevrat, Yar.7: 11-12). “Sular öyle yükseldi ki, yeryüzündeki bütün yüksek dağlar su altında kaldı. Yükselen sular dağları on beş arşın aştı” (Tevrat, Yar 7:19-20). Kuran-ı Kerim’de ise Hud süresinde, “Nihayet emrimiz gelip de sular coşup yükselmeye başlayınca. Nuh’a dedik ki:”(Canlı çeşitlerinin) her birinden iki eş ile (boğulacağına dair) aleyhinde söz geçmiş olanlar dışında- aileni ve iman edenleri gemiye yükle!” (Kuran-ı Kerim Hud:40). Yine Hud suresinde, “Nihayet “Ey yer suyumu yut! Ve ey gök (suyumu) tut!” denildi. Su çekildi” (Kuran-ı Kerim Hud:44). Nuh Tufanı, kutsal kitaplarda anlatılan büyük bir iklim değişikliği olayıdır. Bu olayda, Nuh Peygamber’in yaşadığı dönemde dünya su ile kaplanmıştı. Kutsal kitaplarda belirtildiği üzere, Nuh, doğada yetişen bitkilerin tohumları ve hayvanlardan birer çifti gemisine alarak bu türlerin devamını sağlamıştır. Bu örnek, iklim değişikliği durumunda uyum ve adaptasyon için önemli bilgiler vermektedir. İnsanlar, bu olay karşısında mevcut bitki ve hayvan nesillerini koruma altına almışlardır. Daha sonra yeni bir yerleşim yeri bulup, üretim süreçlerine yeniden başlamışlardır. İkinci olarak, üretim için en uygun koşullara sahip yerleri tercih etmişlerdir. Bu olay, iklim değişikliklerine karşı uyum sağlama ve hayatta kalma stratejileri konusunda önemli dersler içermektedir.

Kutsal kitaplarda yer bulan bir diğer olay da mikro iklim değişikliği olarak tanımlayabileceğimiz Hz. Yusuf kıssasındaki Mısır ve çevresinde yaşanan yedi yıl bolluktan sonra meydana gelen kuraklık hadisesidir. “Mısır kralı Ey Yusuf, ey doğru sözlü kişi! (Rüyada görülen) yedi arık ineğin yediği yedi semiz inek ile yedi yeşil başak ve diğerleri de kuru olan (başaklar) hakkında bize yorum yap. Ümit ederim ki, insanlara (isabetli yorumunla) dönerim de belki onlar da doğruyu öğrenirler. Yusuf dedi ki: Yedi sene adetinüz üzere ekin ekersiniz. Sonra da yiyeceklerinizden az bir miktar hariç, biçtiklerinizi başağında (stok edip) bırakınız. Sonra bunun ardından, saklayacaklarınızdan az bir miktar (tohumluk) hariç, o yıllar için biriktirdiklerinizi yiyip bitirecek yedi kılık yılı gelecektir” (Kuran-ı Kerim Yusuf: 46-48). Hz. Yusuf’un kıssasında Mısır ve çevresinde meydana gelmiş olan bir iklim değişikliği ve bunun sonucunda alınan tedbirlerin iklim değişikliğine adaptasyon için önemli bilgiler içermektedir. Bugünkü insanlara planlı ve programlı hareket etmenin yanı sıra ihtiyatlı ve iktisatlı bir üretim sürecinin nasıl olacağı hakkında önemli ipuçları vermektedir. Özellikle



günümüz teknolojisi ile ürünlerin uygun koşullarda daha uzun süre saklanması gerektiğine iyi bir örnek teşkil etmektedir. Yaşanacak iklim değişikliğiyle üretim dalgalanmalarına karşı iyi depolama koşullarının sağlanması ile bazı yıllarda elde edilecek fazla ürünlerin ileri zamanlardaki sorunların aşılması için kullanılması ile hem fiyat istikrarı hemde arz ve talep arasındaki ilişki muhafaza edilmiş olacaktır.

İnsanın, iklim ve doğaya karşı duyarlı olarak yaşaması ve değişen süreçlere ayak uydurması, tarihin ilk dönemlerinden itibaren insanların doğal koşullara karşı bir uyum içinde hareket ettiğini gösteriyor. Bu adaptasyon veya uyum insan varlığının günümüze kadar devam etmesini sağlamıştır. Buzul Çağı'nda yaşayan insanlar, ateş yakmayı ve hayvan postundan giysi yapmayı öğrendiler. Bu sayede, mamutlar gibi soğuğa karşı direnç gösterebildiler. Ancak belirli çevre koşullarına aşırı uyum sağlamak uzun vadede her zaman akıllıca olmayabilir. Doğa, yaşam ve üreme olanaklarına sert ve bazen acımasız kısıtlamalar getirebilir. İnsan için en iyi yol, değişen koşullara ayak uydurabilme yeteneğine sahip olmaktır. Zaman içinde pek çok tür yok olmuşken, akıl ve bilgiye sahip olan insan varlığını sürdürebilmiştir. Buzul Çağı süresince insanlar avcılıkla hayatlarını sürdürmüşlerdir. Buzul Çağı'nın sona ermesinin ardından insanların çevreye bakış açısı değişmiştir. İnsanlar, yenilebilir otları, kökleri ve ağaçları ekmeye ve yetiştirmeye başlamışlardır. Ayrıca bazı hayvanları da evcilleştirmişlerdir. Karşılığında besin, barınak ve bakım sağlayarak bazı hayvanları evcilleştirmeyi ve kendine bağlamayı da başarmıştır. Bu değişim, insanların çevrelerine ve doğaya karşı tutumlarında önemli bir dönüm noktasıdır ve tarımın başlangıcını işaret etmektedir. Akdeniz havzası, Anadolu ve Hint uygarlıkları, tahıl temelli ekonomilere dayanıyordu. Hem buğday hem de arpa, evcilleştirilmiş yabani otların türleridir. Ancak bu ekim sürecinde, en iyi bitkinin tohumunun seçilmesi ve bilinçli ya da rastgele aşılama sonucunda, yabani ot tohumlarına kıyasla besin değeri çok daha yüksek bitkiler elde edilmiştir (Childe, 2001: 22-23, 54, 56). Bu örnekte görüldüğü üzere ilk insanlar, doğa karşısında kendisini hep geliştirmiştir. İnsan, doğadaki ürünlerden besleyici özelliği yüksek olanları ıslah ederek yaşanan iklim değişikliğinin üstesinden gelmeyi başarabilmişti.

İnsanlar iklim değişikliğinde sadece tahılları ıslah etmemişlerdir. İlk başta evcilleştirilmiş hayvanları besin olarak kullanmışlardır. Daha sonra bu

hayvanların farklı şekilde kullanım yollarını bulmuşlardır. İnsanlar, zamanla, hayvanların et, süt, deri, gübre ve fiziki güçlerinden en iyi şekilde istifade etmeyi öğrenmiş ve buna göre hayvan yetiştirmeye başlamışlardır. Böylelikle tarım, insanları avcı-toplayıcılardan yiyecek üreticilerine dönüştürdü. Zamanla, evcilleştirilen bitki ve hayvan sayısı arttıkça, doğal yiyecek kaynaklarına olan bağımlılık azalmıştır. Daha fazla yiyecek üretimi, daha az çaba gerektirdi ve bu, köylerin ve şehirlerin oluşmasına yol açtı (Baskıcı, 1998:73). Yukarıda verilen bilgiler, insanların doğal düzene karşı koymayarak onunla ortak hareket edebilme becerisi sayesinde başarılmış ve insanlar bu durumda hep kazançlı çıkmıştır. Bu örnekler, küresel iklim değişikliği için insanların doğaya uyumlu yollar izlemesi gerektiğinin açık delilleridir. İnsanlık tarihi boyunca, doğa ile uyum içinde yaşayan toplumların daha başarılı olduğunu görmekteyiz. Bu, bugün karşı karşıya olduğumuz iklim değişikliği sorunlarına çözüm bulmak için de geçerlidir.

M.Ö. 11. binyılda yaşanan büyük donma ve M.Ö. 6. binyılda gerçekleşen soğuma olayı, tarihin önemli iklim değişikliklerinden bazılarıdır. Bu iklim hareketleri, Anadolu ve çevresindeki uygarlıkları derinden etkilemiştir. Özellikle M.Ö. 2200 yılı civarında, iklim değişikliğinin yol açtığı kuraklık ve kıtlık nedeniyle, bu bölgedeki uygarlıkların büyük bir çöküş yaşadığı bilinmektedir. Bu dönemdeki nüfus azalmaları, bu çöküşün en önemli kanıtıdır. Yakın Doğu'nun iklim dalgalanmalarına, özellikle de ağır kuraklık dönemlerine, son derece duyarlı olduğu görülmüştür. Bölgenin tarih boyunca, sulu ve düşük verimli ekim sistemlerine dayalı kırılgan yapısı, sert iklim olayları ve diğer doğal ya da insan kaynaklı felaketlere karşı her zaman hassas olmuştur. Yakın Doğu'da yaşanan kriz dönemleri genellikle nüfus hareketlerini tetiklemiş ve kırsal-şehir nüfus dengesini bozmuştur. Büyük çaplı krizler, genellikle yerleşik tarım ve hayvancılığa dayalı göçerlik ile dengeli bir şekilde bozulmuş ve ekili alanlara yönelik periyodik zararlara neden olmuştur (White, 2013: 34-37). Bu bilgiler, iklim değişikliklerinin tarih boyunca toplumlar üzerindeki etkisini anlamamızda önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Bilim insanları, M.Ö. 13. yüzyılın sonlarına tarihlenen bir ardıç ağacı kütüğü üzerinde yaptıkları incelemeler sonucunda önemli bir bulgu elde etmişlerdir. Bu incelemeler, M.Ö. 1159 yılını takip eden 20 yıllık süre içerisinde Anadolu'da bir kuraklık yaşanmış olabileceğini göstermiştir. Bu

bulgu, iklim değişikliklerinin tarih öncesi dönemlerdeki etkilerini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir (Bakrıyanık, 2016:40). Anadolu'da hüküm sürmüş olan en önemli medeniyetlerden biri olan Hititler de iklim değişikliği ve bunun sonuçlarından etkilenmiş ve yaşanan sıkıntılı süreç neticesinde çeşitli efsaneler ortaya çıkmıştır. Hititler, inanç olarak birçok doğa olayını tanrılara bağlamakta, ancak onları, insan şekilli (antropomorfik) olarak hayal etmekteydiler. Hititlere göre bir tanrı insan gibi canı isterse çekip gidebiliyordu. Ancak, tanrının gitmesiyle ona bağlı olan doğa olayları da değişim gösteriyordu. Ele geçen Hitit metinlerin den birin de Fırtına tanrısının oğlu Telipinu'nun kaybolması ile ilgilidir. Hatti kökenli bu efsanenin kahramanı Telipinu aslında bir tarım tanrısıdır. Tohum ekmek, tarla sürmek, sulamak, ürünü yetiştirmek ve toplamak gibi tarım işleri ile ilgilidir. Telipinu ve güneşin kaybolması efsaneleri Hititlerde meydana gelen bir iklim değişikliğinin neticesinde yaşanan kıtlık sonucu ortaya çıktığı düşünülmektedir: Hitit metinlerinde “Senin oğulların hangi falı yapıyorlar? Donukluk (kuraklık) tüm ülkeyi felce uğrattı. Su kurudu. Büyük donukluk rüzgâra, kardeşine, konuşur. Dağların suyu, bahçeler (ve) çayırılık (kumdular?). Senin varsula-an gitsin ve onları felce uğratmasın” ifadeleri geçmektedir. Efsanenin bundan sonraki bölümünde tanrılar, ülkeyi saran “donukluğu” gidermeye çalışıyorlar. Bu donukluk muhtemelen, Telipinu efsanesinde olduğu gibi, doğadaki kaotik verimsizlik, bereketsiz mahsül, kuraklık ve kıtlıkların sonucu büyük bir açlığı ifade etmektedir (Ünal, 1977: 430-431). Metinlerde geçen ifadelerden Hititlerin hüküm sürmüş olduğu dönemde iklim değişikliğinin sonucu ortaya çıkan büyük bir kuraklık yaşandığı görülmektedir.

Hititlerle ilgili çeşitli kaynaklar, bu uygarlığın iklim değişikliği sonucunda kuraklık yaşadığını doğrulamaktadır. Hititler döneminde Kassu adında bir yüksek memur, ismi belirtilmeyen bir krala mektup yazarak aç askerler için hububat talep etmiştir. Başka bir kıtlık ve kuraklık felaketi, Hitit Kralı Arnuyanda - Asmunikal (M.Ö. 1440-1420) döneminde yaşanmıştır. Hititlerin, kıtlık yıllarında, bereketli Nil deltasından ve Doğu Akdeniz'den tahıl aldıkları bilinmektedir. Mısır-Hitit barış antlaşmasının (M.Ö. 1270) yapılmasından kısa bir süre sonra II. Ramses, Hitit Kralı III. Hattuşili'ye bir mektup göndermiş ve bu mektupta Hatti'ye gemilerle tahıl sevk edildiğinden bahsetmiştir. Aynı bilgi, Ramses'e gönderilen başka bir mektupta da teyit

edilmiştir. Hitit Kralı'nın eşi Puduhepa, kızının firavunla evlendirilmesi nedeniyle ona çeyiz olarak vereceği sığır ve koyunlara karşılık, Hatti ülkesinde hiç tahıl bulunmadığı gerekçesiyle Mısır'dan tahıl elde etmeye çalışmıştır. M.Ö. 1222 yılında, Hitit Kralı III. Arnuyan, Hatti ülkesindeki açlığa karşı Mısır'dan Hatti'ye tahıl gönderildiğini bildirmiştir. Son Ugarit Kralı Ammurapi döneminde ele geçen metinlerde Hatti'ye gönderilen tahıldan bahsetmektedir (Ünal, 1977:437).

İklim değişikliği ve kuraklık, yaşamın yönünü belirleyen önemli olaylardır. M.Ö. 3 binli yıllardan itibaren Anadolu'ya gelen Hititler, M.Ö. 1650'den itibaren güçlü bir imparatorluk kurmuştur. Ancak, iklim değişikliğine bağlı kuraklık, Hititler'in sonunu getiren önemli nedenlerden biridir. M.Ö. 1250'lerde, IV. Tuthaliya döneminde yaşanan kuraklık ve buna bağlı kıtlık, çöküşün başlangıcıdır. Hititler, kuraklığı atlama için komşu devletlerle anlaşma yapmış ve ihtiyaç duyulan malzemeleri değiş-tokuş veya ticaret yoluyla elde etmiştir. Ayrıca, tahıl depolamak için farklı yöntemler kullanmışlardır: büyük pithoslar ve yeraltı tahıl depoları. Bu yöntemler, günlük ve yıllık ihtiyaçları karşılamak için kullanılmıştır (Demirel, 2022:5).

Dünya tarihinde insanların yer değiştirmesine, yeni vatanlar edinme amaçlarının ilk sırasında iklim değişikliğinin neden olduğu olumsuz doğa koşullarının varlığı olduğu günümüzde yapılan araştırmalar neticesinde ortaya çıkarılmıştır. Orta Asya'daki topluluklar, iklim değişikliklerinden etkilenmiş ve yurtlarını terk etmişlerdir. Botanik bilimcileri ve eski çağ uzmanları, Karakum ve Kızılıkum çöllerinin oluşum sürecini araştırırken, zemin katmanlarının farklı olduğunu bulmuşlardır. Bu durum, sıcaklık değişiklikleriyle ilişkilidir. Araştırmalar, kuru ve sıcak iklim ile serin ve nemli iklimin dönem dönem yer değiştirdiğini göstermiştir. Bu bulgular, iklim değişikliklerinin ve bu değişikliklerin çevremizdeki fiziksel dünyayı nasıl etkilediğini anlamamızda önemli bir rol oynamaktadır. (Aytbayev, 2002:664).

2. ve 3. yüzyıllarda Orta Asya'da meydana gelen büyük kuraklık, Aral Gölü'nün sularının çekilmesine ve Hazar Gölü'nün su seviyesinin yükselmesine neden oldu. Bu durum, bölgedeki Türk boylarının yaşamını zorlaştırdı ve Uygurların kuzeye göç etmelerine yol açtı. Türk boyları, Hazar Denizi'ni terk ederek Volga'ya doğru göç ettiler ve burada tarım yaparak Roma İmparatorluğu'na buğday sattılar. Ancak, bu dönemdeki kuraklık ve tuzluluk, bölgedeki göllerin kurummasına ve toprakların tuzlanmasına neden

oldu. Bu durum, Türk halklarını zayıflattı ve İran'la başladıkları savaşı kaybetmelerine neden oldu (Gumilev, 2005: 120.). Milattan sonraki dönemlerde Asya'da mikro iklim değişiklikleri yaşandı. Bu dönemlerde, yaz aylarında bir damla bile yağmur düşmeyen aşırı kuraklık dönemleri ve bazı kış aylarında yaşanan aşırı soğuklar, salgın hastalıkların ortaya çıkmasına ve büyük hayvan ölümlerine yol açıyordu. Örneğin, 627 yılında Göktürk ülkesinde yoğun kar yağışı oldu ve bu durum koyunların ve atların büyük bir kısmının ölümüne neden oldu. Benzer şekilde, 685 yılında Oğuzların yurdunda büyük bir kuraklık yaşandı. Bu kuraklık sonucunda, atların ve sığırların yaklaşık yüz de yedisi veya sekizi öldü (Koca, 2002: 635). Bu olaylar, iklim değişikliklerinin toplumlar ve ekosistemler üzerinde ne kadar büyük etkileri olabileceğini göstermektedir. Bu nedenle, iklim değişikliklerine karşı uyum sağlama ve bu tür olaylara hazırlıklı olma konusunda stratejiler geliştirmek önemlidir.

İklim değişikliği, yer ve zaman fark etmeksizin insanların hayatlarını iyi veya kötü olarak değiştirdiği muhakkaktır. Orta Asya'da yaşanan iklim değişikliğinde kimi toplulukları yerlerini değiştirerek bu süreçten kurtulabilmişlerdi. Kimi topluluklar ise yaşamlarını aynı yerde farklı yollar, yeni üretim teknikleri ve yeni üretim alanları oluşturarak kurtulabilmişlerdi. Bazıları ise bu mücadeleden mağlup olarak çıkmış ve tarihin sayfasında yerini almışlardır.

Anadolu'nun komşusu olan Suriye ve Filistin bölgesinde de iklim değişikliğinin sonucu olan kuraklık, kıtlık ve salgın hastalıkları geçmişte görmek mümkündür. Örneğin, 1292 ile 1296 yılları arasında Suriye ve Filistin dolaylarında yaşanmış, kuraklık ve kıtlık buna örnek gösterilebilir. Bu dönemde insanların susuzluktan dolayı ölümlerine rastlanılmıştı (Gökhan, 1998: 161-166). Yukarıdaki örnekler gösteriyor ki geçmişte insanlar farklı coğrafya ve farklı zamanlarda iklim değişikliğine maruz kalmışlardır. İklim değişikliklerinin yarattığı sorunlarla başa çıkmak için insanlar farklı yöntemler denemişlerdir. Bazıları yaşadıkları yerleri terk ederek daha uygun iklim koşullarına sahip bölgelere yerleşmeyi seçmiştir. Bazıları da tarım ve hayvancılık gibi faaliyetlerinde değişiklik yaparak sorunu hafifletmeye çalışmıştır.

## 2. OSMANLI DEVLETİ VE KÜÇÜK BUZUL ÇAĞI

Küçük Buzul Çağı, günümüzün şekillenmesinde önemli bir rol oynayan, “son ısınma”dan önceki soğuk dönemdir. Küresel ölçekte gözlemlenen bu dönem, sıcaklıkların bugünkü seviyelere göre 1-1,5°C azaldığı bir soğuma dönemi olarak tanımlanmaktadır. Başlangıç ve bitiş tarihleri konusunda farklı görüşler olmasına rağmen, genellikle M.S. 1300 ile 1850 yılları arasında yaşanan iklim değişikliği olarak kabul edilir. Bu dönemde, insanlık tarihinin büyük siyasi ve ekonomik olayları olan kıtlık, göç, büyük ve uzun süreli savaşlar, salgın hastalıklar yaşanmış ve kayıt altına alınmıştır.

Küçük Buzul Çağı, üç farklı periyoda ayrılmıştır ve bu dönemlerde güneş lekesi sayısının minimuma indiği ve büyük volkanik aktivitelerin yaşandığı dönemler öne çıkmaktadır. Bu dönemler şunlardır: Spörer Minimumu: M.S. 1420 - 1570 yılları arasında güneş lekesi sayısının azaldığı dönem, Muander Minimumu: M.S. 1645 - 1715 yılları arasında güneş lekesi sayısının azaldığı dönem, Dalton Minimumu: M.S. 1795 - 1823 yılları arasında güneş lekesi sayısının azaldığı dönem. Bu dönemde iklim özelliklerinde mevsimler arası farklılıkların arttığı görülmektedir. Zaman zaman şiddetli kuraklıklar yaşanırken, aynı zamanda aşırı yağışların getirdiği afetler de sıkça karşılaşılan bir durum haline gelmiştir. Ekstrem iklim olaylarının sıklığı da artmıştır. Özellikle sıcaklık düşüşleri, tarım bitkilerinin gelişim dönemlerine denk gelmesiyle, tarıma dayalı ekonomiler daha kırılgan hale gelmiştir. Bu durum, kıtlık, açlık, savaş, ayaklanma, salgın hastalıklar ve göçler gibi olayları beraberinde getirmiştir. Bu olaylar, Küçük Buzul Çağı'nda olağan hale gelmiştir (Gönençgil-Vural, 2016:13-14). Küçük Buzul Çağı, kıtlık ve kuraklıklarla birlikte düzensiz yağışlar yağmaya başladı. Yağışlar, yaz ve sonbahar aylarında sık ve aralıklı taşkın ve sellere neden oldu (Tabak, 2010:226). Bilim insanları, Küçük Buzul Çağı'nın dünya genelinde çeşitli olayları tetiklediğini belirtmektedir. Bu olaylar arasında, 17. yüzyılın başında Rusya'da yaşanan aşırı soğuklar ve kötü hasatlar sonucu ortaya çıkan ciddi bir veraset krizi, topraktan kaçış, kıtlık ve kaos yer almaktadır. Ayrıca, Çin'deki Ming-Qing hanedan değişimi ve ardından yaşanan iç savaşlar, 1630 ve 1640'larda İngiltere'deki iç savaşlar ve Avrupa'daki 30 Yıl Savaşları, Fransız İhtilali, Napolyon Savaşları ile İrlanda Patates Kıtlığı gibi birçok tarihi olayın Küçük Buzul Çağı tarafından tetiklendiği ifade edilmektedir (Lamb, 1995).

16. yüzyılın sonlarına doğru Küçük Buzul Çağı'nın getirdiği düzensiz iklim dalgalanmaları başladı. Soğuk, kuru kışlar ile ilkbaharlar giderek daha sık ve sert hale geldi. Bu durum, Anadolu tarımı için yıkıcı sonuçlara yol açtı. Osmanlı Devleti, artık ciddi ve yaygın hasat kıtlıklarıyla baş etmek zorunda kaldı. 1590'lardaki krize kadar, 1564-1565, 1570-1571, 1574, 1579 ve 1583-1585 yıllarında olmak üzere, her üç ila beş yılda bir kıtlık ve kuraklıkla mücadele etmek zorunda kaldı (White, 2013: s.122). 1574 yılında yaşanan krizi Vakanüvis Mustafa Ali, Hz. Yusuf zamanında yaşanan kuraklığa benzetmişti (Gelibolulu Mustafa Ali, 2000: 240). Anadolu'da yaşanan kıtlık genellikle kuraklık neticesinde ortaya çıkmış ve halkın temel ihtiyaç maddesi olan hububat veya zahire ihtiyacı sıkıntısını arttırmıştı (Kılıç, 2002:717-721). Az yağışlı bir dönemin ardından, su kaynaklarının azalması ve zararlı canlıların artması, su kaynaklarının bozulmasına veya tamamen ortadan kalkmasına neden oldu. Bu durum, bölgede yaşayan insanları, en temel ihtiyaçları olan suyun yokluğu nedeniyle yaşadıkları yerlerden farklı bölgelere zorunlu bir göçe mecbur bıraktı (Karademir, 2013:32-33).

Küçük Buzul Çağı'nın soğuk kışları ve kuru ilkbaharları, Osmanlı Devleti'nde hem hububatı hem de hayvanları olumsuz etkilemiştir. Bu dönemde, Kuzey Anadolu ve Bulgaristan'da birçok koyun donarak ölmüştür. Bu iklim olayları, Osmanlı tarihindeki en büyük isyan dalgası olan Celali İsyancıları'na da yansımaları olduğu araştırmacılar tarafından ifade edilmektedir. İsyanın başlamasıyla ve beraberinde Küçük Buzul Çağı'nın dondurucu kışları, binlerce Osmanlı vatandaşını kıtlığa, kaçışa ve ölüme sürüklemiştir. Ancak, bu olayların tek sebebi iklim değildir. Osmanlı tarihindeki en büyük isyan dalgası olan Celali İsyancıları'nı tetikleyen sebeplerden biridir. Bu durum, iklim değişikliklerinin sadece doğal dünyayı değil, aynı zamanda sosyal ve politik yapıları da derinden etkileyebileceğini göstermektedir. 1593'te Yakın Doğu, Küçük Buzul Çağı'nın en soğuk hava koşullarından bazılarını maruz kalmıştır. Bu durum, özellikle Anadolu'yu ağır bir şekilde etkilemiştir. Küçük Buzul Çağı'nın hava koşulları, büyük bir kuraklık döneminden daha kötü bir kıtlığı tetikleyerek krizi alevlendirmiştir. 17. yüzyılın başında, İstanbul'da yaşanan kuraklık o kadar şiddetlendi ki, sadrazam devlet erkânını yeni bir yağmur duasının başını çekmesi için Divan-ı Hümayun toplantısına ara verilmesini talep etmiştir (White, 2013: 145-250).

1870'lerde Anadolu'da büyük bir kıtlık meydana gelmiş, bu kıtlıkla birlikte soğuk ve kurak hava Anadolu'nun iç kesiminde hayvanları etkilemiştir. 1874 yılında ise kuraklık ve ardından gelen yağmur ve sel baskınları, kış mevsiminde Anadolu'nun birçok yerinde hububat ekimine zarar vermiştir. Mahsul alamayan köylüler büyük sıkıntılar yaşamıştır. Kuraklık nedeniyle Malatya, Maraş, Diyarbakır vilayetlerine bağlı yerleşim birimlerinde kıtlık görülmüş ve yardım taleplerinde bulunulmuştur (Tekin, 2015:331-332). Yaşanan bu olaylar, iklim değişikliklerinin tarım ve yerel ekonomiler üzerinde ne kadar büyük bir etkisi olabileceğini göstermektedir. Anadolu ve çevresinde insanların en temel ihtiyaçları olan su, tahıl ve küçükbaş hayvanların büyük bir kısmını yok olması beraberinde, halkı kıtlığa, göçe ve ölüme sürüklemiştir.

### **2.1. Küçük Buzul Çağı'nın Osmanlı Devleti'ne Etkileri ve Alınan Tedbirler**

Küçük Buzul Çağı'nın başladığı dönemde Celali İsyanlarının başlaması hiç şüphesiz Osmanlı Devleti'nin içindeki sorunu daha da büyük bir boyuta taşımıştır. Celali İsyanlarının sebepleri çeşitli nedenlere dayanmaktadır. Bunların arasında en bilinenleri, toplum içindeki anlaşmazlıklar, tımar sisteminin bozulması, ateşli silah kullanan ücretli askerlere duyulan ihtiyaç, uzun süren savaşlar, devlet hazinesinin nakit sıkıntısı nedeniyle halktan haksız ve aşırı vergi alınması, yanlış politikalar, Avrupa'nın coğrafi keşiflerle yeni ticari politikası ve bunların Osmanlı'ya yansımaları olarak ifade edilmektedir<sup>4</sup>. Yeni yapılan araştırmalara göre, Celali İsyanlarına etki eden bir diğer faktör de bu dönemde yaşanan iklim değişikliği olduğu belirtilmektedir.

1591 sonlarından itibaren ilk kuraklık mevsiminin ardından eşkıyalık olayları hızla artmış ve 1596 başlarına kadar her yıl ivme kazanarak Celali İsyanları'nı etkilemiştir. Eşkıyalık, özellikle Orta Anadolu civarında artmıştır. Büyük kuraklıkla birlikte gelen kıtlık ve şiddet, kırsal kesimden büyük bir göç

---

<sup>4</sup> Celali isyanları için bkz. Akdağ, M. (2013). *Türk Halkının Dirlik ve Düzenlik Kavgası: Celali İsyanları*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. Cezar, M. (2013). *Osmanlı Tarihinde Levendler*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları. İlgürel, M. (1993). "Celâlî İsyanları". *Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, 7, İstanbul, 252-257. Cezar, M. (2013). *Osmanlı Tarihinde Levendler*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları; Griswold, W. J. (2000). *Anadolu'da Büyük İsyân (1591-1611)*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, (Çev: Ülkün Tansel).



dalgasına yol açmıştır (Griswold, 2000: 39-40). Topraksız ve çaresiz insanlardan bazıları şehirlere sürüklenirken, diğerleri hırsızlık ve eşkıyalığa yönelmiştir. Anadolu ve Balkanlar'ın her yanında küçük çeteler, genellikle yakın köylerden para ve yiyecek çalarak kırsal kesimi yağmalamıştır. Kuraklık 1596 sonlarında sona ermiş olsa da, Osmanlı Devleti'nde koşullar daha da kötüleşmiştir. İsyen çetelerinin büyümesi ve saldırılarının daha da cesur hale gelmesi, taşra kasabaları ve köylerine artan bir zarar vermiştir. Bu şiddetle birlikte, köylerden kentlere göçler başlamıştır (White, 2013: 115-116, 210, 225).

Kriz dönemlerinde devletler, gıda üretimi ve tüketimi üzerinde çeşitli politikalar uygulayarak kontrol sağlamıştır. Bu politikalar, tekelleşme, zorla satın alma, ithalat ve vergi indirimi gibi yöntemler içermiştir. Osmanlı Devleti de, kendi iktisadi düşüncesine göre krizlere çözüm aramıştır. Osmanlı iktisadi sistemi, fiskalizm, provizyonizm ve gelenekçilik olmak üzere üç temel öğeye dayanmıştır. Fiskalizm, devlet hazinesinin düzenli gelir sağlamasını ve vergi kaçığının önlenmesini amaçlamıştır. Provizyonizm, halkın temel ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamak için devlet ambarları, ithalat ve tohum desteği gibi önlemler almıştır. Gelenekçilik ise, devlet sisteminin devam etmesini ve halkın sıkıntıya girmemesini sağlamak için vergi indirimi, zorla satın alma ve ürün piyasaya sürme gibi uygulamalar yapmıştır (Genç, 2000: 43-52).

Osmanlı döneminde, iklim değişikliği nedeniyle gıda krizleri yaşandı. Devlet ve halk, bu krizleri çözmek için çeşitli yöntemler denedi. Devlet, devlet ambarları, ithalat, vergi indirimi ve tohum desteği gibi politikalarla halkın ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştı. Halk ise, yeni ürünler yetiştirme, ürün çeşitlendirme, depolama ve beslenme alışkanlıklarını değiştirme gibi tedbirler aldı. Ancak, bu çabalar, iklim değişikliğinin etkilerini tamamen ortadan kaldırmaya yetmedi (Karademir, 2013:203-245).

16. yüzyılın sonlarındaki, sıkıntıları hafifletmek amacıyla devlet, tahıl akışının yönünü değiştirmeye yönelik özel geçici tedbirler aldı. Ancak, 1590'daki kriz sırasında devletin ulaşım kısıtlılığı ve merkezi idarenin düzeni sağlamaya çalıştığı bir ortamda ciddi kıtlıklar yaşanması, kaosa neden oldu. Osmanlı'daki kıtlık ve kuraklık, ölümcül bir hastalık olan vebayı da beraberinde getirdi. 1560'larda Halep, 1572-1574'te Kıbrıs ve Edirne,

1577’de Erzurum ve 1584 – 1585’te İstanbul’da veba görülmüştür (White, 2013: 126-134). 16. Ve 17. Yüzyıllarda veba salgını Osmanlı Devleti’nin hemen her bölgesinde görülebiliyordu. Ancak Selânik, Kıbrıs, Erzurum, Manisa, Karaman ve Erdel’deki veba salgınlarının büyük miktarda insan kaybına yol açtığı anlaşılmaktadır (Kılıç, 2004: 56).

1567-1568 kışında et krizi öyle bir noktaya ulaştı ki, tüm Rumeli halkına sadece sığır ve keçi eti yeme talimatı verildi ve koyun kesmeleri yasaklandı. Arşiv belgelerinde, 1593 yılından itibaren buğday, bal, meyve ve özellikle koyun eti gibi temel ihtiyaç maddelerinde büyük, hatta kalıcı sıkıntılar yaşandığına dair acil emirler bulunmaktadır (White, 2013: 144-203).

Kuraklık, kıtlık ve eşkıyalık gibi olaylar, nüfusun yaşadığı yerleri terk etmesine ve dolayısıyla şehirlerdeki nüfusun azalmasına yol açtı. Örneğin, 1570’lerden 1640’lara kadar Samsun, Konya, Kayseri ve Harput’taki nüfus, ortalama olarak %63 oranında azaldı. Aynı şekilde, 1576 yılında 3326 olan Amasya şehri nüfusu, 1642 yılında 1736’ya düşerek %48 oranında azalmıştır. Yine, Bozok sancağındaki nüfus da 1560-1570’lerdekine kıyasla 1640’larda %78 oranında azalış göstermiştir (Karademir, 2013:269). Bu durum, dönemin zorlu yaşam koşullarının bir sonucu olarak görülebilir Harput’tan göç eden nüfusun daha büyük şehirlere yerleştiği bilinir. Özellikle Kayseri’deki bir mahallenin Harput adını taşıması, Harput’tan göç eden nüfusun bu mahallenin kuruluşunda önemli bir rol oynadığını gösterir (Uzun, 2016: 120-121). Malatya’da da benzer bir durum yaşanmıştır. Ünlü Seyyah Evliya Çelebi, H.1065 (M.1654-1655) yılında Malatya yakınlarındaki Hasan Badrak köyüne vardığında, burada yaşayan halkın sert kış koşulları nedeniyle köyü terk edip dağlara çekildiğini ve askeri atların aç kaldığını seyahatnamesinde belirtmiştir (Evliya Çelebi, 2001: 11). Bu durum, doğal afetlerin ve sosyal olayların demografik yapı üzerinde ne kadar büyük bir etkisi olabileceğini göstermektedir.

Şehir nüfuslarının hızla artması, büyük sorunları da beraberinde getirdi. Küçük Buzul Çağı’nda yaşanan kriz sonrasında üç önemli değişim gözlemlendi. İlk olarak, yarı kurak bölgenin büyük bir kısmı çiftçilikten hayvancılığa geçiş yaptı. İkinci olarak, toplam nüfus azalırken, ölüm oranının yüksek olduğu şehir alanlarına kırsal kesimden nüfus hareketi hızlandı. Üçüncü olarak, özellikle Amerika kıtasının keşfi ile birlikte dünyaya yayılan yeni ürünler, Osmanlı Devleti’nin büyük bir kesiminde çiftçilik geçimlik

tahılın tek ürünü oluşturduğu bir yapı yerine çeşitlenmiş, ticarileşmiş ve çoğu durumda ihracat yönelimli tarıma dönüştü. 16. Yüzyıl sonlarından sonra gelen 17. Yüzyıl krizi, hayvancılık ve tarımsal ürünlerin çeşitlendirilmesini teşvik etti (Tabak, 2010:235). Yaşanan krize karşı hem devlet hemde halk çeşitli yollar geliştirmişlerdi. Osmanlı Devleti, ekonomik sorunlara çözüm bulmaya çalışsa da, tarım ağırlıklı bir ekonomik yapıda bu sorunların üstesinden gelmek mümkün olmamıştır. Sanayi öncesi ekonomilerde teknoloji gelişmemiş, iletişim ve ulaşım olanakları kısıtlıdır. Bu nedenle, uygulanan yöntemler yaşanan sorunları sadece geçici olarak hafifletebilmiştir.

### **3. TRB1 BÖLGESİNİN TARIM VE HAYVANCILIK VERİLERİ**

Günümüzde ve gelecekte meydana gelebilecek iklim değişikliklerine bağlı uyum ve adaptasyon süreçleri, geçmişte bölge halkının geçim kaynaklarını oluşturan temel tarımsal ürünlerin bilinmesi gerekliliğini ortaya koyar. Bu, alınacak önlemler ve yapılacak altyapı hazırlıkları için önemlidir. TRB1 bölgesi, Bingöl, Elazığ, Malatya ve Tunceli illerinden oluşur. Bu iller arasında, Bingöl hariç, geçmişe dair tarımsal veriler bulunmaktadır.

Arşiv kayıtlarına göre, bugünkü Elazığ'ın eski yerleşim yeri olan Harput ve çevresi, 1518 kayıtlarına göre ekonomik yaşamında tarımın hâkim olduğu bir bölgeydi. 1518'de Harput sancağında; buğday 8.318.448 kg, arpa 3.348.068 kg, darı 1.132.214 kg, mercimek 1.615.195 kg, şıra (üzüm) 12.415.620 kg, meyve 9.286.910 kg ve pamuk 1.615.195 kg olarak kaydedilmiştir. 1566 tarihli üretim verileri ile 1518 tarihli veriler karşılaştırıldığında, Harput sancağında buğday ve arpa üretiminde %50'ye varan bir artış, darıda %50'ye ve pamukta ise %75'e varan bir azalma görülmüştür. Bu durum, insanların daha az su tüketen ürünlere yönelmiş olabileceğini göstermektedir. Harput Sancağı'nda alınan vergilerden elde edilen hayvancılık verileri incelendiğinde, 1523'te 141.484 adet koyun, 1566'da ise 260.000 adet koyun yetiştirildiği görülmektedir. Ayrıca, Harput ve çevresinde arıcılık da yapılmaktaydı. 1518'de devlet, arıcılıkla uğraşanlardan 737 akçe vergi alırken, bu miktar 1566'da 10.413 akçeye yükselmiştir (Ünal, 1989: 116, 137, 123). Alınan vergi oranı değişmediği için üretim de bir artış olduğu anlaşılmaktadır.

Günümüzde Tunceli ili, 16. yüzyılda Çemişgezek Sancağı'nın bir parçasıydı ve geniş bir alanı kapsıyordu. Sancağın batı sınırı Fırat, doğu sınırı

Peri Suyu, güney sınırı Murat Nehri ve kuzey sınırı Munzur Dağları idi. Bugünkü Tunceli ilinin tamamı, Erzincan'ın Kemaliye ilçesi ve Malatya ilinin bazı bölgeleri Çemişgezek sancağına dâhildi (Ünal, 1999: 26). Çemişgezek Sancağı'nda buğday üretimi 1518'de 11.581.705 kg, arpa ve darı 5.494.660 kg, pamuk 10.841 kg, şıra 629.603 kg idi. 1541'de ise 10.306.471 kg buğday, 5.558.267 kg arpa ve darı üretildi (Ünal, 1999: 106). Hayvancılıkta ağırlıklı olarak koyun yetiştiriliyordu. 1518'de 146.000 adet, 1523'te 210.000 adet, 1541'de 240.000 adet, 1566'da ise 330.000 adet koyun yetiştirildiği kaydedilmiştir. Ayrıca, arıcılık da yaygındı ve 1541'de 65.525 okka<sup>5</sup> (84.003 kg), 1566'da ise 29.885 okka (38.312 kg) bal üretimi gerçekleştirildi (Ünal, 1999: 112).

Arşiv kayıtlarına göre, 1530'da Malatya ve çevresinde yıllık olarak 10.798.616 kg buğday, 11.852.352 kg arpa, 3.524.000 kg darı, 93.129 kg mercimek, 104.419 kg nohut, 213.971 kg burçak, 1.495.555 kg pamuk, 57.880 kg çeltik yetiştirildi. 1560'ta ise buğday üretimi 1.470.088 kg, arpa 7.884.287 kg, darı 1.931.255 kg, pamuk 2.092.760 kg, çeltik 221.668 kg oldu ve az miktarda keten yetiştirildi. Şehirde ayrıca üzüm yetiştiriciliği yapılmakta olup, 1560'ta 382.800 adet üzüm çubuğu (kökü) olduğu kaydedilmiştir. Malatya'da 1530'da 207.106 adet koyun ve 11.756 adet arı kovanı bulunurken, 1560'ta ise 191.332 adet koyun ve 20.723 adet arı kovanı mevcuttu (Göğebakan, 2002: 331-353). 16. yüzyıl verilerine göre Harput, Çemişgezek ve Malatya'da üretim miktarlarına göre tarım ürünleri sırasıyla buğday, arpa, üzüm, mercimekti. Bölge halkı ağırlıklı olarak küçükbaş hayvan yetiştirmekteydi. Yine bölgede arıcılık yapılmakta olup, Malatya diğer yerlere kıyasla daha fazla kovan sayısına sahipti.

TRB1 Bölgesinde yer alan şehirlerin Osmanlı'nın son dönemindeki tarımsal istatistiklere göre yetiştirilen ürün tür ve miktarları ise şu şekildedir.

<sup>5</sup> Okka: 1,282 gr tahmini olarak gelmekteydi. Ayrıntılı bilgi için bkz. (Kallek, 2007:338-339).

**Tablo 1:** TRB1 Bölgesinin 1909'da Nüfus, Tarım ve Hayvancılık İstatistikleri

	Nüfus	Buğday (Ton)	Arpa (Ton)	Darı (Ton)	Pirinç (Ton)	Pamuk (Ton)	Tütün (Ton)
Bingöl <sup>6</sup>	17.160	40.359	2.437	1.780	2	37	149
Elazığ <sup>7</sup>	173.296	48.865	16.607	3.246	331	906	38
Malatya <sup>8</sup>	110.146	31.277	12.060	1.363	2.225	785	1.161
Tunceli <sup>9</sup>	66.715	13.098	4.970	878	7	214	148

Kaynak: *Osmanlı Dönemi Tarım İstatistikleri, 1909,1913 ve 1914*, Yayına Hazırlayan: Tevfik Güran, Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Yayınları, Ankara, 1997, s. 28-29, 32-33, 52-53.

**Tablo 2:** TRB1 Bölgesinin 1909'da Tarım ve Hayvancılık İstatistikleri

	Bağcılık Üzüm (Ton)	İpek (Ton)	Arıcılık		Küçükbaş Hayvan Sayısı <sup>10</sup>	Büyükbaş <sup>11</sup> Hayvan Sayısı	Kişi başı Küçükbaş Hayvan Oranı	Kişi başı Büyükbaş Hayvan Oranı
			Kovan Adet	Bal (Ton)				
Bingöl	22	5	10491	53	223.509	12.001	13,025	0,699
Elazığ	3151	110	12563	42	239.305	69.464	1,380	0,400
Malatya	14126	52	25000	85	305.307	66.683	2,771	0,605
Tunceli	1299	4	7763	26	191.543	56.095	2,871	0,840

Kaynak: *Osmanlı Dönemi Tarım İstatistikleri, 1909, 1913 ve 1914*, Yayına Hazırlayan: Tevfik Güran, Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Yayınları, Ankara, 1997, s.67-74.

Yukarıdaki tarımsal verilere göre, Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde bölge halkı ağırlıklı olarak hububat ekimi yapmaktaydı ve bu ürünler arasında buğday ve arpa ilk sırayı almaktaydı. Hayvansal ürünlerde ise küçükbaş hayvancılık ilk sıradaydı ve halk, yüzyıllar geçmiş olsa da geçimini bu iki kaynaktan sağlamaktaydı. TRB1 bölgesinde büyükbaş hayvanlar genellikle tarlaları sürmek için kullanılan koşum öküzüydü. Örneğin, Malatya'da koşum öküzü sayısı 35.765, Elazığ'da ise 26.380'di. Yukarıdaki verilerden de görüldüğü gibi, arıcılık geçmişte bölgede yaygındı.

<sup>6</sup> Bingöl, Genç, Kulp.

<sup>7</sup> Mamuratülaziz (Elazığ), Kemaliye, Harput, Arabgir, Keban, Pütürge.

<sup>8</sup> Malatya, Akçadağ, Besni, Hınımansur (Adıyaman), Kahta.

<sup>9</sup> Tunceli, Hozat, Ovacık, Çarsacak, Çemişgezek, Nazımiye, Mazgirt.

<sup>10</sup> Koyun, Kıl Keçi, Tiftik Keçi.

<sup>11</sup> Sığır, Koşu Öküzü, Manda, Koşu Mandası

Kovan sayısı olarak Malatya ilk sıradaydı. Bölgede, kovan başına bal üretimi bakımından Bingöl 5,05 kg ile ilk sıradaydı ve Bingöl'ü sırasıyla Malatya 3,4 kg, Elazığ ve Tunceli 3,3 kg'lık üretimle izlemekteydi. 1909 yılı istatistiklerine göre kişi başına düşen bal miktarı Bingöl'de 3 kg, Malatya'da 0,77 kg, Tunceli'de 0,38 kg, Elazığ'da ise 0,24 kg'dı. 1909 verilerine göre Bingöl'de arıcılık, diğer şehirlere kıyasla daha verimliydi.

1523'te Harput ve çevresinin nüfusu yaklaşık 50 bin (Aksın, 1999:154), Malatya kazasının ise 1530'da 35 bin civarında idi (Göğebakan, 2002: 192). Aynı şekilde, bugünkü Tunceli'nin 1523'teki tahmini nüfusu 46 bin civarında idi (Ünal, 1999:72). Nüfus verileri, insanların gelirlerini temin ettikleri ve temel tüketim malzemesi olan hayvan sayıları ile oranlandığında, 16. yüzyılda küçükbaş hayvan sayısı Harput'ta kişi başına 4 adet, Malatya'da 6 adet, Çemişkezek sancağında ise kişi başına 4,5 adet olarak belirlenmiştir. 1909 yılı verilerine göre ise TRB1 bölgesinde küçükbaş hayvan sayısı kişi başına Bingöl'de 13 adet, Tunceli'de 2,8 adet, Malatya'da 2,1 adet ve Elazığ'da ise 1,3 adet idi. 19. yüzyıl verileri ile 16. yüzyıl verileri karşılaştırıldığında, kişi başına düşen küçükbaş hayvan sayısında zamanla büyük bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Bölgede zamanla küçükbaş hayvancılığın yerini büyükbaş hayvancılık almıştır. Bu veriler, her şehrin tarım ve hayvancılık faaliyetlerinde farklı ürün ve hayvan türlerine odaklandığını göstermektedir. Bu da bölgenin ekonomik çeşitliliğini ve adaptasyon yeteneğini ortaya koymaktadır.

**Tablo 3:** TRB1 Bölgesinin 2017-2022 Tarım ve Hayvancılık İstatistikleri

Yıl	Şehir	Büyükbaş Hayvan Sayısı	Küçükbaş Hayvan Sayısı	Bal (Ton)	Buğday Üretimi (Ton)	Arpa Üretimi (Ton)	Üzüm Üretimi (Ton)
2017	Malatya	171.963	339.987	950	90.019	56.803	13.063
	Elazığ	159.135	603.377	682	99.169	118.747	55.863
	Bingöl	137.512	504.732	1029	25.126	954	1183
	Tunceli	28.516	336.518	762	15.606	20.925	3025
2020	Malatya	176.729	359.599	476	110.128	70.246	22.812
	Elazığ	209.142	854.456	585	133.533	131.013	94.463
	Bingöl	144.550	720.852	1836	14.984	11.921	640
	Tunceli	37.086	432.565	682	20.196	18.504	2869
2022	Malatya	173.820	369.262	600	97.272	80.176	16.146
	Elazığ	170.471	924.201	611	127.368	140.231	77.439
	Bingöl	119.672	668.994	1489	21.765	5243	784
	Tunceli	24.491	519.943	963	21.647	19.909	2725

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr> (Erişim Tarihi:19.07.2023).

**Tablo 4:** TRB1 Bölgesinde Hayvancılık Üretiminin Nüfusa Oranı

Yıl	İl	Toplam Nüfus	Kişi başı Büyükbaş Hayvan Oranı	Kişi başı Küçükbaş Hayvan Oranı	Kişi Başı Bal Üretimi (Kg)
2017	Malatya	786.676	0,218	0,432	1,2
	Elazığ	583.671	0,272	1,033	1,2
	Bingöl	273.354	0,503	1,846	3,8
	Tunceli	82.498	0,345	4,079	9,2
2020	Malatya	806.156	0,219	0,446	0,6
	Elazığ	587.960	0,355	1,453	1,0
	Bingöl	281.768	0,513	2,558	6,5
	Tunceli	83.443	0,444	5,183	8,2
2022	Malatya	812.580	0,213	0,454	0,7
	Elazığ	591.497	0,288	1,562	1,0
	Bingöl	282.556	0,423	2,367	5,3
	Tunceli	84.366	0,290	6,162	11,4

**Kaynak:** <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr> (Erişim Tarihi:19.07.2023).

Günümüzde TRB1 bölgesinde, geçmişte en çok yetiştirilen ürünlerle karşılaştırıldığında, hububat üretimi hala ilk sıralarda yer alıyor. Bu ürünler arasında buğday üretiminin yerini arpanın aldığı görülüyor. Bu değişimin temel sebebi, besi hayvancılığının artmasıdır. 1905'te Malatya'da üzüm üretimi 14.126 ton ile ilk sıradayken, günümüzde üzüm üretiminde Elazığ ilk sıradadır. Malatya'da üzüm bağlarının yerini zamanla kayısı bahçeleri almıştır. Elazığ'daki üzüm üretim miktarları incelendiğinde, yıldan yıla büyük farklılıklar görülüyor. Örneğin, 2017'de 55.863 ton olan üretim, 2020'de %69'luk artışla 94.463 tona çıkmış, 2022'de ise 2020'ye göre %18'lik bir azalışla 77.439 tona düşmüştür. Üzüm yetiştirilen alanların tahıl gibi yıldan yıla değişmemesi, üretim miktarlarındaki değişimlere engel olmaktadır. Ancak üzüm üretiminde, iklim değişikliğine bağlı olarak her yıl yaşanan doğa olayları sonucunda yetiştirilen ürün miktarlarında yıldan yıla büyük farklılıklar ortaya çıkmıştır. TRB1 bölgesindeki önemli bir diğer ürün ise baldır. Bal üretimi ise diğer ürünlere göre doğanın hassas dengesine bağlı olarak yapılmaktadır. İklim şartları iyi olduğu zaman verim artmakta, iklim değişimlerinde ise verimde ciddi miktarlarda değişimler yaşanmaktadır. TRB1 bölgesinde bal üretim miktarına göre Bingöl ili ilk sıradadır. Bingöl'ü Tunceli izlemektedir. Toplam il nüfusu kişi başı bal üretim miktarına göre ise

Tunceli ili ilk sıradadır. Toplam il nüfusuna göre bal üretiminde en az olan il ise Malatya'dır. İklim değişikliğinin en fazla etkilediği ürün bal olmuştur. Bunu bal üretimindeki yıldan yıla yaşanan üretim farklarından tespit etmek mümkündür. Örneğin, bal üretiminde TRB1 lideri olan Bingöl'de 2017'de 1029 tonluk bal üretimi yapmış iken 2020'de 1836 ton ile %78'lik artış olmuş, 2022'de ise 1489 tonluk üretim ile 2020'ye göre %19'luk bir azalma olmuştur. Aynı şekilde Tunceli'de 2017'de 762 ton olan bal üretimi, 2020'de 682 tona düşmüş, 2022'de ise 2020'ye göre % 42'lik artışla 960 tona çıkmıştır. Bal üretimindeki artış ve azalışların farklı illerde de benzer şekilde üretim miktarını etkilemesi, iklim değişikliğinin belki de en somut yansıması olarak dikkat çekmektedir.

## SONUÇ

İklim değişikliği, tarihin çeşitli dönemlerinde insanların mücadele etmek zorunda kaldığı doğal bir olaydır. İlk insanlardan günümüze kadar bu sorun, değişik şekillerde insanların yaşam koşullarını değiştirmiş veya dönüştürmüştür. Bu değişime uygun çözüm yolları bulan toplumlar varlıklarını sürdürürken, doğru yöntem ve çözümler geliştiremeyenler tarih içerisinde yok olmak zorunda kalmışlardır. Geleceğimizi güvence altına almak için geçmişten ders çıkarmalı ve eski uygarlıkların bize bıraktığı bilgileri değerlendirmeliyiz. Bu nedenle, geçmişte yaşamış insan topluluklarının geride bıraktığı idari, siyasi, ekonomik ve sosyal alanlardaki bilgileri objektif bir şekilde inceleyerek yeni bilgiler ortaya çıkarılmalıdır. Bu bilgiler sayesinde iklim değişikliğinin yaratacağı sorunlara daha kolay çözüm bulabiliriz. Bu bilgilerle insanlar, karşılaşılabilecek sorunları çözmede daha rahat hareket edebilirler.

Anadolu ve çevresinde yaşamış olan eski topluluk ve devletler, iklim değişikliğiyle mücadele etmek için çeşitli önlemler almışlardır. Bu önlemler arasında; buz çağına ateş yakmak ve hayvan postu giymek, buz çağı sonrasında ekip biçmek ve bitki yetiştirmek gibi yenilikler vardır. Bu yenilikler sayesinde insanlar, diğer canlılardan farklı olarak akıl ve bilgi kullanarak hayatta kalmayı başarmışlardır. Günümüzde de besin, barınak ve bakım gibi temel ihtiyaçlarımız için farklı seçenekler, sektörler ve uygulamalar geliştirmeliyiz. Örneğin kuraklığa dayanıklı tahıl çeşitleri yetiştirmek veya tabiatın sunduğu yeni bitki türlerinden faydalanmak gibi. Bu konularda bölgesel olarak farklılıklar göz önüne alınmalı ve iklim koşullarına



uygun araştırmalar yapılmalıdır. İklim değişikliğiyle m¼cadelede hem devlet hem de birey sorumluluk almalıdır. Devlet, halkın elindeki fazla mal veya ¼r¼nleri piyasadan ¼ekerek depolamalı ve fiyat istikrarını sağlamalıdır. Ayrıca ¼zel sekt¼r¼ de bu konuda teşvik etmelidir. Devlet, aynı zamanda her şehirin ¼retim ve t¼kretim ¼zelliklerine g¼re ayrı ayrı politikalar belirlemeli veya bireysel girişimleri desteklemelidir.

Devlet, halka iklim değişikliğine uyum sağlamak i¼in gerekli malzeme, kredi ve tohum yardımı yapmalı ve tarım arazilerinin verimli şekilde kullanılmasını sağlamalıdır. Bireyler ise iklim değişikliğine karşı bilin¼li olmalı ve kendilerine sunulan imkanlardan yararlanmalıdır. G¼n¼m¼zde hem ¼lkemizde hem de d¼nyanın bir¼ok ¼lkesinde tohum bankalarının kurulması, gen kaynaklarının korunması ve gelecekte iklim değişikliklerine uyum sağlayabilecek şekilde yeniden ¼oęaltılması ¼nemli bir uygulamadır. Ancak tohum bankalarının işletme maliyetleri, artan sıcaklıklar nedeniyle y¼ksektir. Bu nedenle yenilenebilir enerji kaynakları kullanılmalıdır. Ayrıca, mevcut gen kaynaklarından yararlanarak ekstrem veya marjinal alanlarda deneme parselleri kurulmalıdır. G¼n¼m¼z teknolojisini ile ¼r¼nlerin uygun koşullarda daha uzun s¼re saklanabilmesi i¼in ¼alıřmalar yapılması gereklidir. Dolayısıyla, g¼n¼m¼zde y¼reler itibariyle iklim değişikliklerine uyum sağlamış bir veya birka¼ ¼r¼nden ihtisaslaşma, buna dayalı end¼strilerin kurulması, toplum metabolizması ¼alıřmaları ile yaşam d¼ng¼s¼n¼n oluşturulması, iklim değişikliğine uyum sağlamada ¼nemli bir uygulama olarak ¼nerilebilir.

Anadolu'da h¼k¼m s¼ren Hititler ve Osmanlı Devleti gibi ge¼miřte yaşamış toplumlar, iklim değişikliği ve bunun sonu¼larından etkilenmiş ve yaşanan zorlu s¼re¼ sonucunda ¼eřitli uygulamalar geliştirmişlerdir. Bu uygulama ve eylemlerden ders ¼ıkarmak ve faydalı modeller geliştirmek m¼mk¼nd¼r. ¼rneęin, Hititler iklim değişikliği sonucunda kuraklığı atlatmak i¼in komşu devletlerle anlaşma yaparak maden, el yapımı alet ve edevat ile dokumacılık ¼r¼nlerine karşılıklı ihtiya¼ duyulan hububat ve diğer malzemelerin değiş-tokuşunu veya ticaretini yaparak bu durumun ¼stesinden gelmeye ¼alıřmıřlardır.

İklim değişikliği ile ilgili ekstrem olayların yaşanması, iklim değişikliğine adaptasyonda risk y¼netimi ve kritik kontrol noktalarında

önlemler alınmasını gerektirmektedir. İklim değişikliğine adaptasyonda en önemli konulardan biri, yörenin geçmişteki ürün desenlerinin araştırılması ve yaygınlaştırılmasıdır. TRB1 bölgesinde geçmişten günümüze kadar buğday, arpa, mercimek, nohut, burçak gibi bitkisel ürünler ile üzüm, koyun ve arıcılık faaliyetlerine yer verildiği görülmektedir. Tarım ve hayvancılık alanında halkın yapacaklarının başında tek bir ürüne bağlı kalmadan yetiştirilecek ürünleri çeşitlendirmek gelmektedir. Bunun için uygun ürünler seçilmeli ve bölgede geçmişte çok yetiştirilen ve pazarı olan ürünlerin üretimi artırılmalıdır. Örneğin, Malatya’da geçmişte yetiştirilen üzüm miktarına göre günümüzde üzüm miktarında azalma olduğu görülmektedir. Bölgenin iklim yapısına uygun olan üzüm türleriyle üretimi artırılmalı ve uygun koşullarda depolanarak fiyat istikrarı sağlanmalıdır. Hububat ekimi, buğday ve arpa dışında çeşitlendirilmeli ve mercimek ve nohut başta olmak üzere diğer ürünlerin yetiştirilmesi teşvik edilmelidir.

Hayvancılık alanında kişi başına düşen küçükbaş hayvan sayısının tekrar artırılması önemlidir. Küçükbaş hayvanların otlayacağı mera ve otlaklar korunmalı ve bu konuda ciddi teşvikler verilmelidir. Arıcılık alanında özellikle bitki çeşitliliği ve üretim miktarı bakımından ileride olan Bingöl’de, arıcılık alanında desteklemeler ile organik bal üretimine yönelik çalışmaların desteklenmesi faydalı olacaktır. Aynı şekilde, Malatya ve Elazığ’da arıcılık faaliyetlerinin geliştirilmesi de önemlidir. Bu tür uygulamalar, iklim değişikliğiyle mücadelede ve sürdürülebilir bir tarım ve hayvancılık sektörünün oluşturulmasında kritik rol oynayabilir.

#### **KAYNAKÇA**

- AKSIN, A. (1999). *19. Yüzyılda Harput*, Elazığ.
- AYTBAYEV, A. (2002). “İlk Orta Asya Sakinlerinin Göç Süreçleri”, *Türkler Ansiklopedisi* 1, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, 664-671.
- BAKRIYANIK, R. B. (2016). “Deniz Kavimleri Hareketinde Kuraklık Teorisi Sorunu”, *Journal of History and Future*, 2/3, 37-49.
- BASKICI, M. M. (1998). “Evcilleştirme Tarihine Kısa Bir Bakış”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi* 53/1, 73-94.
- CHILDE, G. (2001). *Kendini Yaratan İnsan*, (Çev: Filiz Ofluoğlu) Varlık Yayınları, İstanbul.

DEMİREL, S. (2022). “Hitit Devleti’nin Çöküş Sürecinde İklimsel Dalgalanmaların Muhtemel Rolü”, *Zamanın İzleri: İklim Değişikliği*, (Editör: Mehmet Alaaddin YALÇINKAYA vd.), Karadeniz Teknik Üniversitesi Yayınları, 1-10.

EVLİYÂ ÇELEBİ, (2001). *Evlîya Çelebi Seyahatnamesi 4*, (Yay. Haz: Seyit Ali Kahraman, Yücel Dağlı), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

GELİBOLULU MUSTAFA ALİ (2000). *Künhû'l-Ahbâr*, 3, (Yay. Haz. Faris Çerci) Erciyes Üniversitesi Yay., Kayseri.

GENÇ, M. (2000). *Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi*, Ötüken Neşriyat, İstanbul.

GÖĞEBAKAN, G. (2002). *XVI. Yüzyılda Malatya Kazası (1516-1560)*, Malatya Belediyesi Yay., Malatya.

GÖKHAN, İ. (1998). *XIII. ve XIV. Yüzyıllarda Mısır ve Suriye’de Krizler, Kıtılıklar ve Vebalar*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Elazığ.

GÖNENÇGİL, B.- Vural. G. (2016). “Çevre Tarihi Açısından Küçük Buzul Çağı ve Sosyal Etkileri”, *UCAUM Uluslararası Coğrafya Sempozyumu*, 13-14 Ekim 2016, Ankara, 10-25.

GRISWOLD, W. J. (2000). *Anadolu’da Büyük İsyân (1591-1611)*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, (Çev: Ülkün Tansel), İstanbul.

GUMİLEV, L. N. (2005). *Hunlar*, Selenge Yayınları, (Çev. D.Ahsen Batur), İstanbul.

KALLEK, C. (2007). “Okka”, *Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, 33, İstanbul, 338-339.

KARADEMİR, Z. (2013). *Osmanlı İmparatorluğu’nda Darlık Ekonomisi ve Kıtılıklar (1560- 1660)*, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sivas.

KILIÇ, O. (2002). “Osmanlı Devleti’nde Meydana Gelen Kıtılıklar”, *Türkler Türkler Ansiklopedisi*, 10, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, 718-730.

KILIÇ, O. (2004). *Eskiçağdan Yakınçağa Genel Hatlarıyla Dünyada ve Osmanlı Devleti'nde Salgın Hastalıklar*, Ortadoğu Araştırmaları Merkezi Yayınları No: 6, Elazığ.

KOCA, S. (2002). “Türklerin Göçleri ve Yayılmaları”, *Türkler Ansiklopedisi* 1, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, 651-663.

LAMB, H. H. (1995). *Climate, History and the Modern World*, New York.

MARSHALL, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yay. (Çev. Osman Akınhay, Derya Kömürcü), Ankara.

*Osmanlı Dönemi Tarım İstatistikleri, 1909, 1913 ve 1914*, Yayına Hazırlayan: Tevfik Güran, Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Yayınları, Ankara, 1997.

TABAK, F. (2010). *Solan Akdeniz (1550-1870)*, Yapı ve Kredi Yayınları, (Çev: Nurettin Elhüseyni), İstanbul.

TEKİN, S. (2015). “19. Yüzyılın Sonu 20. Yüzyılın Başlarında Batı Anadolu’da Yaşanan Kuraklık Olayları”, *The Journal of Academic Social Science Studies* 33, Adıyaman, 329-341.

UZUN, C. (2016). *17. Yüzyılda Harput*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Elazığ.

ÜNAL, A. (1977). M.Ö. II. Binyıl Anadolu’sunda Doğal Afetler, *Bulleten XLI/163*, Ankara, 423-446.

ÜNAL, M. A. (1989). *XVI. Yüzyılda Harput Sancağı (1518-1566)*, TTK, Ankara.

ÜNAL, M. A. (1999). *XVI. Yüzyılda Çemişgezek Sancağı*, TTK, Ankara.

WHITE, S. (2013). *Osmanlı’da İsyân İklimi*, Alfa Yayınları, (Çev: Nurettin Elhüseyni), İstanbul.

## **HİZMET KALİTESİ VE FİYAT ALGISININ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE SADAKATI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ERZURUM'DA FAALİYET GÖSTEREN GÜZELLİK MERKEZLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Dilşad GÜZEL<sup>1</sup>**  
**Tuba ŞİMŞEK<sup>2</sup>**  
**Fatma Gül YAZICILAR SOLA<sup>3</sup>**

Geliş Tarihi: 16/05/2023  
Kabul Tarihi: 21/09/2023

### **ÖZET**

Günümüzde sadece kadınlar değil aynı zamanda erkekler de kişisel bakımlarına dikkat etmektedirler. Bu durum kişisel bakım ile ilgili olarak güzellik merkezlerinin önemini etkilemektedir. Sektörde yer alan firmaların kaliteli hizmetleri düşük fiyatlar ile müşteri memnuniyetini sağlayacak ve müşteri sadakatini kazanacak şekilde ilgili pazara sunmaları rekabet edebilirliklerini artıracaktır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı Erzurum il merkezinde bulunan güzellik merkezlerinde hizmet kalitesi ve fiyat algısının müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini belirlemektir. Alanyazında müşteri sadakatine olan pozitif etkileri bağlamında birçok defa ele alınmış olan hizmet kalitesi ve fiyat algısı araştırmanın bağımsız değişkenleri olarak belirlenmiştir. Bu ilişkinin daha açık ve saflaştırılmış bir biçimde ortaya çıkarılabilmesi amacıyla da müşteri sadakatinin gerçekleşmesine zemin oluşturduğu varsayılan müşteri memnuniyeti değişkeninin bu ilişkide bir etkiye sahip olup olmadığı çalışmanın ana sorunsalı olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda hizmet kalitesi ve fiyat algısının müşteri sadakatine olan etkisinde müşteri memnuniyeti değişkeninin aracılık etkisinin araştırılması çalışmanın ana araştırma konusunu teşkil etmektedir. Bu amaçla oluşturulan 400 anket, Erzurum il merkezinde bulunan güzellik merkezlerinden faydalanan tüketicilere 2022 Aralık ve 2022 Şubat aylarında

<sup>1</sup> Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü  
dguzel@atauni.edu.tr, ORCID NO: 0000-0003-1421-7692

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, tubasimsek1998@gmail.com, ORCID NO: 0000-0002-6619-988X

<sup>3</sup> Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü  
f.yazicilar@atauni.edu.tr, ORCID NO: 0000-0001-5248-5087

çevrimiçi ve yüz yüze olarak uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 28.00 paket programı yardımıyla, frekans analizi, güvenilirlik analizi, Wann Whitney U testi, Kruskal Wallis testi ve regresyon analizine tabi tutulmuş ve sonuçlar yorumlanmıştır. Ayrıca çalışmada aracılık etkilerinin tespiti amacıyla aracılık analizi yapılmıştır. Yapılan analizler neticesinde hizmet kalitesi ve fiyat algısının müşteri sadakatine etkisinde müşteri memnuniyetinin ayrı ayrı aracılık etkilerinin söz konusu olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet Kalitesi, Fiyat, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati, Güzellik Merkezleri

## **The Effect of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction and Loyalty: A Study on Beauty Centers Operating in Erzurum**

### **ABSTRACT**

Nowadays, not only women but also men pay attention to their personal care. This situation affects the importance of beauty centers regarding personal care. Companies in the sector will increase their competitiveness if they offer quality services to the relevant market at low prices, ensuring customer satisfaction and gaining customer loyalty. In this direction, the aim of the study is to determine the effect of service quality and price perception on customer satisfaction and loyalty in beauty centers located in Erzurum city center. Service quality and price perception, which have been discussed many times in the literature in the context of their positive effects on customer loyalty, were determined as the independent variables of the research. In order to reveal this relationship in a more clear and purified way, the main problematic of the study was determined as whether the customer satisfaction variable, which is assumed to form the basis for customer loyalty, has an effect on this relationship. In this context, investigating the mediating effect of the customer satisfaction variable on the effect of service quality and price perception on customer loyalty constitutes the main research subject of the study. 400 surveys created for this purpose were applied online and face to face to consumers benefiting from beauty centers in Erzurum city center in December 2022 and February 2022. The obtained data were subjected to frequency analysis, reliability analysis, Wann Whitney U test, Kruskal Wallis test and regression analysis with the help of SPSS 28.00 package program and the results were interpreted. Additionally, a mediation analysis was conducted in the study to determine mediation effects. As a result of the analyses, it was determined that customer satisfaction has separate mediating effects on the effect of service quality and price perception on customer loyalty.

**Keywords:** Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Beauty Centers

## GİRİŞ

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçları her geçen gün değişiklik göstermektedir. Kişisel bakım da çeşitlilik gösteren istek ve ihtiyaçlar grubuna girmektedir. Kişiler dış görünüşlerine daha fazla önem verdikleri için güzellik merkezlerine gitmektedirler. Artan ihtiyaca paralel olarak işletme sayılarında da artış meydana gelmektedir. Artan işletme sayısı rekabeti beraberinde getirmektedir. İşletmelerin rekabette üstün olmalarını sağlamanın yollarından birisi de kaliteli hizmeti düşük fiyat ile tüketiciye sunmaktır. Böylece tüketicinin aldığı hizmetten tatmin olması ve işletmeye olan bağlılığının artması sağlanacaktır (Altıntaş, 2000: 94).

Bu kapsamda hizmet kalitesi, tüketicilerin bir hizmetten beklentilerinin bütününün karşılanması amacı ile gerçekleştirilen çalışmaların tamamı olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla hizmet kalitesi tüketicilere verilen hizmetin, tüketicilerin beklenti ve ihtiyaçlarını ne ölçüde karşılayabildiğidir (Gülmez ve Dörtüoöl, 2009). Fiyat, bir ürün veya hizmet için alınan para miktarı veya müşterilerin ürün veya hizmete sahip olma ya da kullanmanın faydaları karşılığında takas ettiği değerin miktarı olarak tanımlanmaktadır (Kotler ve Armstrong, 2010). Müşterilerin fiyat karşılığında aldıkları hizmetler, beklentileri ile örtüştüğünde memnuniyet, örtüşmediğinde ise memnuniyetsizlik gelişmektedir. Müşteri memnuniyeti kavramı hizmet sektörü açısından tanımlandığında, müşterilerin isteklerinin doğru zamanda ve doğru miktarda karşılanması, esnek yapıda olunması ve güvenilir bir şekilde sürekliliğinin sağlanması şeklinde ifade edilmektedir (Uyar, 2019). Müşteri sadakati ise bir işletmeye karşı olumlu tutumlara sahip olan, işletmeden aldığı mal ve hizmetten memnun olan, işletme mal ve hizmetlerini tekrar satın alma taahhüdünde bulunup, mal ve hizmetleri başkalarına tavsiye eden müşterilerin tutumu olarak açıklanmaktadır (Pearson, 1996).

Teorik bilgiler ışığında bu çalışmanın amacı, güzellik merkezlerinde hizmet kalitesi ve fiyat algısının müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini belirlemektir. Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm giriş bölümüdür. İkinci bölümde hizmet kalitesi, fiyat, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati kavramları açıklanmıştır. Üçüncü bölümde, çalışmanın amacı, model, hipotezler ve yöntem hakkında bilgiler verilmiştir. Dördüncü



bölümde bulgular değerlendirilerek çeşitli analizler yapılmış ve beşinci bölümde ise sonuçlar belirtilerek, önerilerde bulunulmuştur.

## **1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **1.1. Hizmet Kalitesi**

Hizmet kalitesi, işletmelerin amaçları doğrultusunda, beklentilere sahip olan müşterilerin beklentilerini karşılayabilme yeteneğidir (Shen vd., 2016). Bu kapsamda işletmelerin müşterilerine sundukları hizmet kalitesi ile müşterilerin işletmelerden beledikleri hizmet kalitesi algısının örtüşmesi gerekmektedir (Güzel ve Kotan, 2013). Müşterilerin hizmet kalitesine yönelik beklentileri ile verilen hizmetin kalitesinin örtüşmesi, verilen hizmetin eksiksiz gerçekleştirilmesi ve ölçülebilir olmasıyla doğru orantılıdır (Güven ve Çelik, 2007).

Geçmişte sektörde güçlü pazar payına sahip olabilmek ve başarıyı yakalamak için sadece işi tamamlayabilmek yeterli iken, günümüzde artık müşterileri memnun edebilmek ve müşteri sadakatini korumak gerekmektedir (Jones vd., 2007). Hizmet işletmelerinin tüketici tatminini direkt etkileyebilme gücüne sahip olmasından dolayı, kârlılıklarını ve verimliliklerini artırabilmek için hizmet kalitesine daha fazla özen göstermeleri önemlidir. Günümüzde neredeyse bütün sektörlerdeki işletmeler, yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek için kaliteli hizmetin ve kaliteli üretimin müşterileri kendilerine çekmenin anahtarı olduğunun farkındadırlar. Bu nedenle işletmeler, tüketicilerin isteklerini ve ihtiyaçlarını kaliteli hizmet ve kaliteli ürün ile yerine getirebilme ve teknolojinin gelişmesi ile tüketicilerin hayatlarını kolaylaştıran hizmetler sunma çabasındadırlar. Diğer taraftan tüketiciler de bir hizmeti en ekonomik ve en iyi şekilde almak istemektedirler. Hizmet sektöründe yer alan güzellik merkezleri de diğer hizmet işletmelerinde olduğu gibi, tüketicilerin ihtiyaçlarına en iyi şekilde cevap verebilmek, kaliteli hizmet sunabilmek, hizmet sonrasında memnuniyeti sağlayabilmek, mevcut tüketiciyi koruyarak ve çoğaltarak devamlılığı sağlamak gibi bir çok hedefe sahiptir. Hizmet veren işletmelerdeki yöneticiler, işletmeye tekrar geri dönecek, işletmeyi başkalarına tavsiye edecek sadık müşteriler oluşacağına inanarak müşteri memnuniyetini ve hizmet kalitesini sürekli iyileştirmeye çalışmaktadırlar (Güzel ve Kotan, 2013).

## 1.2. Fiyat

Fiyat, ürünlerin rakipler ve tüketiciler tarafından nasıl algılandığını etkilemekle birlikte, işletmenin de ekonomik hedeflerine ulaşmasında önemli bir unsurdur. Bu nedenle pazarlama yönetimi bakımından fiyatlandırma kararları önem arz etmektedir (Stemquist vd., 2004). Fiyat, bir mal veya hizmet için alınan para miktarı veya müşterilerin mal veya hizmete sahip olma veya kullanmanın faydaları karşılığında takas ettiği değer miktarı olarak ifade edilmektedir (Kotler ve Armstrong, 2010).

Tüketiciler, çoğu durumda mal veya hizmeti satın alıp almayacağını o mal veya hizmetin fiyatına bakarak karar verirler. Fiyatın düşük ya da yüksek olması farklı tüketiciler tarafından farklı şekilde yorumlanabilmektedir. Bir tüketici grubu ürünün yüksek fiyatlı olmasını olumsuz olarak yorumlarken, başka bir tüketici grubu o ürünün kalitesinin yüksek olduğu şeklinde yorumlayabilmektedir (Yaraş, 2008). Aynı durum hizmet sektörü için de geçerlidir. Günümüzde çok fazla talep gören güzellik merkezleri, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati yaratma hedeflerine ulaşmak için uygun stratejiler tasarlayabilmelidir. Güzellik salonlarının müşteri çekmek ve elde tutmak için izleyebileceği yollardan birisi de, müşterileri memnun etmek ve sadık bir müşteri haline getirmek için en kaliteli hizmeti en uygun fiyatla sunmalarındır.

## 1.3. Müşteri Memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti kavramı, günümüz yoğun rekabet koşulları altında işletmelerin hızla değişen pazar yapısına ayak uydurarak, tüketici beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama noktasında üst pozisyonda olup, müşteri sadakati yaratarak varlıklarını devam ettirebilmeleri çabasını ifade etmektedir (Hirata, 2019). Müşteri memnuniyeti kavramı, bir ürüne yönelik satın alımdan önceki beklenti ile satın alım sonrası oluşan deneyimin kıyaslanması sonucu elde edilen kazanım şeklinde tanımlanmaktadır (Oliver, 1980). En genel anlamda ise müşteri memnuniyeti, beklenen ile gerçekleşen hizmet performansları konusundaki müşteri algısı olarak tanımlanmaktadır (Baydaş ve Çatı, 2008).

Müşteri memnuniyeti günümüzdeki işletmelerin başarısının temel unsuru olarak görülmektedir. İşletmeden aldıkları mal veya hizmetlerden memnun kalan müşteriler, işletmeden ürün almaya devam etmektedirler

(Şahin ve Şen, 2017). Bu durum müşterilerin ürünlerden tatmin olduğu anlamına gelmektedir (Saydan, 2008). Verilen hizmetlerden memnun olan müşteri profili oluşturmak için işletmeler, verdikleri hizmetleri etkin, kaliteli ve müşteri beklentilerini karşılayacak şekilde düzenlemeli ve hizmet kalitelerini yükseltmelidirler (Şahin ve Şen, 2017).

Hizmet açısından müşteri memnuniyetini etkileyen unsurlardan birisi de hizmet kalitesi algısıdır. Yapılan literatür taramalarında, müşterilerin hizmet kalitesi algısı arttıkça memnuniyet düzeylerinin de paralel olarak arttığı görülmektedir (Amin vd., 2018). Yine alınan hizmete ilişkin fiyat da müşteri memnuniyetini etkileyen unsurlardandır.

#### **1.4. Müşteri Sadakati**

Müşteri sadakati, bir işletmeye karşı olumlu tutumlara sahip olan, işletmelerin mal veya hizmetlerini tekrar satın alma taahhüdünde bulunan ve mal veya hizmetleri başkalarına tavsiye eden müşterileri ifade etmektedir (Pearson, 1996). Müşteri sadakati, aynı hizmeti tekrar satın almak veya benzer ihtiyaçlar doğrultusunda aynı işletmeyi tercih etmeye eğilim göstermektir (Odabaşı, 2010).

Literatürde müşteri sadakati kavramına yönelik birçok tanım bulunmaktadır. Zeithaml ve Basu (1994) müşteri sadakatini, müşteri tarafından aynı işletmenin sürekli olarak tercih edilmesi olarak tanımlarken, Zeithaml vd. (1996), müşteri sadakatini müşterilerin aynı işletmeden mal veya hizmet satın alma sıklıklarının artması ve işletme hakkında olumlu konuşarak, mal veya hizmetleri başkalarına da tavsiye etmeleri olarak ifade etmişlerdir. Bayuk ve Küçük (2007)'e göre ise müşteri sadakati, müşterinin farklı alternatifler olmasına rağmen aynı işletmeden sürekli olarak satın alımlarını gerçekleştirmesi şeklindedir.

Bir işletmenin temel başarısı müşteri sadakati ile müşteri memnuniyeti inşa edebilmekten geçmektedir (Tekin vd., 2021). İşletmelerin, müşteri sadakati için müşterilerini uzun sürede elde tutması gerekmektedir. Çünkü müşteri sadakati, müşteride tatmin sağlama, başka bir ifadeyle müşterileri sürekli memnun etmek ve bu memnuniyeti devam ettirme yoluyla oluşmaktadır. Çünkü sadık müşteriler işletmeye kendilerini duygusal olarak yakın hissetmekte ve daha fazla alım yapmakta, fiyatlara karşı daha az özen

göstermekte, hatta işletmenin tutundurma faaliyetlerine işletmenin bir çalışanı gibi hareket ederek katkı sağlamaktadırlar. Hizmet işletmeleri, kaliteli hizmet ve uygun fiyat sunarak müşteri sadakati kazanmaya ve aynı zamanda müşterilerin memnun olmasını sağlamaya çalışmaktadırlar.

Müşteri sadakati ve müşteri memnuniyeti farklı iki kavramdır. Müşteri memnuniyeti, bir müşterinin beklentileri ile verilen hizmetin ne kadar örtüştüğünü belirlemeye yardımcı olurken; müşteri sadakati bir müşterinin aynı ürünü tekrar satın alma olasılığını belirlemeye çalışmaktadır (Shoemaker ve Lewis, 1999). Fakat her ne kadar farklı kavramlar olsalar da yapılan bazı araştırmalar müşteri memnuniyetinin doğrudan müşteri sadakatini etkilediğini göstermektedir (Çatı ve Koçoğlu, 2008).

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, güzellik merkezlerinde hizmet kalitesi ve fiyat algısının müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın kapsamını, Erzurum il merkezinde bulunan güzellik merkezlerinden faydalanan tüketiciler oluşturmaktadır.

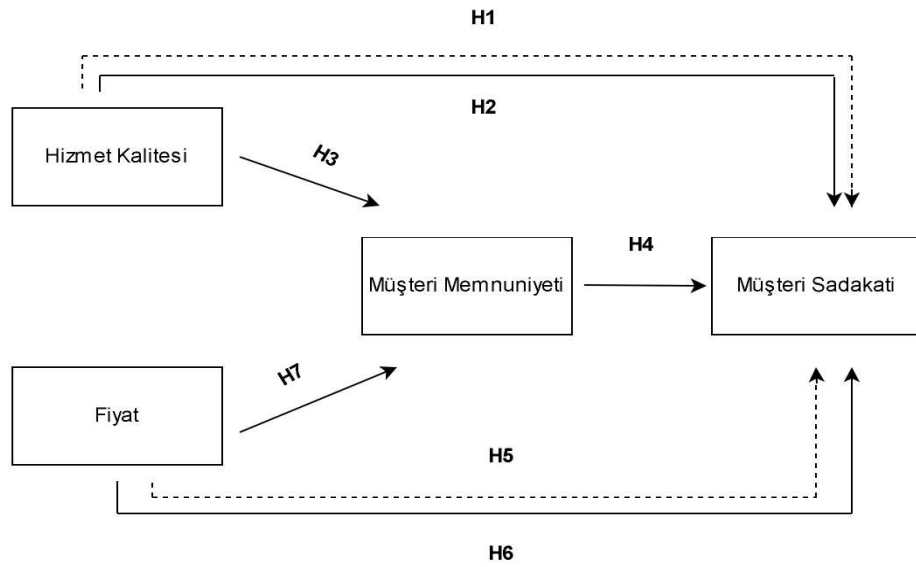
### 2.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler, Model ve Hipotezler

Çalışmaya yönelik literatür taraması yapılarak, araştırmanın amacına uygun olan ölçekler Tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Ölçek İsmi	Soru Sayısı	Kaynak
Hizmet Kalitesi	22	Parasuraman vd., 1994
Fiyat	5	Grewal vd., 1998
Müşteri Memnuniyeti	3	Oliver, 1980
Müşteri Sadakati	5	Zeithaml vd., 1996

Güzellik merkezlerinde hizmet kalitesi ve fiyat algısının müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan araştırmanın modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli doğrultusunda geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibidir;

**H<sub>1</sub>:** Hizmet kalitesinin müşteri sadakatine olan etkisinde, müşteri memnuniyetinin aracılık etkisi bulunmaktadır.

**H<sub>2</sub>:** Hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.

**H<sub>3</sub>:** Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.

**H<sub>4</sub>:** Müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.

**H<sub>5</sub>:** Fiyat algısının müşteri sadakatine olan etkisinde, müşteri memnuniyetinin aracılık etkisi bulunmaktadır.

**H<sub>6</sub>:** Fiyat algısının müşteri sadakat üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.

**H<sub>7</sub>:** Fiyat algısının müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.

### **2.3. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmanın ana kütesini, Erzurum il merkezinde bulunan güzellik merkezlerinden hizmet alan tüketiciler oluşturmaktadır. Ana kütenin büyük olması nedeniyle kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklem büyüklüğü  $n = \frac{\pi(1-\pi)}{(e/z^2)}$  formülü yardımı ile %5 hata payı ve %95 güven aralığı temel alınarak alt sınır 384 olarak belirlenmiştir (Güleç ve Uysal, 2023). Araştırmada veri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket toplamda 420 kişiye uygulanmıştır. Anketler incelenerek, hatalı ve eksik cevaplı olanlar elendikten sonra 400 adet anket formu elde edilmiş ve değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Anket formu, Aralık 2022'de Google Form aracılığıyla oluşturulmuştur ve anket hem sosyal medya araçları ile hem de yüz yüze olarak uygulanmıştır.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, güzellik merkezlerinin hizmet kalitesi ile ilgili sorular, ikinci bölümde fiyat algısı ile ilgili sorular, üçüncü bölümde müşteri memnuniyeti ile ilgili sorular, dördüncü bölümde ise müşteri sadakati ile ilgili sorular yer almaktadır. Beşinci bölümde ise demografik özellikleri içeren sorular yer almaktadır.

## **3. VERİLERİN ANALİZİ**

### **3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Araştırma kapsamında uygulanan anketler sonucunda elde edilen veriler SPSS 28.00 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan frekans analizi sonucunda katılımcıların demografik özellikleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2:** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Frekans N=400	Yüzde %	
Yaş	18-24	183	<b>45,8</b>
	25-31	87	21,8
	32-38	69	17,3
	39-44	18	4,5
	45 ve üzeri	43	10,8
Cinsiyet	Kadın	299	<b>74,8</b>
	Erkek	101	21,3
Eğitim Durumu	Lise ve altı	25	6,3
	Üniversite öğrencisi	153	38,3
	Üniversite mezunu	182	<b>45,5</b>
	Lisansüstü	40	10,0
Meslek	Öğrenci	166	<b>41,5</b>
	Kamu çalışanı	86	21,5
	Özel sektör çalışanı	99	24,8
	Emekli	19	4,8
	Ev hanımı	30	7,5
Aylık Gelir	5500 TL ve altı	180	<b>45,0</b>
	5501-8000 TL	64	16,0
	8001-12000 TL	104	26,0
	12001 TL ve üzeri	52	13,0

Tablo 2’de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan 400 kişinin demografik özelliklerinin frekans dağılımı şu şekildedir: Katılımcıların, %45,8’i 18-24 yaş aralığında, %74,8’i kadın, %45,5’i üniversite mezunu, %41,5’i öğrenci ve %45’i ise 5500 TL ve altı aylık gelire sahip bireylerden oluşmaktadır.

### 3.2.Katılımcıların Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyleri

Katılımcıların ölçek ifadelerine katılım düzeyleri Tablo 3’te gösterilmiştir.

**Tablo 3: Katılımcıların Ölçek İfadelerine Katılım Düzeyleri**

Hizmet Kalitesi	Ortalama	Standart Sapma
Güzellik merkezleri modern araç gereç ve donanıma sahiptir.	4,70	,988
Güzellik merkezlerinin fiziksel imkânları (mobilya, aydınlatma, dekor vb.) görsel açıdan çekicidir	4,66	,995
Güzellik merkezi çalışanları temiz ve düzgün görünüşlüdür.	4,71	,979
Hizmeti verilirken kullanılan malzemeler modern ve kullanışlıdır.	4,67	,993
Güzellik merkezleri bir işi ne zaman yapacağına söz veriyorsa, işi o zamanda gerçekleştirir.	4,64	1,014
Güzellik merkezi çalışanları müşterilerin bir problemi olduğunda, bunu çözmek için samimi bir ilgi gösterir.	4,63	1,037
Müşterilere uygulanan işlemler tek seferde ve doğru olarak yapılır.	4,66	1,018
Güzellik merkezleri hizmetlerini söz verdikleri zamanda gerçekleştirir	4,67	1,032
Müşterilere ait kayıtlar düzenli ve eksiksiz olarak tutulur.	4,69	,983
Müşterilere hizmetin tam olarak ne zaman gerçekleştirileceği söylenir.	4,67	1,009
Güzellik merkezi çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa sürede verir.	4,64	1,037
Güzellik merkezi çalışanları her zaman müşterilere yardım etmeye isteklidir.	4,66	1,003
Güzellik merkezi çalışanları meşgul olsalar dahi müşterilerin isteklerine cevap verir.	4,50	1,033
Güzellik merkezi çalışanları davranışlarıyla müşterilere güven verir.	4,68	1,016
Müşteriler, güzellik merkezi çalışanları ile olan ilişkilerinde kendini güvende hisseder.	4,64	1,043



---

Güzellik merkezi çalışanları müşterilere karşı kibardır.	4,69	1,007
Güzellik merkezi çalışanları, müşterilerin sorularına cevap verebilecek yeterli bilgi seviyesine sahiptir.	4,68	1,015
Güzellik merkezlerinde, ihtiyaçları doğrultusunda müşterilere bireysel ilgi gösterilir.	4,69	,999
Güzellik merkezi çalışanları, müşterilere kendini özel hissettirir.	4,68	1,000
Güzellik merkezi çalışanları müşterilerin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.	4,67	,995
Güzellik merkezleri müşteriler için elinden gelenin en iyisini yapar.	4,65	1,005
Güzellik merkezlerinin çalışma saatleri müşteriler için uygun zaman diliminde olur.	4,67	,994

---

**Fiyat Algısı**

---

Güzellik merkezinde ödediğim paranın tam karşılığını aldığımı düşünüyorum.	4,50	1,060
Güzellik merkezinden kaliteli hizmeti uygun bir fiyata aldığımı düşünüyorum.	4,52	1,067
Güzellik merkezinden aldığım hizmetin ekonomik olduğunu düşünüyorum.	4,47	1,052
Güzellik merkezinden aldığım hizmeti, ihtiyaçlarımı uygun fiyatla karşılayan bir hizmet olarak değerlendiriyorum.	4,48	1,060
Güzellik Merkezinin ödediğim parayı hak ettiğini düşünüyorum.	4,49	1,060

---

**Müşteri Memnuniyeti**

---

Bu güzellik merkezi ürünlerini veya hizmetlerini satın alma kararımın memnunum.	4,57	1,028
Bu güzellik merkezi ürünü veya hizmetini satın alma seçimim akıllıcaydı.	4,56	1,051
Bu güzellik merkezini seçerek doğru şeyi yaptığımı düşünüyorum.	4,55	1,044

---

**Müşteri Sadakati**

---

Çevremdeki insanlara bu güzellik merkezi ile ilgili olumlu şeyler söyleyeceğim.	4,51	1,060
Güzellik merkezi ile ilgili tavsiye isteyenlere burayı tavsiye edeceğim.	4,49	1,052
Arkadaş ve yakınlarımı bu güzellik merkezine katılma konusunda ikna etmeye çalışacağım.	4,35	1,041
Bu güzellik merkezinin hizmetlerini kullanmak ilk tercihimdir.	4,50	1,045
Bu güzellik merkezinin hizmetlerinden gelecekte daha çok yararlanacağım.	4,49	1,038

Tablo 3'te görüldüğü üzere, hizmet kalitesi ölçeği için en yüksek ortalamaya sahip olan ifade 4,71 ortalama ile "Güzellik merkezi çalışanları temiz ve düzgün görünüşlüdür." ifadesidir. Ölçekteki en düşük ortalamaya sahip ifade ise 4,50 ortalama ile "Güzellik merkezi çalışanları meşgul olsalar dahi müşterilerin isteklerine cevap verir" ifadesidir.

Fiyat ölçeği için, en yüksek ortalamaya sahip olan ifade 4,52 ortalama ile "Güzellik merkezinden kaliteli hizmeti uygun bir fiyata aldığımı düşünüyorum." ifadesidir. Ölçekteki en düşük ortalamaya sahip ifade ise 4,47 ortalama ile "Güzellik merkezinden aldığım hizmetin ekonomik olduğunu düşünüyorum" ifadesidir.

Müşteri memnuniyeti ölçeği için, en yüksek ortalamaya sahip olan ifade 4,57 ortalama ile "Bu güzellik merkezi ürünlerini veya hizmetlerini satın alma kararımın memnunum" ifadesidir. Ölçekteki en düşük ortalamaya sahip ifade ise 4,55 ortalama ile "Bu güzellik merkezini seçerek doğru şeyi yaptığımı düşünüyorum" ifadesidir.

Müşteri sadakati ölçeği için, en yüksek ortalamaya sahip olan ifade 4,51 ortalama ile "Çevremdeki insanlara bu güzellik merkezi ile ilgili olumlu şeyler söyleyeceğim." ifadesidir. Ölçekteki en düşük ortalamaya sahip ifade ise 4,35 ortalama ile "Arkadaş ve yakınlarımı bu güzellik merkezine katılma konusunda ikna etmeye çalışacağım" ifadesidir.

### **3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirliklerinin Belirlenmesi**

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin belirlenmesi için gerekli analiz yapılarak Cronbach's Alpha değerleri Tablo 4'de gösterilmiştir.

**Tablo 4:** Güvenilirlik Analiz Sonuçları

<b>Ölçekler</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
Hizmet Kalitesi	0,998
Fiyat	0,993
Müşteri Memnuniyeti	0,988
Müşteri Sadakati	0,991

Tablo 4'te araştırmada kullanılan ölçeklerin Cronbach Alpha değerleri gösterilmektedir. Bu değerlerin en az 0,70 ve üzerinde bir değere sahip olması beklenmektedir. Güvenilirlik testi neticesinde oranların 0.70 ve üzerinde olması, çalışma ölçeğinin güvenilir olduğunu ispatlamaktadır (İslamoğlu ve Alınacı, 2014: 283).

### **3.4. Araştırma Değişkenlerinin Demografik Özellikler Açısından Karşılaştırılması**

Yapılan normallik testi sonuçlarına göre değerlerin normal dağılım göstermemesi nedeniyle araştırma değişkenleri ile demografik özellikler arasında parametrik olmayan testler yapılmıştır.

Araştırma değişkenleri ve yaş arasında yapılan Kruskal Wallis test sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir.

**Tablo 5:** Araştırma Değişkenlerinin Yaş Açısından Karşılaştırılması

Değişkenler	Yaş	Ortalama	p
Hizmet Kalitesi	18-24	4,730	,219
	25-31	4,500	
	32-38	4,689	
	39-44	4,969	
	45 ve üzeri	4,515	
Fiyat Algısı	18-24	4,606	,001
	25-31	4,250	
	32-38	4,510	
	39-44	4,744	
	45 ve üzeri	4,353	
Müşteri Memnuniyeti	18-24	4,677	,014
	25-31	4,314	
	32-38	4,584	
	39-44	4,722	
	45 ve üzeri	4,449	
Müşteri Sadakati	18-24	4,582	,061
	25-31	4,227	
	32-38	4,484	
	39-44	4,622	
	45 ve üzeri	4,376	

Tablo 5'te ortalama değerlerin yaş durumuna göre farklılaşım farklılaşmadığını gösteren test sonuçları bulunmaktadır. Fiyat algısı ve müşteri memnuniyeti bağlamında tüketicilerin yaş durumu değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Ortalamalara bakıldığında, 39-44 yaş tüketicilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan 39-44 yaş tüketicilerin oransal olarak, fiyat algısı ve müşteri memnuniyeti değişkenlerine daha fazla önem verdikleri sonucu çıkarılabilir.

Araştırma değişkenleri ve cinsiyet arasında yapılan Mann-Whitney U test sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6:** Araştırma Değişkenlerinin Cinsiyet Açısından Karşılaştırılması

Değişkenler	Cinsiyet	Ortalama	p
Hizmet kalitesi	Erkek	4,593	0,301
	Kadın	4,860	
Fiyat Algısı	Erkek	4,384	0,000
	Kadın	4,807	
Müşteri Memnuniyeti	Erkek	4,463	0,000
	Kadın	4,844	
Müşteri Sadakati	Erkek	4,357	0,000
	Kadın	4,794	

Tablo 6’da ortalama değerlerin kadın ve erkek tüketicilerde cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını gösteren test sonuçları bulunmaktadır. Fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati bağlamında tüketicilerin cinsiyet değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Ortalamalara bakıldığında, kadın tüketicilerin ortalamalarının erkek tüketicilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan kadın tüketicilerin erkek tüketicilere oranla, fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati değişkenlerine daha fazla önem verdikleri sonucu çıkarılabilir.

Araştırma değişkenleri ve eğitim durumu arasında yapılan Kruskal Wallis test sonuçları Tablo7’de gösterilmiştir

**Tablo 7:** Araştırma Değişkenlerinin Eğitim Durumu Açısından Karşılaştırılması

Değişkenler	Eğitim	Ortalama	p
Hizmet Kalitesi	Lise ve Altı	4,552	0,481
	Üniversite Öğrencisi	4,835	
	Üniversite Mezunu	4,645	
	Lisans Üstü	4,129	
Fiyat Algısı	Lise ve Altı	4,256	0,000
	Üniversite Öğrencisi	4,721	
	Üniversite Mezunu	4,471	
	Lisans Üstü	3,850	
Müşteri Memnuniyeti	Lise ve Altı	4,240	0,000
	Üniversite Öğrencisi	4,784	
	Üniversite Mezunu	4,545	
Müşteri Sadakati	Lise ve Altı	3,966	0,000
	Üniversite Öğrencisi	4,112	
	Üniversite Mezunu	4,704	
	Lisans Üstü	4,459	
	Lisans Üstü	3,825	

Tablo 7’de ortalama değerlerin eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını gösteren test sonuçları bulunmaktadır. Fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati bağlamında tüketicilerin eğitim durumu değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığı bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Ortalamalara bakıldığında, üniversite mezunu tüketicilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan üniversite mezunu tüketicilerin oransal olarak fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati değişkenlerine daha fazla önem verdikleri sonucu çıkarılabilir.

Araştırma değişkenleri ve meslek arasında yapılan Kruskal Wallis test sonuçları Tablo 8’de gösterilmiştir.

**Tablo 8:** Araştırma Değişkenlerinin Meslek Açısından Karşılaştırılması

Değişkenler	Meslek	Ortalama	p
Hizmet Kalitesi	Öğrenci	4,738	0,355
	Kamu Çalışanı	4,724	
	Özel Sektör Çalışanı	4,432	
	Emekli	4,964	
	Ev hanımı	4,612	
Fiyat Algısı	Öğrenci	4,622	0,000
	Kamu Çalışanı	4,511	
	Özel Sektör Çalışanı	4,272	
	Emekli	4,884	
	Ev hanımı	4,180	
Müşteri Memnuniyeti	Öğrenci	4,700	0,000
	Kamu Çalışanı	4,604	
	Özel Sektör Çalışanı	4,286	
	Emekli	5,000	
	Ev hanımı	4,266	
Müşteri Sadakati	Öğrenci	4,626	0,000
	Kamu Çalışanı	4,516	
	Özel Sektör Çalışanı	4,181	
	Emekli	4,863	
	Ev hanımı	4,146	

Tablo 8’de ortalama değerlerin meslek duruma göre farklılaşp farklılaşmadığını gösteren test sonuçları bulunmaktadır. Fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati bağlamında tüketicilerin meslek değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığı bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Ortalamalara bakıldığında, emeklilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan emekli tüketicilerin oransal olarak fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati değişkenlerine daha fazla önem verdikleri sonucu çıkarılabilir.

Araştırma değişkenleri ve gelir arasında yapılan Kruskal Wallis test sonuçları Tablo 9’da gösterilmiştir.

**Tablo 9:** Araştırma Değişkenlerinin Gelir Açısından Karşılaştırılması

Değişkenler	Gelir	Ortalama	p
Hizmet Kalitesi	5500 TL ve altı	4,699	0,012
	5501-8000 TL	4,456	
	8001-12000 TL	4,720	
	12001 TL ve üzeri	4,663	
Fiyat Algısı	5500 TL ve altı	4,557	0,012
	5501-8000 TL	4,256	
	8001-12000 TL	4,586	
	12001 TL ve üzeri	4,361	
Müşteri Memnuniyeti	5500 TL ve altı	4,607	0,357
	5501-8000 TL	4,468	
	8001-12000 TL	4,557	
Müşteri Sadakati	12001 TL ve üzeri	4,512	0,444
	5500 TL ve altı	4,545	
	5501-8000 TL	4,275	
	8001-12000 TL	4,507	
	12001 TL ve üzeri	4,357	

Tablo 9'da ortalama değerlerin gelir durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını gösteren test sonuçları bulunmaktadır. Hizmet kalitesi ve fiyat algısı bağlamında tüketicilerin gelir durumlarına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Ortalamalara bakıldığında, 8001-12000TL gelire sahip olanların ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan 8001-12000TL gelire sahip olan tüketicilerin oransal olarak hizmet kalitesi ve fiyat algısı değişkenlerine daha fazla önem verdikleri sonucu çıkarılabilir.

### 3.5.Hipotezlerin Test Edilmesi

Hipotezlerin test edilmesi amacıyla aracılık etkisinin varlığı Bootstrap analizi kullanılarak ve aracılık etkisinin anlamlı olup olmadığının tespiti için de Sobel Testi yapılmıştır.

Hizmet kalitesi bağımsız değişken ve müşteri sadakatinin bağımlı değişken olduğu regresyon modeli Tablo 10'da görülmektedir. Hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerinde 0,930 katsayısı ile olumlu yönde bir etkisi bulunduğu ve bu etkinin  $p < 0,005$  düzeyinde anlamlı olduğu yapılan analizle anlaşılmaktadır. Ulaşılan sonuçlar ile "H<sub>2</sub>: Hizmet kalitesinin müşteri



sadakati üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmektedir. Böylece aracılık etkisinin ilk ön koşulunun sağlandığı ifade edilebilir.

Hizmet kalitesi bağımsız değişken ve müşteri memnuniyetinin bağımlı değişken olduğu regresyon modeli Tablo 10’da görülmektedir. Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde 0,989 katsayısı ile olumlu yönde bir etkisi bulunduğu ve bu etkinin  $p < 0,005$  düzeyinde anlamlı olduğu yapılan analizle anlaşılmaktadır. Ulaşılan sonuçlar ile “H<sub>3</sub>: Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmektedir. Bu doğrultuda aracılık etkisinin ikinci koşulunun da sağlandığı ifade edilebilir.

Müşteri memnuniyeti bağımsız değişken ve müşteri sadakati bağımlı değişken olduğu regresyon modeli Tablo 10’da görülmektedir. Müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerinde 0,970 katsayısı ile olumlu yönde bir etkisi bulunduğu ve bu etkinin  $p < 0,005$  düzeyinde anlamlı olduğu yapılan analizle anlaşılmaktadır. Ulaşılan sonuçlar ile “H<sub>4</sub>: Müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmektedir. Bu doğrultuda aracılık etkisinin üçüncü ve son koşulunun da sağlandığı ifade edilebilir.

**Tablo 10:** Aracılık Etkisi için Ön Koşulların Gösterimi (H<sub>1</sub>)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	F	B	T	p	R <sup>2</sup>
Hizmet kalitesi	Müşteri sadakati	2531,535	,930	50,314	,000	,864
Hizmet kalitesi	Müşteri memnuniyeti	3373,624	,989	58,083	,000	,894
Müşteri memnuniyeti	Müşteri sadakati	6251,638	,970	79,067	,000	,940

Aracılık etkisinin analizinde ön koşullar sağlandıktan sonra bootstrap analizi ile aracılık etkisi test edilmektedir. Aracılık etkisinin varlığından söz edilebilmesi için güven aralığı (CI) değerlerinin sıfırı içermemesi ve p

değerinin 0,05'ten küçük olması gerekmektedir (Delibaş, 2023). Tablo 10'da görüldüğü üzere elde edilen sonuçlar ile “H<sub>1</sub>: Hizmet kalitesinin müşteri sadakatine olan etkisinde, müşteri memnuniyetinin aracılık etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ışığında müşteri memnuniyetinin, hizmet kalitesi ile müşteri sadakati arasındaki ilişkide aracı role sahip olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 11:** Aracılık Etkisinin Test Edilmesi (H<sub>1</sub>)

Dolaylı Etki	B	BootLLCI	BootULCI
HK MM MS	,0548	,7317	,9472

Hizmet kalitesi ile müşteri sadakati arasındaki ilişkide müşteri memnuniyetinin sahip olduğu aracılık etkisinin anlamlılığının test edilmesi amacıyla Sobel Testi yapılmış ve ulaşılan sonuçlar Tablo 12'de sunulmuştur. Elde edilen sonuçlarda Z katsayısının 21,51 ve p katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

**Tablo 12:** Sobel Test Sonucunun Gösterimi (H<sub>1</sub>)

	Test istatistiği	ss	pp
HK MM MS	21.51932972	,039	,000

Fiyat algısının bağımsız değişken ve müşteri sadakatin bağımlı değişken olduğu regresyon modeli Tablo 13'te görülmektedir. Fiyat algısının müşteri sadakat üzerinde 0,948 katsayısı ile olumlu yönde bir etkisi bulunduğu ve bu etkinin p<0,005 düzeyinde anlamlı olduğu yapılan analizle anlaşılmaktadır. Ulaşılan sonuçlar ile “H<sub>6</sub>: Fiyat algısının müşteri sadakat üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmektedir. Böylece aracılık etkisinin ilk ön koşulunun sağlandığı ifade edilebilir.

Fiyat algısının bağımsız değişken ve müşteri memnuniyetinin bağımlı değişken olduğu regresyon modeli Tablo 13'te görülmektedir. Fiyat algısının müşteri memnuniyeti üzerinde 0,939 katsayısı ile olumlu yönde bir etkisi bulunduğu ve bu etkinin p<0,001 düzeyinde anlamlı olduğu yapılan analizle anlaşılmaktadır. Ulaşılan sonuçlar ile “H<sub>7</sub>: Fiyat algısının müşteri

memnuniyeti üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmektedir. Bu doğrultuda aracılık etkisinin ikinci koşulunun da sağlandığı ifade edilebilir.

Müşteri memnuniyeti bağımsız değişken ve müşteri sadakati bağımlı değişken olduğu regresyon modeli Tablo 13’te görülmektedir. Müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerinde 0,970 katsayısı ile olumlu yönde bir etkisi bulunduğu ve bu etkinin  $p < 0,005$  düzeyinde anlamlı olduğu yapılan analizle anlaşılmaktadır. Ulaşılan sonuçlar ile “H<sub>4</sub>: Müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmektedir. Bu doğrultuda aracılık etkisinin üçüncü ve son koşulunun da sağlandığı ifade edilebilir.

**Tablo 13:** Aracılık Etkisi için Ön Koşulların Gösterimi (H<sub>5</sub>)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	F	B	T	p	R <sup>2</sup>
Fiyat algısı	Müşteri sadakati	5144,347	,948	71,724	,000	,928
Fiyat algısı	Müşteri memnuniyeti	4017,331	,939	63,382	,000	,910
Müşteri memnuniyeti	Müşteri sadakati	6251,638	,970	79,067	,000	,940

Aracılık etkisinin analizinde ön koşullar sağlandıktan sonra bootstrap analizi ile aracılık etkisi test edilmektedir. Aracılık etkisinin varlığından söz edilebilmesi için güven aralığı (CI) değerlerinin sıfırı içermemesi ve p değerinin 0,05’ten küçük olması gerekmektedir (Delibaş, 2023). Tablo 13’te görüldüğü üzere elde edilen sonuçlar ile “H<sub>5</sub>: Fiyat algısının müşteri sadakatine olan etkisinde, müşteri memnuniyetinin aracılık etkisi bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ışığında müşteri memnuniyetinin, fiyat algısı ile müşteri sadakati arasındaki ilişkide aracı role sahip olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 14:** Aracılık Etkisinin Test Edilmesi (H<sub>3</sub>)

Dolaylı Etki	B	BootLLCI	BootULCI
FA MM MS	,0602	,4096	,6499

Fiyat algısı ile müşteri sadakati arasındaki ilişkide müşteri memnuniyetinin sahip olduğu aracılık etkisinin anlamlılığının test edilmesi amacıyla Sobel Testi yapılmış ve ulaşılan sonuçlar Tablo 15'te sunulmuştur. Elde edilen sonuçlarda Z katsayısının 15,55 ve p katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

**Tablo 15:** Sobel Test Sonucunun Gösterimi (H<sub>3</sub>)

	Test istatistiği	ss	pp
FA MM MS	15.55362367	0.033	,000

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde hizmet sektöründeki yüksek rekabet, hizmet sektöründe yer alan işletmelerin hayatta kalabilmeleri için eksikliklerini belirlemelerini ve güçlü oldukları noktalarda kalitelerini daha çok artırabilmeleri için çalışmalar yapmalarını gerekli hale getirmiştir. Buradan yola çıkarak Erzurum il merkezinde bulunan güzellik merkezlerini tercih eden tüketicilerin fikirleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacı güzellik merkezlerinde hizmet kalitesi ve fiyat algısının müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırma amacı doğrultusunda, literatür taraması yapılmış ve anket formu oluşturulmuştur. Ana kütlenin büyüklüğü zaman ve maliyet kısıtlılığı sebebiyle kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Anket formu hem online ortamda hem de yüz yüze olarak tüketicilere uygulanmıştır. Anket yolu ile elde edilen verilen SPSS paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucu elde edilen veriler şu şekildedir.

Araştırmaya katılan tüketicilerin oransal olarak çoğunluğu, 18-24 yaş arası üniversite mezunu aylık 5500TL ve altı gelire sahip olan kadınlardan oluşmaktadır. Üniversite mezunu olan katılımcı sayılarının, üniversite öğrencisi ve lise ve altı eğitim düzeyindeki katılımcılara oranla ciddi sayıda fazla olduğu görülmektedir. Buradan hem bu yaş grubu müşterilerine hem de

bu eğitim düzeyindeki kadın müşterilere yönelik istek ve taleplere özen gösterilerek, bu yönde bir hizmet politikası uygulanması önerilebilir.

Katılımcıların ölçek ifadelerine katılım düzeyleri değerlendirildiğinde, ortalama ve standart sapma değerlerinden yola çıkılarak elde edilen bulgulardan hizmet kalitesi ölçeğine ait ifadelerle katılma derecelerinin ortalamalarına bakıldığında; “Güzellik merkezi çalışanları temiz ve düzgün görünüşlüdür” ifadesi en yüksek ortalamaya sahipken, “Güzellik merkezi çalışanları meşgul olsalar dahi müşterilerin isteklerine cevap verir” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Bu bilgiden yola çıkılarak, güzellik merkezi çalışanlarının müşteri isteklerine her zaman cevap vermeye çalışmaları gerektiği söylenebilir. Fiyat algısı ölçeğine ait ifadelerle katılma derecelerinin ortalamalarına bakıldığında; “Güzellik merkezinden kaliteli hizmeti uygun bir fiyata aldığımı düşünüyorum” ifadesi en yüksek ortalamaya sahipken, “Güzellik merkezinden aldığım hizmetin ekonomik olduğunu düşünüyorum” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Müşteri memnuniyeti ölçeğine ait ifadelerle katılma derecelerinin ortalamalarına bakıldığında; “Bu güzellik merkezi ürünlerini veya hizmetlerini satın alma kararından memnunum” ifadesi en yüksek ortalamaya sahipken, “Bu güzellik merkezini seçerek doğru şeyi yaptığımı düşünüyorum” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Müşteri sadakati ölçeğine ait ifadelerle katılma derecelerinin ortalamalarına bakıldığında; “Çevremdeki insanlara bu güzellik merkezi ile ilgili olumlu şeyler söyleyeceğim” ifadesi en yüksek ortalamaya sahipken, “Arkadaş ve yakınlarımı bu güzellik merkezine katılma konusunda ikna etmeye çalışacağım” ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Bu bilgiden yola çıkılarak, katılımcıların hizmetinden faydalandıkları güzellik merkezlerini yakınlarına tavsiye ederken, onları ikna etme konusunda yeterli çaba göstermedikleri sonucu çıkarılabilir. Bu noktada güzellik merkezleri daha fazla çaba sarfetmelidirler.

Araştırma değişkenleri ve demografik özellikler arasındaki karşılaştırma sonucu, fiyat algısı ve müşteri memnuniyeti bağlamında tüketicilerin yaş durumu değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ortalamalara bakıldığında, 39-44 yaş tüketicilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Cinsiyet değişkenine bakıldığında, fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati bağlamında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Ortalamalara bakıldığında, kadın tüketicilerin ortalamalarının erkek tüketicilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim durumu değişkenine bakıldığında, fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati bağlamında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ortalamalara bakıldığında, üniversite mezunu tüketicilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Meslek değişkenine bakıldığında, fiyat algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati bağlamında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ortalamalara bakıldığında, emeklilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. En son gelir düzeyi ve değişkenler arasındaki karşılaştırılmaya bakılmıştır ve hizmet kalitesi ve fiyat algısı bağlamında tüketicilerin gelir durumlarına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. 8001-12000TL gelire sahip olanların ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Tüm değişkenler ve demografik özellikler değerlendirildiğinde, fiyat algısı değişkeninin tüm demografik özelliklerde istatistiksel açıdan anlamlı derecede farklı olduğu görülmektedir.

Hipotez sonuçları değerlendirildiğinde, yapılan analizler neticesinde hizmet kalitesinin müşteri sadakatine etkisinde müşteri memnuniyetinin H1 ve fiyat algısının müşteri sadakatine etkisinde müşteri memnuniyetinin H5 ayrı ayrı aracılık etkilerinin söz konusu olduğu tespit edilmiştir. H1 ve H5 hipotezlerinin kabulü, alanyazında da ele alındığı üzere müşteri memnuniyetinin, hizmet kalitesi ve fiyat algısının müşteri sadakati üzerindeki etkisinde aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir. Hizmet kalitesinin ve fiyat algısının müşteri sadakatine olan etkisinde yardımcı bir rol üstlenen müşteri memnuniyeti faktörü çalışmanın öngörülleri ve alanyazındaki çalışmalarla benzerlik arz etmektedir.

Çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Çalışmanın en önemli kısıtı sadece Erzurum ilinde ikamet eden güzellik merkezi müşterilerini kapsıyor olmasıdır. Bu kapsamda araştırma farklı illerde de yapılabilir. Yapılan çalışmalar il bazlı kıyaslanabilir. Böylece çalışmanın boyutları genişletilebilir. Ayrıca nitel ve nicel araştırmalar ile hizmet kalitesini ve fiyat algısını etkileyen farklı değişkenlerin analiz edilmesi, farklı noktalara ışık tutulması açısından faydalı olabilir. Böylece hem literatüre ve hem de uygulamaya önemli katkılar sağlanabilir.

#### **KAYNAKÇA**

ALTINTAŞ, M, H. (2000). Tüketici Davranışları. Bursa: Alfa Yayınları

AMİN, A., SHAH, B., KHATTAK, A. M., LOPES MOREİRA, F. J., ALİ, G., ROCHA, A., ANWAR, S. (2018). Cross-Company Customer Churn Prediction in Telecommunication: A Comparison of Data Transformation Methods. *International Journal of Information Management*, 46:304–319.

BAYDAŞ, A., ÇATI, K. (2008). Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi. Ankara: Asil Yayınları.

BAYUK, M. N. KÜÇÜK, F. (2007). Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati İlişkisi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 22 (1): 285-292.

ÇATI, K., KOÇOĞLU, C. (2008). Müşteri İlişkileri Yönetimi, (Ed. İ. Varinli ve K. Çatı), *Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler*, Ankara: Detay Yayıncılık.

DELİBAŞ, M. B. (2023). Bilgi Alışveriş İkliminin Bilgi Transferine Olan Etkisinde Güven ve Bağlılığın Aracılık Etkisi. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(1), 81-112.

GREWAL, D., K. MONROE , B KRİSHNAN, R.(1998). The Effects of Price- Comparison Advertising on Buyers' Perceptions of Acquisition Value, Transaction Value and Behavioural Intentions. *Journal of Marketing*, 62:46-59

GÜLEÇ, M. UYSAL, A. (2023). Hızlı Servis Markalarında Marka Kişiliği ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerindeki Etkisi. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 7(1):51-76.

GÜLMEZ, M., DÖRTYOL, İ. T. (2009). Açıklamalı Pazarlama Sözlüğü. Ankara: Detay Yayıncılık.

GÜVEN., M. ÇELİK, N. (2007). Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesini Değerlendirme: Bartın Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 3(6):1-20.

GÜZEL, D. KOTAN, G. (2013). Kütüphanelerde Hizmet Kalitesi Ölçümü: Atatürk

Üniversitesi Merkez Kütüphanesinde Bir Uygulama. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, 3(2):11-24.

HİRATA, E. (2019). Service Characteristics and Customer Satisfaction in The Container Liner Shipping Industry. Asian Journal of Shipping and Logistics, 35(1):24–29.

İSLAMOĞLU, A., ALNIAÇIK, Ü. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, İstanbul: BetaYayınevi.

JONES, M. A., REYNOLDS, K. E., MOTHERSBAUGH, D. L., BEATTY, S. E. (2007). The Positive and Negative Effects of Switching Costs on Relational Outcomes. Journal of Service Research, 9(4):335-355.

KOTLER, P. ARMSTRONG, G. (2010). Marketing Principles. 12th Edition. Jakarta: Erlangga.

ODABAŞI, Y. (2010). Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

OLİVER, R. L., (1980). A Cognitive Model for the Antecedents and Consequences of Satisfaction. Journal of Marketing Research, 17: 460-469.

PARASURAMAN, A., ZEİTHAML, V.A. BERRY, L.L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, Journal of Marketing, 56:111-124.

PEARSON, N., (1996). Building Brands Directly: Creating Business Value from Customer Relationships. Macmillan Business, 20 (6):68-82.

SAYDAN, R. (2008). Müşteri Memnuniyeti (Ya Memnun Et Ya Da Terk Et). İnci Varinli veKahraman Çatı (Editörler), Güncel Pazarlama Yaklaşımından Seçmeler, Ankara: Detay Yayıncılık, 105-127.

SHEN, W., XIAO, W. WANG, X. (2016). Passenger Satisfaction Evaluation Model for Urban Rail Transit: A Structural Equation Modeling Based on Partial Least Squares, Transport Policy, 46: 20-31.

SHOEMAKER, S., LEWIS, R. C. (1999). Customer Loyalty: The Future of Hospitality Marketing. International Journal of Hospitality Management, 18:345-370.



STERNQUIST, B. SANG-EUN, B. BYOUNGHO, J. (2004). The Dimensionality of Price Perceptions: A Cross-Cultural Comparison of Asian Consumers, *Int. Rev. of Retail, Distribution and Consumer Research*, (14) 1:83-100.

ŞAHİN, A. ŞEN, S. (2017). Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52):1176-1184.

TEKİN, M., ÖZTÜRK, D., ÜNAL, H. (2021). Tüketici Etnosentrizminin Marka İmajı Oluşturmadaki Etkisi: Tanınmış Bir Hazır Giyim Markası Örneği . *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 5 (1) , 1-26

UYAR, A. (2019). Müşteri Memnuniyeti ile Müşteri Sadakati Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi: Otomobil Kullanıcıları Üzerine Bir Uygulama. *Electronic Journal of Social Sciences*, 18(69).

YARAŞ, E. (2008).Tüketicilerin Fiyat Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15:3–20.

ZEİTHAML, A. S., BASU, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22 (2):99-114.

ZEİTHAML, V. A., BERRY, L. L. PARASURAMAN, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60:31-46

## **METaverse VE PAZARLAMA: DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN YENİ BOYUTLARI**

**Muhammed Fatih CEVHER<sup>1</sup>**

Geliş Tarihi: 12/07/2023

Kabul Tarihi: 06/09/2023

### **ÖZET**

Son yıllarda dijital pazarlamanın hızlı gelişmesi Metaverse isimli sanal dünyanın da ön plana çıkmasını sağlamıştır. Gerçek dünyaya benzer bir sanal dünyada, sanal ve artırılmış gerçeklik destekli, tüketicilere sürükleyici bir deneyim ve etkileşim oluşturan metaverse platformu pazarlama disiplininin de dikkatini çekmiştir. Dijital pazarlamanın ötesinde bir pazarlama ortamı sunun bu platformun tüketici davranışlarında da birçok açıdan farklılık ortaya koyacağı düşünülmektedir. Hem tüketicilerin hem de işletmelerin metaverse ortamında yer alması bu platformun pazarlama açısından incelenmesini gerekli kılmıştır. Bu noktada makalenin amacı metaverse platformunun incelenerek hem tüketicilerin muhtemel davranışlarını analiz etmek hem de işletmelerin bu platformda pazarlama stratejileri oluştururken dikkat etmesi gereken kritik noktalarda yol göstermek olarak belirlenmiştir. Makalede metaverse kavramı incelenerek bu evrenin anlaşılması amaçlanmış, kavramsal çerçeve başlığıyla metaverse hakkında bilgi sunulmuştur. Literatürdeki çalışmalar literatür taraması başlığı altında incelenmiş ve Metaverse’ de Pazarlama başlığıyla da metaverse pazarlama açısından incelenmiştir. Pazarlama stratejileri oluşturulurken karşılaşılan kritik noktalar metaverse açısından incelenip açıklanmaya çalışılmıştır. Son olarak işletmelerin metaverse’ de pazarlama stratejileri oluştururken dikkat etmesi gereken kritik noktalar ve tavsiyeler yer almıştır. Henüz belirgin sınırları olmamakla beraber metaverse’ ün hızla büyüyeceği düşünülmektedir. Metaverse’ de işletmeler pazarlama stratejileri oluştururken; geniş hedef kitlesine ulaşabilir ve bu hedef kitlesinden marka bilinirliği yolunda avantajlar sağlayabilir. İşletmeler marka ile müşteri deneyimini artırarak hem fiziksel hem de sanal mağazalarında kazançlarını artırabilir. Dijital pazarlamada etkili olan influencer’ ların sanal dünyada sanal etkileyicilerle de devam edeceği düşünülmektedir. Katılımcıların kendilerini ifade şekli olarak kullanacağı avatarların Influencer Marketing kapsamında ön plana çıkacağı düşünüldüğünden işletmeler Influencer Marketing stratejilerine de önem vermelidir. Pazar araştırmaları açısından da veri elde etme ve bu verileri hızlı bir

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Munzur Üniversitesi, Pertek Sakine Genç MYO Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, mfcevher@munzur.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0992-8118

şekilde işleme fırsatı sunabilecek metaverse ortamı pazarlama faaliyetlerinde önemli bir yer alacak gibi görünmektedir. Metaverse ortamının hem işletmelere hem de tüketicilere birçok açıdan fayda sağlayacağı düşünülse de bu ortamın getirebileceği bazı zorluklar da mevcuttur. Mülkiyet hakları, ödeme konusunda oluşabilecek zorluklar, siber saldırılar, kişilik haklarına saldırı, psikolojik etkiler gibi birçok noktada alınması gereken önlemler de bulunmaktadır. İleride yapılacak akademik çalışmaların metaverse’ de oluşabilecek zorluklar ve olumsuz durumların ortaya çıkarılması ve önlenmesi konusunda çalışmaları literatüre fayda sağlayacaktır. Ayrıca pazarlama disiplini açısından metaverse ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmaların tüketici davranışları ve nöromarketing açısından yapılması da tavsiye edilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Metaverse, Metaverse Pazarlaması, Pazarlama Stratejileri, Dijital Dönüşüm

## **Metaverse and Marketing: New Dimensions of Digital Transformation**

### **ABSTRACT**

The rapid development of digital marketing in recent years has brought the virtual world called Metaverse to the fore. In a virtual world similar to the real world, a virtual and augmented reality-supported metaverse platform that creates an immersive experience and interaction for consumers; has also attracted the attention of the marketing discipline. This platform, which offers a marketing environment beyond digital marketing, will also make a difference in consumer behavior in many ways. The fact that both consumers and businesses are in the metaverse environment has made it necessary to examine this platform in terms of marketing. At this point, the article aims to use the metaverse platform was examined to analyze the possible behaviors of consumers and to guide businesses at critical points while creating marketing strategies on this platform. In the article, the metaverse concept was examined and aimed to understand this universe, and information was presented with the title of a conceptual framework. The studies in the literature have been examined under the title of literature review and the title of marketing in the metaverse, in terms of metaverse marketing. The critical points encountered while creating marketing strategies have been examined and explained in terms of the metaverse. Finally, there are critical points and recommendations that businesses should consider when creating marketing strategies in the metaverse. Although it does not have clear boundaries yet, it is thought that the metaverse will grow rapidly. While businesses create marketing strategies in the meta universe; It can reach a wide target audience and gain advantages through brand awareness from this target audience. By improving the customer experience with the brand, brands can boost their earnings in both physical and online businesses. It is thought that influencers who are effective in digital marketing will continue with virtual influencers in the virtual world. Since it is thought that the avatars, which the participants will use as a way of expressing themselves, will come to the fore within the scope of Influencer Marketing, businesses should also attach importance to Influencer Marketing strategies. The Metaverse platform, which can provide the opportunity to obtain data and process this data quickly in terms of market research, has an important place in marketing activities. Although it is thought that the metaverse environment will benefit both businesses and consumers in many ways, there are some difficulties that this environment can bring. There are also measures to be taken at many points such as property rights, difficulties in payment, cyber-attacks, attacks on personal rights, and psychological effects. Future academic studies on revealing and preventing the difficulties and

negative situations that may occur in the metaverse will benefit the literature. In addition, it is recommended that future studies on Metaverse be carried out in terms of consumer behavior and neuromarketing in terms of marketing discipline.

**Keywords:** Metaverse, Metaverse Marketing, Marketing Strategies, Digital Transformation

## **GİRİŞ**

Teknolojik gelişmelerin hızının her yıl bir öncekine oranla daha hızlı ilerlediği bir dönemi yaşamaktayız. Metaverse kavramı da bu hızın getirmiş olduğu bir yenilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Her geçen gün daha popüler bir hale gelen metaverse konusu insanların günlük hayatlarına etki edebildiği gibi birçok disiplinin de araştırma konusu olmaktadır. Sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin desteğiyle insanlara eş zamanlı ancak sanal bir evrende bulunma fırsatı veren bu teknoloji günlük yaşantıların sanal ortama taşınması gibi bir durumu da gündeme getirmektedir. Tüketicilerin metaverse' e katılımları sonucu birçok günlük faaliyetin bu platforma taşındığı görülmektedir. Katılımcılar sanal konser ve festivallere katılım, sanal gerçeklik oyunları, müze gezileri, sanal atölye ve kurslara katılım gibi birçok faaliyeti evlerinde metaverse ile gerçekleştirebiliyorlar (Cheah ve Shimul, 2023).

Blockchain, Web 3.0, NFT, ademi merkezîyetçilik ve metaverse gibi kavramlar, son yılların teknolojik kavramları olarak dikkat çekmektedir. Metaverse kavramı da gerçek zamanlı olarak var olan ve kullanıcıların için sürükleyici bir sanal veya artırılmış gerçeklik ortamı olarak görülmektedir (Mack, 2022).

Metaverse kavramı birçok alanda ve birçok kişi tarafından merakla takip edilirken bu alanın popülerliği ve kullanımı da gün geçtikçe artacaktır. Araştırma konusu insanlar ve tüketicilerle ilgili olunca, birçok disiplinin ilgi alanına girmekte ve bu alanlardan biri olan pazarlama disiplininde de gündeme gelmektedir. Ayrıca metaverse işletmelerin tüketicilerle buluşmasında farklı ve yeni bir yol olarak dikkat çekmektedir. Dijital pazarlamanın tüketici ile firmaları buluşturma çabalarının daha ileri ve farklı bir seviyede olacağı düşünülen metaverse artık pazarlama literatüründe dikkat çeken bir konu haline gelmiştir.

İşletmeler pazarlama faaliyetlerini fiziksel dünyada devam ettirirken metaverse sanal dünyasına da adım atmak istemekteler. Yoğun rekabet şartlarında varlıklarını sürdürmek ve kazançlarını artırmak isteyen işletmelerin her geçen gün metaverse' e yoğunlaştığı görülmektedir. Çalışmada metaverse kavramının kavramsal çerçevesi oluşturulmuş ardından literatür taraması ile yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Metaverse pazarlama

perspektifinden ele alınmış ve işletmelere metaverse' de pazarlama konusunda kritik noktalara dikkat çekilmiştir. Bunun yanı sıra işletmelerin pazarlama stratejilerini oluştururken bazı önerilere yer verilmiş ve sonuç kısmında akademik alanda çalışma yapmak isteyenlere de tavsiyeler sunulmuştur.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Metaverse kavramdan ilk kez Snow Crash isimli romanda bahsedildiği ve sonrasında pazarlamacılar açısından önemli bir kavram olarak araştırma konularında yer aldığı ve günümüzde yeni bir fenomen olduğu iddia edilmektedir. Öte yandan gün geçtikçe metaverse' ün deneyimlendiği ve gerçek dünyaya benzer sanal bir ortamda kişilere farklı deneyimler sunan yönüyle yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Gupta, Gupta ve Joshi, 2022).

Kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girdiği ve kendilerine özel oluşturdukları avatarlarıyla katılabildikleri, sanal ve artırılmış gerçeklikten yararlanan bu platform metaverse olarak tanımlanmaktadır. Metaverse 'ün tam olarak anlaşılması için, yapılan tanımlar incelendiğinde sonuç olarak temel anlamda bazı yapı taşlarına dayandığı görülmektedir. Öncelikle metaverse' e katılmak bir donanım ihtiyacını ortaya koymaktadır. Gerekli internet alt yapısı, sanal ve artırılmış gerçeklik destekli ürünler, tüketiciler ve firmalar için gerekli donanımlar olmadan metaverse'e katılım başarılı olmayacaktır. Ardından ağ oluşturma metaverse için gerekli yapı taşlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Kullanılacak bant genişliği, hız gibi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır. Geniş ve karmaşık olan bu sanal dünyada hesaplama başka bir yapı taşıdır. Metaverse için bilgi işlem gücü hesaplanmalı ve geliştirilmelidir. Kişilerin bu sanal ortama katılmasını teşvik edici sanal platformlar gereklidir. Bu noktada bahsedilen yapı taşları metaverse'e katılım için gereklidir. Katılım sonrası ise kişilere değişim standartları ve araçları oluşturulmalıdır. Ardından bu sanal dünyada alışveriş için ödeme sistemlerinin mevcut olması gerekir. Markaların içerik, hizmet ve varlıkları bu sanal dünyada kişilerle buluşturulmalıdır. Son olarak tüm bunların yanı sıra tüketici ve işletmeler metaverse 'ün yapı taşı olarak karşımıza çıkmaktadır (Ball, 2022; Bosworth ve Clegg, 2021; Hollonsen, Kotler ve Opresnik, 2023).

Yapay zeka, derin öğrenme, metaverse'e yönelik oluşturulan etkileşimli içerikler, dijital teknolojinin hızlandığı dijital para ve kripto para birimleri ve devamında oluşturulan ödeme seçenekleri metaverse teknolojisinin de hızlı gelişimine neden olmuştur (Ball, 2022).

Kim (2021), teknolojide yaşanan bu gelişmelerden sonra metaverse kavramını insanların kendileri için oluşturdukları avatarları ile gerek diğer insanlar gerekse firmalar, ürünler ile eşzamanlı bir iletişim ve etkileşim gerçekleştirebildikleri sanal ortam olarak ifade etmektedir (Kim, 2021).

Pazarlama açısından metaverse incelendiğinde literatürün son zamanlarda genişlediği görülmektedir. Reklam, perakende, satış ve marka konularında yayınların hızla arttığı ve perakende sektöründe dikkat çeken artışın olduğu tespit edilmiştir. Hatta moda markaları öncü olarak takip edilmektedir (Joy vd., 2022). Kitlelere hitap eden markaların bu noktada öne çıkması (Hollensen vd., 2022) ilerleyen zamanlarda daha küçük perakende markalarına örnek olmakta ve onlara öncü olarak önünü açmaktadır (Joy et.al., 2022; Hollonsen vd., 2022).

Metaverse tüketici davranışları analizinde daha derinlemesine ve yeni yöntemlerle önemli olabilecek bir platform olarak görülmektedir. Markaların pazarlama stratejilerini oluştururken metaverse' den büyük destek alabilecekleri düşünülmektedir. Hem mevcut hem de potansiyel müşterilere ulaşılması açısından yeni avantajlar ortaya koyabilecektir. Yeni bir alan olmasına rağmen pazarlama açısından metaverse' ün deneysel etkileri olacağı da düşünülmektedir. Bu noktada pazarlama açısından bazı zorlukların da oluşabileceği düşünülmektedir. Genel anlamda birçok fayda sağlayabilecekken bu faydaların yanı sıra donanım ve yazılıma ulaşılması/satın alınması, sosyo-kültürel sorunlar ve işleyişte yaşanabilecek teknik ve alt yapısal sorunların da karşımıza çıkabileceği beklenmektedir (Hazan vd., 2022).

Teknolojik gelişmelerin faydalarının yanı sıra olumsuz yan etkilerinin olabileceği zaman içerisinde karşılaşılan bir durumdur. Metaverse gibi geniş bir sanal dünyada depresyon, bağımlılık ve kişilikle ilgili bozukluk ve rahatsızlıkların da olabileceği öngörülmektedir. Avatarların kendi kişiliklerinden çok farklı şekilde kurgulanması bir süre sonra kişilerin kendilerini yetersiz hissetmesi ve içe dönüklük ile sonuçlanabilir. Bunların



yanı sıra siber zorbalık, katılımcılara ve markalara zarar verici eylemler, telif haklarına uymama ve gizlilik ihlalleri gibi durumlarla da karşılaşılabilir (Worth, 2015).

Metaverse 'de marka değeri, marka farkındalığı, tüketicilerin markaya katılımı ve marka stratejileri önem taşımaktadır. Marka değerinin metaverse de ortamın markalara sağladığı değer ve sunulabilen farklı teklifler gibi faktörlere bağlı olduğu görülmektedir (Barnes ve Mattsson, 2011).

Marka iletişimin doğası ve marka iletişimi de metaverse' den etkilenmektedir. Markalar bu ortamdaki mağazaların yeterliliğine güvenmemelidir. Avatarlar aracılığıyla tüketicilerle iletişim kurarak faaliyetlerini yürütmelidirler (Jin ve Sung, 2010). Tüketicilerle kurulan iletişim sonrası oluşan olumlu tutumlar marka değerini artıracaktır. Pazarlama açısından metaverse sadece markalaşma, tüketicilerle iletişim ve satış konularıyla sınırlı olmayıp, tüketici davranışlarının oluşturabileceği birçok yönden dikkat edilmesi gereken bir ortam olarak karşımıza çıkmaktadır (Dwivedi, Hughes, Baabdullah, vd., 2022).

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Metaverse pazarlaması üzerine Barrera ve Shah (2023) yaptıkları çalışmada metaverse kavramını detaylı bir şekilde inceleyerek bir kavramsal çerçeve oluşturmaktadır. Metaverse evrimi incelenen çalışmada literatür sistematik tarama ile incelenmiştir. Metaverse kavramının pazarlamaya nasıl entegre edileceğine dair öneriler sunan çalışma, pazarlama açısından metaverse' ün büyük bir çalışma alanı olacağına vurgu yapmaktadır.

Metaverse' ün pazarlamayı nasıl etkileyebileceğini araştıran Cheah ve Shimul (2023) metaverse pazarlamanın tüketici-marka etkileşimleri açısından büyük kolaylıklar sağladığı ve bunun yanında zorlukları da getirdiğini vurgulamaktadır. Dijital pazarlama ve e-ticaret, metaverse üzerinden müşterilerle buluşmada güzel bir fırsattır. Ancak savunmasız katılımcılar açısından birçok çalışma yapılması gerekmektedir. Metaverse' ün katılımcılar ve toplum üzerindeki oluşabilecek olumsuz etkileri, etik ve dijital zorbalık konuları üzerine de çalışılması gerekmektedir.

Tüketicinin marka algısı ve davranışsal tepkilerini hem gerçek dünyada hem de metaverse dünyasında analiz etmek amacıyla ampirik bir çalışma yapan Wongkitrungrueng ve Suprawan (2023) markalara hem metaverse' de

hem de gerçek dünyadaki marka imajlarını birleştirmelerini tavsiye etmektedir. Zepeto isimli platform uygulama alanı olarak tercih edilmiş, platform kullanıcılarının deneyim ve tepkileri analiz edilmiştir. Faydacı değer, sembolik değer, hedonik değer, marka imajı, marka etkileşimi, satın alma niyeti başlıkları altında oluşturulan sorulardan anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Kullanıcıların deneyimsel değerinin, marka ürünlerini tercih etmede ve markayla ilişki kurmada etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Wongkitrungrueng ve Suprawan, 2023).

Pazarlama açısından metaverse ile ilgili araştırmalar genel bir çerçevede incelendiğinde Bleize ve Antheunis (2019) sanal dünyalarda satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri, Gabisch ve Gwebu (2011) sanal marka deneyiminin satın alma niyetine etkisini, Guo ve Barnes (2011) de Second Life platformu gibi sanal bir dünyada satın alma davranışlarını incelemektedir. Piyathasanan, Mathies, Wetzels, Patterson ve Ruyter (2015) hiyerarşik bir sanal deneyim modelinin algılanan değer ve müşteri sadakati üzerine etkisini araştırmıştır. Öte yandan artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik açısından tüketici tutumu, tüketici memnuniyeti ve satın alma niyetleri üzerine yapılan çalışmalar da mevcuttur (Loureiro, Guerreiro, Eloy, Langaro ve Panchapakesan, 2019). Metaverse alanında önceki çalışmaları sentezleyen, alandaki boşlukları belirleyip ve birtakım öneriler oluşturulan çalışmalar da metaverse' de pazarlamayı incelemişlerdir (Barrera ve Shah, 2023; Shen, Tan, Guo, Zhao ve Oin, 2021; Hollensen, Kotler ve Opresnik, 2022; Hennig ve Ognibeni, 2022).

Müzik içeriği pazarlamasının metaverse' de kullanıcı memnuniyeti ve kullanıcıların satın alma niyetini bir model üzerinden analiz eden Hwang ve Lee (2022) memnuniyet ve satın alma üzerine olumlu etki oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır. Süreklilik, mevcudiyet duygusu, birlikte çalışabilirlik ve eşzamanlılık gibi (SPICE) modeli faktörleri kullanıcıların platform üzerinden istedikleri müziğe ulaştığını ve kullandığını tespit etmiştir (Hwang ve Lee, 2022).

Z kuşağı üzerine metaverse pazarlamasını inceleyen Sisodiya ve Vaidya (2023) sanal pazarlamaya yönelik tutumları Z kuşağı üzerinden incelemiştir. Sanal pazarlama ve metaverse kullanıcı deneyimi Z kuşağı üzerinde olumlu etki bırakmaktadır. Metaverse pazarının Z kuşağı üzerinden

genişleyip büyüyeceği düşünülünce hedef pazar noktasında Z kuşağına önem verilmelidir (Sisodiya ve Vaidya, 2023).

Çalışmalarında Teknoloji Kabul Modelini kullanan Park ve Kang (2021) model ile metaverse platformunun ilk kullanıcılarını analiz etmiştir. Çalışmada metaverse kullanıcılarının kullanma niyetine etki eden faktörler belirlenmiştir. Teknoloji Kabul Modeli odağında algılanan kullanım kolaylığı üzerinde sosyal etki, algılanan keyif ve etkileşimin etkili olduğu tespit edilmiştir (Park ve Kang, 2021). Metaverse kullanıcılarını analiz eden başka bir çalışmada Oh (2021) genişletilmiş teknoloji kabul modeli odağında; algılanan keyif, öz yeterlilik, sosyal etki ve içerik kalitesinin kullanma niyeti üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır (Oh, 2021).

Metaverse kavramı bir örnek olay ile Hollensen, Kotler ve Opresnik (2022) tarafından incelenmiştir. The Nike–Roblox örnek olayında Nikeland üzerinden katılımcıların Roblox aracılığıyla gerçek hayattaki hareketlerin çevrimiçi oyunlara aktarıldığı ve tüketicilerin giyilebilir Nike ürünleri ile bu sürükleyici deneyimi yaşayabilecekleri bir fırsat sunulmaktadır. Nikeland metaverse ile katılımcıların oyun oynamanın ötesinde Nike ürünlerini ve sporu deneyimlemelerini sağlamaktadır (Hollensen, Kotler ve Opresnik, 2022; Johnston, 2021).

Başka bir örnek olay Gucci tarafından Floransa'daki bir amiral gemisi mağazası kopyalanarak oluşturuldu. Gucci bahçeleri deneyimi adında açılan mağazada kullanıcıların avaturları için alabileceği giyim ürünlerini tanıttı. Dolce Gabanna ve Balenciaga firmaları dijital koleksiyonu kullanıcılara açarak katılımcılardan toplanan verilere göre parçalar üretmeye başladı (Gonzales, 2022).

### **3. METAVERSE'DE PAZARLAMA**

Metaverse son yılların yeni teknolojik atılımlarından biri olarak karşımıza çıktı. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin desteğiyle tüketicileri kendine çeken bu teknoloji, her geçen gün popülerliğini artırıyor.

İnsanların merak ve heyecanlarını tetikleyen metaverse platformunu birçok kişi deneyimlemektedir. Zamanla katılımcı sayılarının artacağı beklenmektedir. Platformda katılımcıların davranışları, alışverişler ve pazarlama faaliyetleri gereksinimi, pazarlama disiplinin de bu platforma

eğilimini sağlamaktadır. Son yıllarda dijital pazarlama uygulamalarının geleneksel pazarlama uygulamalarını etkilediği ve yönlendirdiği görülmektedir. Bu yeni teknolojinin de dijital pazarlama faaliyetlerini etkilemesi beklenmektedir. Tüketicilerin ve işletmelerin pazarlama açısından bulunacağı bu üç boyutlu ortam beraberinde hem avantajlar hem de bazı zorlukları getirmektedir. Değişimin pazarlamaya olan etkisinin bu teknolojiyle yeni değişimleri de ortaya çıkarması beklenmektedir. Firmalar da bu değişime adapte olarak bu sanal evrende yer almaya çalışmaktadır. Firmaların metaverse platformundaki pazarlama stratejileri bu bölümde incelenecektir.

### **3.1. Metaverse Deneyimi ve Katılımı**

Metaverse'ün fiziksel ve sanal dünyaların ötesinde sunmuş olduğu etkileşim deneyimi dikkat çekmektedir. Firmalar metaverse ile markalarını fiziksel ve sanal dünyalar arasında bağlama yetkisine sahip oldu. Örneğin, McDonald's fiziksel restoranlarını sanal dünyada da devam ettirmek için metaverse mağazasını açmaktadır. Tüketiciler metaverse ile sanal dünyada McDonald's restoranına girip sipariş verebilirler. Tüketicilerin bu siparişi sanal dünyadan fiziksel dünyaya iletilerek tüketiciye ulaştırılabilir. Benzer yolla markalar müşterilerine ulaşmak amacıyla sanal tur ziyaretleriyle tüketicileri üretim sürecini ziyarete yönlendirip güven ve bağlantı kurma fırsatını elde edebilirler. Prada ve Adidas gibi firmalar dijital sanat eseri olan NFT'lerin tüketicileriyle birlikte oluşturmasını sağlayabilmektedir (Koohang, Nord, Ooi, Tan, Al-Emran, Aw ve Wong, 2023).

Birçok uluslararası firmanın da metaverse katılımlarının arttığı görülmektedir. J.P. Morgan firması Şubat 2022'de ilk banka şubesi ile metaverse yatırımını yaptı. Gucci ve Ralph Lauren, CitizenM ve EV Hotel Corporation gibi firmaların da metaverse' e katılımları görülmektedir. Öte yandan havayolu endüstrisinde yer alan SITA firması da metaverse üzerine çalışmalarını yürütmektedir. 2030 yılına kadar havayolu endüstrisinde metaverse etkisinin artacağı ve operasyonel personel için metaverse eğitimi ve kullanımının da gün geçtikçe arttığı ifade edilmektedir (Shevlin, 2022, Wong, 2022, SITA, 2022; Buhalis, Leung ve Lin, 2023).

### 3.2. Tüketici Davranışı

Pazarlamanın odak konularından tüketici davranışı konusu pazarlama stratejilerde önemlidir. Teknolojik gelişmelerin etkisi tüketici davranışlarını da etkilemektedir. Dolayısıyla pazarlama stratejileri de bu değişimleri göz önünde bulundurmak zorundadır. Son yıllarda dijital gelişmeler pazarlamada dijital pazarlamayı ön plana çıkarmaktadır.

Tüketicilerin kendini ifade etmesinde dijital ortamlar yeni fırsatlar sunmaktadır. Metaverse bu açıdan tüketicinin kendini ifade etmesinde ve tüketici davranışlarının izlenmesinde yeni bir fırsattır. Tüketicilerle iletişim ve etkileşimde kolaylıklar sağlayan bu alan, tüketici davranışlarının izlenmesi konusunda da kolaylıklar sağlamaktadır. Bir marka ve markaya ait bir içeriğin metaverse ortamında tüketiciyle buluşturulması bu kolaylıktan faydalanmayı sağlayabilmektedir. Tüketiciler metaverse ortamında kendilerinin sembolü olarak avaturları kullanabilmektedir. Tüketiciler avaturlarıyla metaverse ortamında faaliyetlerde bulunarak bu platformda zaman geçirmektedir. Marka tüketici iletişimi, marka imajı, marka sadakati konusunda tüketicilerin isteklerini karşılayarak tüketicileri markaya yönlendirmek mümkün olabilmektedir. Öte yandan tüketici davranışlarının taciz, zorbalık ve etik dışı davranışlarda bulunma olasılığı da dikkat çekmektedir. Ayrıca tüketicilerin metaverse ortamına katılmada yazılım ve donanımla ilgili maliyetler, sanal ve fikri mülkiyet hakları gibi konularda da altyapı eksiklerinin giderilmesi beklenmektedir. Bu konularda da çalışmalar devam etmektedir (Belk, 2013; Belisle ve Bodur, 2010; Barrera ve Shah, 2023).

### 3.3. Pazarlama İletişimi

Son yıllarda dijitalde yaşanan gelişmeler tüketicilerin dijital okur yazarlık seviyesini ilerletmiştir. Özellikle pandemi sonrası tüketicilerin online alışverişe yönelikleri de görülmektedir. Metaverse açısından pazarlama iletişimi düşünüldüğünde tüketicilerin satın almaları öncesinde firmalar birçok açıdan tüketiciyi etkileyebilmektedir. Metaverse reklamları, dijital reklamlar ve promosyonlar ile metaverse' de tüketicilerle pazarlama iletişimi faaliyetleri yürütülmektedir. Hatta sanal mağazalarla tüketicilere sürükleyici bir deneyim de sağlanmış olmaktadır. Bu yönüyle metaverse firmaların pazarlama iletişimi faaliyetlerine kolaylık sağlamaktadır. Öte yandan sanal dünyada gerekli olan ekipmanların (AR ve VR) maliyetlerinin yüksek olması

ve herkes tarafından ulaşılabilir olmaması da pazarlama iletişimi konusunda zorluk olarak görülmektedir (Tan, Aw, Cham, Ooi, Dwiedi, Alalwan ve Tan, 2023).

### 3.4. Dijital Pazarlama

Metaverse' ün gelişimine paralel olarak dijital pazarlama süreçlerinin de bu gelişmelerden etkileneceği vurgulanmaktadır. Pazarlama ajanslarının müşterilerine ulaşma şeklinin değişimi, genç kuşakla daha iyi etkileşim, sosyal medya pazarlamasının öneminin azalması, yeni pazarlar ve pazarlama fırsatlarının ortaya çıkması, reklamcılık faaliyetlerinin dijital reklamcılığa yönlmesi, dijital alanda rekabetin artması ve pazarlama stratejilerinin metaverse pazarlamasına göre revize edilmesi gibi etkilerin olması beklenmektedir (Twelverays, 2020 akt.; Özkaynar, 2022).

Dijital pazarlamanın daha ötesinde metaverse pazarlaması birçok noktada farklılaşarak daha avantajlı hale gelebilmektedir. Ali ve Khan (2023) çalışmalarında metaverse pazarlaması ile dijital pazarlamayı karşılaştırarak bu durumu daha belirgin bir hale getirmeye çalışmışlardır (Ali ve Khan, 2023).

**Tablo 1:** Dijital ve Metaverse Pazarlamada Pazarlama Özelliklerinin Karşılaştırılması

Koşullar	Dijital Pazarlama	Metaverse Pazarlama
Mülkiyet (sahiplik)	Ağlar ve şirketler tarafından sahiplik	Bireyler tarafından mülkiyet
İşlem	Fiziksel ve dijital	Dijital ve sanal
Reklamcılık	Etkileşimli reklamcılık	Davranışsal reklamcılık
Kontrol	Platform tabanlı	Birlikte çalışılabilirlik
E-ticaret arama yöntemi	Anahtar kelimeler	Anlamsal arama
Alışveriş etmek	Fiziksel ve dijital	Sanal
Ticaret Modeli	B2B, B2C	Avatar odaklı (D2A)
Depo İhtiyacı	Var	Yok

Kaynak: Ali ve Khan, 2023

### 3.5. Influencer Marketing

Metaverse, içerik oluşturuculara yalnızca hayranlarıyla değil, aynı zamanda etkileyici kişilerle de etkileşim ve iletişimin yepyeni bir yönünü ortaya koymaktadır. Gıda influencer' ları birlikte yemek pişirebilir; seyahat influencer' ları birlikte deneyimlerini paylaşabilir. Spor alanında ön plana çıkmış influencer' lar da spor faaliyetleri üzerinden metaverse ortamındaki diğer kişilerle etkileşim kurabilmektedir. Metaverse bu yönüyle sınırları azaltan ve ister influencer ister işletme olsun tüm oyuncuların öncü, yenilikçi ve yaratıcı dahi olmasına izin veren bir oyun alanı olarak görülmektedir. Dijital pazarlama ile Influencer Marketing kavramının desteklendiği günümüzde influencer' ların metaverse ortamlarında da var olacağı ve etkileyici kişi olma durumunu avaturlarıyla da destekleyebileceği düşünülmektedir (Mileva, 2023).

Marka uzantıları oluşturmak için metaverse kullanan ünlü kişilerin sayısı da her geçen gün artmaktadır. Kanye West, Rihanna, Kim Kardashian, Justin Bieber, Katy Pery, Beyonce, Paris Hilton, Andrew Yang, Jake Paul, Shawn Mendes, Lady Gaga gibi ünlü isimler metaverse'e katılan ünlülerden bazılarıdır (Busshel, 2022).

### 3.6. Reklamcılık

Metaverse pazarlamada reklamcılık ve halkla ilişkiler kampanyaları açısından da cazip bir alan olarak görülmektedir. Firmalar ürün ve hizmetlerini tüketicilerin etkileşimli deneyimlerine sunarak tüketicilerin hem keyifli hem de ilgi çekici bir şekilde kendilerini tanıtmaya imkanına sahip olabilmektedir. Metaverse alanı sunmuş olduğu bu etkileşimli reklamcılık ile tüketicileri duygusal ve bilişsel yoldan etkileyerek ileride hem marka sadakati oluşturma hem de satın alma yolunda etkileyebilme fırsatına sahiptir (Kevin, 2022). Bununla birlikte her geçen gün büyümeye devam eden metaverse ortamında firmalar reklam açısından tüketicilerin değişen isteklerine göre reklam stratejilerini güncellemelidir.

Metaverse' de reklamcılık faaliyetlerini yürüten işletmeler için metaverse, dünyanın her yerinden potansiyel müşteri kitlesi ile iletişim fırsatı sunabilir. Metaverse avatar tabanlı etkileşimle katılımcıların birbiriyle olan iletişimini farklılaştırmaktadır. Metaverse' de reklamcılık gerçek dünyadan daha sürükleyici ve dinamik reklam yapma fırsatı sunabilmektedir. Metaverse

'de reklam stratejileri geliştiren firmalar diğer firmalara göre rekabet açısından daha avantajlı olabilmektedir. Firmalar bu rekabet avantajını elde edebilmek ve sürdürülebilmek için her geçen gün büyüyen ve değişebilen metaverse ortamında güncel kalmalı ve değişimlere hazır olmalıdır (Busshel, 2022).

### 3.7. Marka ve Markalaşma

Markalar pazarlama stratejilerini oluşturmak ve hedeflenen müşterilere ulaşmak amacıyla metaverse' den yararlanabilmektedir. Metaverse, yeni teknolojiyi kullanmak için gereken geçişi ve değişiklikleri sunabilecek bir platform olduğundan hem yeni markalar hem de markalaşma yolunda başarılı olmuş markalar için bir aracı olarak görülmektedir. Yerel markalar henüz metaverse ortamına katılmada geri dursa da ileride bu markalar için de bir gereksinim haline dönüşebilecektir. Dolayısıyla yerel markalar en azından altyapı, insan kaynakları ve yönetimlerini ileride metaverse'e katılma durumu ihtimaline göre yönlendirebilir (Khatri, 2022). Metaverse' ün pazarlama stratejilerini gerçekleştirmek amacıyla birçok marka veya firmanın metaverse'e katıldığı görülmektedir. Apple, Decentraland, Microsoft, Coca Cola, Epic Games, Ford, Samsung, NVIDIA, Meta, Amazon, Unity Software, Snapchat metaverse'e katılanlardan bazıları olarak karşımıza çıkmaktadır (Busshel, 2022).

Öte yandan metaverse' de markaların rekabet ortamları Mileva, (2023) tarafından yayınlanan bir araştırmada bazı kategoriler altında sunulmaktadır.

 Roblox	 Unity	 Facebook	 Facebook	Live Nation
 Epic Games	 Epic Games	 Tencent	 Lenovo	Theme Parks
 Microsoft	 Adobe		 HP	Sports Teams
 Activision Blizzard	 Autodesk		 Logitech	
 Take-Two	 Ansys		 Acer	
 Tencent			 Valve	
 NetEase			 Razer	
 Nexon				
 Valve				

Şekil 1: Markaların Metaverse' de Rekabet Ortamı



Şekil 1’de görüldüğü üzere [influencermarketinghub.com](https://www.influencermarketinghub.com), (2023) araştırmasında markaların rekabet ortamı ilk sütunda çevrimiçi oyun yapımcıları, sağındaki sütundakiler sırasıyla, tasarım yazılımı satıcıları, sosyal ağlar, oyun, yapay gerçeklik ve sanal gerçeklik donanımı ve canlı eğlence başlıkları altında gruplandırılmıştır (Mileva, 2023).

Metaverse teknolojisi henüz yeni bir teknoloji olduğundan potansiyel müşterileri ve tüketicileri markalara yönlendirmek için firmaların çaba göstermesi gerekebilecektir. Bu noktada bloglar, web siteleri, influencerlar gibi daha önceden deneyim sağlanan noktaların metaverse de kullanılması marka bilinirliği sağlayabilecektir. Markalaşma stratejilerini uygulama için büyük bir alan oluşturan metaverse pazarlama ve markalaşma stratejisini iyi kurgulayan ve sürdüren işletmeler için güzel bir ortam olabilecektir (Khatri, 2022).

### **3.8. Metaverse’ de Bütüncül Kanallı ve Çok Kanallı Pazarlama**

Ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasını sağlayan birçok kanal bulunmaktadır. Bu kanalların pazarlama stratejileri ile oluşturulması çok kanallı pazarlamayı ifade etmektedir. Firmalar ve markalar çok kanallı pazarlamayı kullanarak tüketicilere farklı yollardan ulaşmaya çalışmaktadır. Dijital pazarlamanın da etkisiyle markalar, müşteri deneyimini tüm kanal türlerine uyarlamaya çalışmaktadır (Melero vd. 2016). Metaverse gibi çoklu evrende ise pazarlama stratejileri çok kanallı olabilmektedir. Bunun yanı sıra metaverse platformunun yapısı incelendiğinde kullanıcıların deneyimde bütüncül bir rol oynadığı görülmektedir.

Metaverse’ de çok kanallı yaklaşım ile firmalar müşteri etkileşiminde birden fazla kanal ile iletişimde bulunmaya çalışmaktadır. Müşterilerin birden fazla kanal ile firmalarla etkileşim kurması, firmanın ürünlerini sanal olarak deneyimlemesi marka imajında olumlu etki bırakabilecektir. Marka imajı ve müşteri memnuniyeti satın alma niyetini de artırabilecektir. Metaverse evreninde stratejik pazarlama stratejileri oluşturulurken bu platformun sunduğu çok kanallı stratejilerin yanı sıra izlenen stratejinin bütüncül kanallı olması da önem arz etmektedir. Bu noktada VR başlıklarının fiyatının daha düşük seviyelere gelmesi ve tüketici katılımının artması izlenecek pazarlama stratejilerini de etkileyebilecektir. Çok evrenli bir ortamda çok kanallı ve bütüncül kanallı pazarlama üzerine araştırma yapan Ramadan (2013)

çalışmasında markalar için dört senaryodan bahsetmektedir. Öncelikle metaverse ana akım olmadan önce entegre olmayan markaların metaverse' e çok kanallı pazarlama yaklaşımlarını entegre edebilmek için odaklanması gerekmektedir. Sonrasında tüm platformlarda temas noktalarında bütünleşik bir deneyim aşaması yani metaverse platformunda entegre olmuş bütüncül bir yaklaşım izlemelidir. Markalar parçalanmış veya kopuk deneyim safhasında tüketicilerin algılarında cazibesini yitirmektedir ve bu noktada acil eylemler gerekir. Son olarak da sürükleyici deneyimin devam ettiği nihai aşamada markalar farklı platformlarda yeniliklere ve ortak pazar etkinliklerine odaklanmalıdır (Ramadan, 2023).

### **3.9. Metaverse'de İşletmeler için Pazarlama Stratejisi Önerileri**

- **Daha Fazla Marka Bilinirliği**

İşletmeler metaverse' ün sürükleyici ve etkileşimli doğasında marka bilinirliğini artırmak için daha iyi bağlantılar oluşturabilir. Ayrıca markalarını tanıtmak için metaverse ortamında daha fazla fırsata sahiptirler. Öte yandan marka bilinirliği uzun vadeli müşteri davranışları analizini gerektirir. Bu açıdan da işletmeler için zorluk olarak görülebilir (Lu ve Mintz, 2023).

- **Geniş Hedef Kitesine Ulaşma**

İşletmeler dijital pazarlamayla geleneksel pazarlamaya oranla geniş hedef kitlelerine ulaşabilmeyi bir şekilde başardı. Metaverse çoklu evrende dijital pazarlamanın da ötesinde geniş kitlelere ulaşım mümkün olabilecektir. İşletmeler metaverse' de geniş hedef kitesine ulaşmaya çalışmalı ve bu fırsatı değerlendirmelidir. Metaverse kullanıcılarının daha çok Z kuşağı kişilerden oluştuğu göz önünde bulundurulmalıdır (McKinsey ve Company, 2022).

- **Marka ile Müşteri Deneyimini Geliştirme**

Hedef ve potansiyel tüketicilere müşteri deneyimi oluşturacak stratejiler daha önce ulaşılamayan müşterilere ulaşma yolunda etkili olabilecektir. Fiziksel dünyada tüketicilerin deneyimleri göz önünde bulundurulduğunda metaverse ortamında müşteri deneyiminin daha etkili ve sürükleyici olabileceği görülmektedir. İşletmeler müşteri deneyimlerini yenilikçi yaklaşımlarla geliştirme yolunda çalışmalıdır. Tüm bu çabaların

sonucunda fiziksel dünyadan daha fazla bir müşteri bağlılığı mümkün olabilecektir (Wongkitrungrueng ve Suprawan, 2023).

- **Daha Fazla Kazanç Elde Etme**

İşletmeler gerçek dünyada marka veya işletmelerinden kazanç sağlama ve bu kazançları artırma amacıyla. Fiziksel dünyada ürün ve hizmetlerini tüketicilere ulaştıran işletmeler buna ek olarak metaverse ortamında da pazarlama faaliyetlerini sürdürerek daha fazla kazanç sağlama fırsatına sahiptir. Müşteri talebi ve harcama durumu şu an için belirsiz olsa da doğru kurgulanan stratejilerle yüksek kazançlar elde etmek kaçınılmaz görünmektedir. Ayrıca metaverse ortamının fiziksel dünyadaki kazançları artırma etkisi de olabilecektir. Dolayısıyla işletmeler hem sanal hem de fiziksel mağazaları üzerinden gelirlerini artıracaktır (Lu ve Mintz, 2023).

- **Influencer Marketing**

Dijital pazarlamada hala etkisi devam eden Influencer Marketing uygulamalarının metaverse de kullanılmaya devam edileceği düşünülmektedir. Etkileyici kişilerle birlikte katılımcıların avaturları da göz önünde bulundurulduğunda gerçek kişiler haricinde sanal etkileyici kişilerin de olabileceği düşünülmektedir. Etkileyici ve orijinal içerik oluşturma Influencer Marketing stratejilerini devam ettirebilecektir. Öte yandan insan olmayan sanal etkileyicilerin daha fazla etkileyebilme gücü olabileceken aksine katılımcılar tarafından gerçek dışı olarak algılanma ve etkileme düzeylerinin düşük olma ihtimalleri de düşünülmektedir (Ali ve Khan, 2023).

- **Pazarlama Araştırması**

İşletmeler metaverse' de pazarlama araştırmaları için fiziksel dünyada ulaşabileceklerinden daha fazla veriye ulaşabilir. Müşteri iç görüleri ve tüketici davranışları analizinde uygun verilere ulaşarak pazarlama araştırmalarında doğru verilere ulaşılabilir. Ayrıca sanal dünyadaki pazar araştırmaları hem metaverse de hem de gerçek dünyada müşteri talebini artırmada fayda sağlayabilir. Ayrıca işletmeler fazla veriye hızlı bir şekilde ulaşarak pazarlama stratejilerinde geri dönüşleri hızlı olarak olumsuz durumlarda daha hızlı harekete geçebilecektir.

İşletmeler bahsedilen başlıkları dikkate alarak metaverse' de oluşturacakları pazarlama stratejilerinde başarılı olma yolunda büyük bir adım

atmış olacaktırlar. Metaverse' ün her geçen gün artan popülaritesi işletmeler için cazip görülmektedir. Öte yandan metaverse de başarılı olmak isteyen işletmeleri, belirsizliklerin yanı sıra bazı zorlukların da beklediği görülmektedir (Lu ve Mintz, 2023).

Metaverse çoklu evreninde her geçen gün yeni gelişmeler yaşanırken işletmelerin de kazançlarını artırma ve varlığını sürdürme amaçları neticesinde bu platformla ilgili çalışmaları artmaktadır. Dijital pazarlamanın ötesinde etkileşimli ve tüketicilerin daha farklı şekillerde yer alabileceği metaverse' de işletmelerin pazarlama stratejilerini doğru kurgulaması gerekmektedir. Yoğun rekabet ortamında işletmeler; müşterilerle etkileşim kurmada yeni yollar bulmalıdır. Daha sürükleyici ve kişiselleştirilmiş deneyimlerin yer aldığı, tüketicilere ulaşmada farklı yolların sunulduğu ve daha geniş bir kitleye erişim fırsatı sunan bu evrende işletmeler diğer pazarlama kanallarını da entegre ederek hem sanalda hem de gerçek dünyada varlıklarını sürdürebilmelidir.

## **TARTIŞMA VE SONUÇ**

Metaverse pazarına yönelik tahminlerde 2021'de 46 milyar ABD dolarından 2025'te 280 milyar ABD yükselme beklentisi dikkat çekmektedir. 2023 yılı itibariyle pazarın bu tahmini sağladığı ve hızlı bir şekilde devam ettiği görülmektedir. Metaverse' de pazarlama stratejilerinin başarılı olabilmesinde bu formata uygun stratejilerin oluşturulması önemlidir. Pazarlama yönünden başarı elde etmek için sanal ve gerçek mağazaları birbirine uyumlu ve bağlı hale getirmek gerekmektedir (Hwang ve Lee, 2022).

Dijital pazarlama ve reklamcılık alanlarının metaverse açısından yeni fırsatlar sunan alanlar olduğu görülmektedir. Şirketler ürün ve hizmetlerini müşterilerine değerli bilgiler sunarak daha fazla geniş kitleye metaverse aracılığıyla ulaşabilmektedir. Deneyim pazarlamasının ön plana çıktığı ve müşterilere sunulan değer artırıldığı bu ortam sayesinde marka sadakati ve müşterilerle etkileşiminin artarak devam ettiği görülebilecektir. Mart 2022'de Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir araştırma sonuçlarına göre; internet kullanıcılarının %36'sının metaverse ile ilgilendiği %12'sinin ise bizzat metaverse alanıyla uğraştığını ortaya koymaktadır. Web 3.0 teknolojileri geliştikçe tüketicilerin de bu gelişmelere ayak uydurduğu ve

tüketim konusunda daha bilinçli olabilecekleri düşünülmektedir (Mahmoud, 2023).

Metaverse alanının gelişmesi ile yeni ve heyecan verici deneyimler sağlama potansiyeli tam olarak gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. Teknolojinin gelişimi metaverse için de etkili olacak ortaya yeni fırsatlar ve günlük yaşamda etkileri olabilecektir. Zamanla metaverse kullanıcılarının katılımının artacağı ve bu alanı kullanım kolaylığında da ilerlemeler kaydedileceği düşünülmektedir (Dwivedi ve diğerleri, 2023).

Metaverse şirketlerin pazarlama faaliyetlerinde birçok noktada önemli bir yer almaktadır. Metaverse dünyanın farklı yerlerindeki tüketiciler ve potansiyel müşterilerle bağlantı kurmada etkili olabilecektir. Potansiyel müşterilerle etkileşim kurmada avatarlar yardımıyla ve dolayısıyla metaverse ile desteklenebilecektir. Metaverse dünyasında erişilebilirlik, fiziksel dünyadakinden daha fazla etkileşim ve ilgi çekici olabilecektir. Pazarlama, markalaşma ve reklam amacıyla metaverse teknolojisini kullanan işletmeler diğer işletmelere göre rekabet avantajı elde edebilecektir (Bushell, 2022).

Metaverse geniş uygulama alanı ile firmaların pazarlama stratejilerinin farklı hedef ve farklı yaklaşımlarını deneyebileceği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda büyüyen fırsatlardan yararlanmak ve bunun yanı sıra bazı zorluklara da katlanılmak gerekmektedir. Akademik açıdan birçok disiplin için olduğu gibi pazarlama disiplini için de metaverse konusu her geçen gün önemini artırmaktadır. Gelişmekte olan metaverse konusunun akademik çalışmalarla birçok açıdan incelenmeye devam edeceği umulmaktadır. Gelecekteki çalışmalar metaverse’ de tüketici satın alma davranışını anlama yönelik çalışmalar gerçekleştirilebilir. Nörobilimsel araştırma yöntemleri bu araştırmalarda fayda sağlayabileceğinden metaverse konusu nöromarketing açısından da incelenebilir.

#### **KAYNAKÇA**

ALI, S. A., KHAN, R. (2023). Metaverse Marketing vs Digital Marketing. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8(1), 385-388.

BALL, M. (2022). *The metaverse: and how it will revolutionize everything*. Liveright Publishing.

BARNES, S. J., MATTSSON, J. (2011). Exploring the fit of real brands in the Second Life 1 virtual world. *Journal of Marketing Management*, 27(9-10), 934–958.

BARRERA, K. G., SHAH, D. (2023). Marketing in the Metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda. *Journal of Business Research*, 155, 113420.

BÉLISLE, J. F., BODUR, H. O. (2010). Avatars as information: Perception of consumers based on their avatars in virtual worlds. *Psychology & Marketing*, 27(8), 741-765.

BELK, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.

BLEIZE, D. N. M., ANTHEUNIS, M. L. (2019). Factors influencing purchase intent in virtual worlds: A review of the literature. *Journal of Marketing Communications*, 25(4), 403–420.  
<https://doi.org/10.1080/13527266.2016.1278028>

BOSWORTH, A. CLEGG, N. (2021), “Building the metaverse responsibly”, available at: <https://about.fb.com/news/2021/09/building-the-metaverse-responsibly/> (accessed 20 April 2023).

BUHALIS, D., LEUNG, D., LIN, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management*, 97, 104724.

BUSHELL, C. (2023). The Impact of Metaverse on Branding and Marketing (May 23, 2022). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4144628> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4144628>

CHEAH, I., SHIMUL, A. S. (2023). Marketing in the metaverse: Moving forward—What’s next? *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 33(1), 1-10.

DWIVEDI, Y. K., HUGHES, L., ISMAGILOVA, E., AARTS, G., COOMBS, C., CRICK, T., WILLIAMS, M. D. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice, and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994.

DWIVEDI, Y. K., HUGHES, L., WANG, Y., ALALWAN, A. A., AHN, S. J., BALAKRISHNAN, J., WIRTZ, J. (2023). Metaverse marketing: How the metaverse will shape the future of consumer research and practice. *Psychology & Marketing*, 40(4), 750-776.

GABISCH, J. A., GWEBU, K. L. (2011). Impact of virtual brand experience on purchase intentions: The role of multichannel congruence. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12(4), 302–319. <http://www.jecr.org/node/64>

GONZALES SEPULVEDA, M. (2022). What is the metaverse and how is it shaping the future of marketing; the role of cultural codes in virtual experiences: a cross cultural case study. <http://tesi.luiss.it/33890/>

GUO, Y., BARNES, S. (2011). Purchase behavior in virtual worlds: An empirical investigation in Second Life. *Information & Management*, 48(7), 303–312. <https://doi.org/10.1016/j.im.2011.07.004>

GUPTA, G., GUPTA, A., JOSHI, M. C. (2022, December). A Conceptual and Bibliometric Study to Understand Marketing in Metaverse: A new Paradigm. In 2022 5th International Conference on Contemporary Computing and Informatics (IC3I) (pp. 1486-1491). IEEE.

HAZAN, E., KELLY, G., KHAN, H., SPILLECKE, D., YEE, L. (2022). Marketing in the metaverse: An opportunity for innovation and experimentation. *The McKinsey Quarterly*.

HENNIG-THURAU, T., OGNIBENI, B. (2022). Metaverse marketing. *NIM Marketing Intelligence Review*, 14(2), 43-47.

HOLLENSSEN, S., KOTLER, P., OPRESNIK, M. O. (2022). Metaverse—The new marketing universe. *Journal of Business Strategy*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JBS-01-2022-0014>

HWANG, R., LEE, M. (2022). The influence of music content marketing on user satisfaction and intention to use in the metaverse: A focus on the SPICE model. *Businesses*, 2(2), 141-155.

JIN, S. A. A., SUNG, Y. (2010). The roles of spokes-avatars' personalities in brand communication in 3D virtual environments. *Journal of Brand Management*, 17(5), 317– 327.

JOHNSTON, L. (2021), "Nike's next metaverse move is RTFKT pickup", 14th Dec. 2021, available at: <https://consumergoods.com/nikes-next-metaverse-move-rtfkt-pickup> Erişim Tarihi:18.04.2023.

JOY, A., ZHU, Y., PEÑA, C., BROUARD, M. (2022). Digital future of luxury brands: Metaverse, digital fashion, and non-fungible tokens. *Strategic Change*, 31(3), 337– 343.

JOSHUA, J. (2017). Information bodies: Computational anxiety in Neal Stephenson's Snow Crash. *Interdisciplinary Literary Studies*, 19(1), 17– 47.

KEVINS, J. (2022). Metaverse as a New Emerging Technology: An Interrogation of Opportunities and Legal Issues: Some Introspection. Available at SSRN 4050898.

KIM, J. (2021). Advertising in the metaverse: Research agenda. *Journal of Interactive Advertising*, 21(3), 141– 144.

KHATRI, M. (2022). Revamping the marketing world with metaverse– The future of marketing. *International Journal of Computer Applications*, 975(29), 8887.

KOOHANG, A., NORD, J. H., OOI, K. B., TAN, G. W. H., AL-EMRAN, M., AW, E. C. X. WONG, L. W. (2023). Shaping the metaverse into reality: a holistic multidisciplinary understanding of opportunities, challenges, and avenues for future investigation. *Journal of Computer Information Systems*, 63(3), 735-765.

LOUREIRO, S. M. C., GUERREIRO, J., ELOY, S., LANGARO, D., PANCHAPAKESAN, P. (2019). Understanding the use of Virtual Reality in Marketing: A text mining-based review. *Journal of Business Research*, 100(2019), 514–530. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.055>

LU, S., MINTZ, O. (2023). Marketing on the metaverse: Research opportunities and challenges. *AMS Review*, 1-16.

MACK, O. O. (2022). The metaverse matters: How this new world could affect your life. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/11/18/the-metaverse-matters-how-this-new-world-could-affect-your-life/?sh=2d59d9ef2c7c>



MAHMOUD, A. B. (2023). The Metaverse and Web 3.0: Revolutionising Consumption and Communication for the Future. In Handbook of Research on Consumer Behavioral Analytics in Metaverse and the Adoption of a Virtual World (pp. 322-345). IGI Global.

MCKINSEY COMPANY. (2022). Meet the metaverse: Creating real value in a virtual world. <https://www.mckinsey.com/about-us/new-at-mckinsey-blog/meet-the-metaverse-creating-real-value-in-a-virtual-world>. Erişim Tarihi: 17.06.2023.

MELERO, I., Sese, F. J., Verhoef, P. C. (2016). Recasting the customer experience in today's omni-channel environment. *Universia Business Review*, (50), 18-37.

MILEVA, I. (2023). 52 Metaverse Statistics | Market Size & Growth (2023). <https://influencermarketinghub.com/metaverse-stats/>

Oh, J. H. (2021). A Study on Factors Affecting the Intention to Use the Metaverse by Applying the Extended Technology Acceptance Model (ETAM): Focused on the Virtual World Metaverse. *The Journal of the Korea Contents Association*, 21(10), 204-216.

ÖZKAYNAR, K. (2022) Metaverse Alanlarda Tüketim, Pazarlama Anlayışı, Markalaşma, Reklamcılık ve Yeni Fırsatlar. Nobel Kitabevi.

PARK, S., KANG, Y. J. (2021). A Study on the intentions of early users of metaverse platforms using the Technology Acceptance Model. *Journal of Digital Convergence*, 19(10), 275-285.

PIYATHASANAN, B., MATHIES, C., WETZELS, M., PATTERSON, P. G., de RUYTER, K. (2015). A hierarchical model of virtual experience and its influences on the perceived value and loyalty of customers. *International Journal of Electronic Commerce*, 19(2), 126–158. <https://doi.org/10.1080/10864415.2015.979484>

RAMADAN, Z. (2023). Marketing in the metaverse era: toward an integrative channel approach. *Virtual Reality*, 1-14.

SHEN, B., TAN, W., GUO, J., ZHAO, L., & QIN, P. (2021). How to promote user purchase in Metaverse? A systematic literature review on

consumer behavior research and virtual commerce application design. *Applied Sciences*, 11(23), 11087. <https://doi.org/10.3390/app112311087>

SHEVLIN, R. (2022). JP Morgan opens a bank branch in the metaverse. <https://www.forbes.com/sites/ronshevlin/2022/02/16/jpmorgan-opens-a-bank-branch-in-the-metaverse-but-its-not-for-what-you-think-its-for/?sh=431890c158d3> Erişim Tarihi: 21.06.2023

SISODIYA, R. S., VAIDYA, S. (2023). Marketing In the Metaverse: An Opportunity for Virtual Marketing for Zoomers (Genz). *International Journal of Progressive Research in Engineering Management and Science*. 3 (1). 109-120. DOI: <https://www.doi.org/10.58257/IJPREMS30580>

SITA, 2022. The megatrends: 12 key trends that will shape the travel industry over the next decade, SITA innovation report. <https://www.sita.aero/globalassets/docs/other/innovation/meet-the-megatrends/sita-megatrends-report.pdf>

TAN, G. W. H., CHAM, T. H., OOI, K. B., DWIVEDI, Y. K., ALALWAN, A. A., TAN, T. M. (2023). Metaverse in marketing and logistics: the state of the art and the path forward. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.

WONGKITRONGRUENG, A., SUPRAWAN, L. (2023). Metaverse Meets Branding: Examining Consumer Responses to Immersive Brand Experiences. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-20.

WORTH, N. (2015). Players and avatars: The connections between player personality, avatar personality, and behavior in video games. [https://dr.library.brocku.ca/bitstream/handle/10464/6985/Brock\\_Worth\\_Narnia\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dr.library.brocku.ca/bitstream/handle/10464/6985/Brock_Worth_Narnia_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## **DEVLET: SİYASET SOSYOLOJİSİ EKSENİNDE KURAMSAL BİR DEĞERLENDİRME**

**Galip BAYEZİT<sup>1</sup>**  
**Mehmet TAN<sup>2</sup>**

Geliş Tarihi: 29/08/2023  
Kabul Tarihi: 14/11/2023

### **ÖZET**

Günümüzde devlet olgusu üzerine yapılan tartışmalar büyük oranda ulus-devlet, küresel sistem projeleri etrafında dönmektedir. Bu çalışmada, devlet olgusu siyaset sosyolojisi bağlamında, siyaset-toplum ilişkisi ekseninde ele alınmaktadır. Ulus-devlet ve küresel siyaset kavramı; uluslararası siyasî-ekonomik yapılanmalar ve etkileri, küresel politikalar ve imparatorlukların çöküşü çerçevesinde tartışılmaktadır. Bu kapsamda “ulus-devletin sonu mu”, “ulusal hükümetlerin kendi ekonomilerini kontrol edemediği bir dönemde ulus-devletin bir geleceği var mı”, “bilşim teknolojilerinin baş döndürücü bir hızda ilerlediği bir dünyada sınırsız bir dünya devleti mümkün mü” sorularına günümüzdeki durum göz önünde bulundurularak cevap aranmaktadır. Son tahlilde, sınırsız dünya devleti fikrinin bir efsaneden ibaret olduğu; bu projenin önündeki en büyük engelin ulus-devlet ve hâlen en etkili düşünce akımlarından olan “milliyetçilik” fikrinin olduğu; millî-manevî değerleri, milleti ve millî kültürü yok sayan bir dünya siyasetinin mümkün olmadığı anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Siyaset, Ulus-Devlet, Küresel Siyaset, Globalleşme, Sınırsız Dünya Devleti

<sup>1</sup> Dr., galipbayezit65@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7930-0767

<sup>2</sup> Doç. Dr. Siirt Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, mehmet.tan@siirt.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0398-9961

## **The State: A Theoretical Evaluation on the Axis of Political Sociology**

### **ABSTRACT**

Today, the debates on the state phenomenon mostly revolve around the nation-state and global system projects. In this study, the phenomenon of the state is discussed in the context of political sociology, in the axis of politics-society relationship. The concept of nation-state and global politics; international political-economic structures and their effects are discussed within the framework of global policies and the collapse of empires. In this context, "Is it the end of the nation-state?", "Is there a future for the nation-state at a time when national governments cannot control their own economies?", "Is an unlimited world state possible in a world where information technologies are advancing at a dizzying pace?" The answers to these questions were sought by considering the current situation. In the final analysis, the idea of an unlimited world state is just a myth; The biggest obstacle to this project is the idea of the nation-state and "nationalism", which is still one of the most influential currents of thought; because it has been understood that a world politics that ignores national-spiritual values, nation and national culture is not possible.

**Keywords:** Politics, Nation-State, Global Politics, Globalization, Borderless World State

## **GİRİŞ**

Siyasetin tarihi, insanlık tarihi kadar eskidir ve insanların bir arada yaşadığı her toplumda -devletin olmadığı toplumlar da dahil olmak üzere- kuşkusuz siyaset de var olmuştur. Siyaset, devlet ve toplumun birbiriyle olan karşılıklı ilişkisinden dolayı siyaset biliminin konusu olan kavramlar aynı zamanda sosyolojinin de ilgi alanına girmektedir. Devlet, sosyal hayatın hemen her alanını etkileyen bir olgudur. Benzer şekilde birey ve toplum da devletin yapısı ve işleyişine belli bir oranda etki etmektedir. Bu nedenle devlet olgusu siyaset biliminin olduğu kadar siyaset sosyolojisinin de ilgi alanına girmektedir.

Tarihi süreç içerisinde devletin kaynağına ilişkin farklı anlayışlar ortaya çıkmıştır. Aristo, devletin kaynağını ailede, İbn Haldun ve Montesquieu devletin kaynağını kuvvet ve mücadelede aramasına karşın devletin kaynağını biyolojik esaslarda, kolektivitede ve ekonomik olayda arayan görüşler de bulunmaktadır (Erkal vd., 1997: 87).

Tarihin ilk zamanlarından bugüne kadar her devirde bir otoritenin varlığı söz konusu olmuştur. Bu otorite en yüksek düzeyde bir devlet olabileceği gibi belli bir grubun (Tortuk, 2012: 12) veya bir liderin egemenliği şeklinde de ortaya çıkabilmiştir. Sosyal hayatta üç kişi herhangi bir sebeple bir araya geldiğinde aralarından bir kişi mutlaka daha etkin olmuş ve diğerlerini gerek demokratik gerekse cebir ve baskıyla yönetmeye, yönlendirmeye çalışmıştır.

Çalışma, devlet kavramını farklı yönleri ile ele alarak sosyolojik bir açılım ile açıklamayı amaçlamaktadır. Bu izlekte önce devlet, kavramsal olarak irdelenirken siyasî bir otorite bağlamında devlet-siyaset ilişkisi incelenmektedir. Daha sonra sosyal bir olgu olarak devlet kavramı sosyolojik perspektif ile değerlendirmeye tabi tutulmaktadır.

## **1. SİYASİ OTORİTE OLARAK DEVLET**

Devlet mekanizma olarak siyasî, ekonomik, adli, güvenlik vb. yapılarından teşekkül etmektedir. Özellikle siyasî yapısı ele alındığında

devletin politika alanında oldukça etkin tartışmaların yaşandığı görülmektedir. Bu çerçevede ele alındığında devlet siyasî bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyaset kavramını yabancı dilde “politika” anlamına gelmektedir. Yunancada kent, şehir anlamında kullanılan “polis” sözcüğünden türeyen kavram, toplum ve devlet yönetimini ifade etmek için de kullanılmaktadır (Öztekin, 2003: 14).

Devlet, adli, idari, siyasî, güvenlik vb. kurumlardan meydana gelen, daha ziyade siyasî bir bütündür. Aynı şekilde devlet, yasama, yürütme ve yargı güçlerinin anlamlı bir bütün hâline gelmesini ifade eder. İlkel toplumlarda bu anlamdaki siyasî teşkilatlar kurulmadığından devlet de bulunmaz. Bu toplumlarda toplum ile devlet birbirine karışmış haldedir. Kabiliden millete kadar her insan grubu aynı zamanda bir toplum iken her toplum bir devlet değildir (İşçi, 2004: 5).

Devlet kavramının, otorite ile ilişkilendirilmesi kaçınılmazdır. Otorite, insanların kabul, onay ve itaat ile devletin otoritesini meşrulaştırmaktadır. Diğer taraftan insanlar ile ilgili olması otoritenin toplumsallığına işaret etmektedir. Başka bir ifade ile otoritenin tüm toplumsal alanlarda olması demektir. Kısaca otorite, en az iki insanın bulunduğu aileden başlayarak tüm toplumsal alanlarda karşımıza çıkmaktadır (Kutluay, 2019: 3). Geçmişte olduğu gibi günümüzde de sosyal hayatın hemen her alanında etkili olan bir otoritenin varlığı söz konusudur. Bu otorite günümüzde en üst seviyede modern devletler tarafından temsil edilmektedir. Devlet, olgu veya kavram olarak siyaset biliminin olduğu kadar siyaset sosyolojisinin de ilgi alanına girmektedir. Ancak konunun kavramsal çerçevesini çizerken karşılaşılan en önemli sorunların başında olgunun tanımlanması gelmektedir.

Devlet kelimesinin kökeni Arapça’dan gelmektedir. Kelimenin birinci anlamı “talih, baht”, ikinci anlamı “servet, kısmet”, üçüncü anlamı da “iktidar, egemenlik” şeklindedir. Devlet kelimesinin “talih, baht” anlamıyla kullanıldığı ilk yazılı eser Atebet-ül Hakayık’tır. Yine hukuk, siyaset ve toplum biliminde kullanılan bir terim olarak devlet, toprak bütünlüğüne bağlı

olarak siyasal bakımdan örgütlenmiş millet veya milletler topluluğunun oluşturduğu tüzel varlık (TDK, 2011) olarak tanımlanmaktadır.

Devlet, “insan, toprak ve egemenlik unsurlarının bir araya gelmesiyle oluşmuş bir varlık” (Gözler, 2007: 4) olarak da tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre devletin ülke, millet ve egemenlik gibi üç unsuru olduğu görülmektedir. Benzer şekilde “devlet, belirli bir ülke üzerinde egemen olmuş milletin meydana getirdiği bir varlıktır” veya “devlet, bir ülke üzerinde yaşayan insan topluluğunun üstün bir iktidara tâbi olmak suretiyle oluşturduğu varlıktır” (Gözler, 2007: 4) şeklinde tanımlamalar yapılmaktadır.

Devlet, belli sınırlar içinde ve ortak bir yaşama tarzına sahip, egemenlik hakkını kullanan, milletin teşkilatlanmış şeklidir. Böylece devletin belli unsurları ortaya çıkmaktadır. Bunlar; coğrafi unsur (ülke), beşerî unsur (millet) ve siyasî unsurdur (egemenlik) (Erkal vd., 1997: 86).

Devlet, belli bir coğrafyada egemen yetkileri haiz siyasal bir örgütlenmedir. Siyaset teorisinde devlet, sosyal hayatın kolektif organizasyonundan sorumlu olması anlamında tipik olarak kamusal olan kurumları kapsar ve vergilendirme yoluyla finanse edilir. Hükümet kurumları, mahkemeler, ordu, millileştirilmiş sektörler, sosyal güvenlik sistemi gibi kurumlar devletin somutlaştığı kurumlardır. Uluslararası alanda devlet, genellikle dışsal bir perspektiften tanımlanmakta ve böylece sivil toplumu kapsamaktadır. Bu açıdan devlet dört unsurla tanımlanmaktadır: Sınırları belirli bir ülke, sürekli bir nüfus, etkin bir yönetim ve egemenlik. Aslında bunun anlamı, devletin ülkeyle eş anlamda olmasıdır (Heywood, 2016: 152). Ülke, vatan gibi kavramlar günlük dilde –yanlış olarak- devletin yerine kullanılmakta ancak bu kavramlar literatürde coğrafi bir alanı ifade etmektedir. Bununla birlikte bilhassa vatan olgusunun bireyler açısından manevi bir anlamı bulunmaktadır.

Devlet ile siyaset arasındaki ilişkiye bakıldığında, devlet olmaksızın siyasetin var olabildiği ancak devletin olduğu yerde siyasetin mutlaka bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla siyaset, hemen her toplumsal yapıda mevcuttur. Nasıl ki siyaset, insanın asla kaçamayacağı bir olguya devlet de

sosyal hayatın daha iyi sürdürülebilmesi açısından gereklidir (Tortuk, 2012: 26).

Devletlerin dışarıya ve içeriye bakan iki yüzü bulunmakta, dışa bakan yüzü, diğer devletlerle ilişkilerinin yanında, dışarıdan gelebilecek saldırılara karşı koruma sağlayabilme yeteneğiyle ilgilidir. Devletin uluslararası hukuktaki klâsik tanımı devletin unsurları çerçevesinde yapılmaktadır. Devletlerin Hak ve Yükümlülükleri Hakkında Montevideo Konvansiyonunun (1933) 1. maddesine göre bir devletin dört unsuru bulunmaktadır: Sınırları belirli bir ülke, sürekli bir nüfus, etkin bir yönetim, diğer devletlerle ilişkiye girebilme yeteneği. Bu bakımdan bir devletin siyasal varlığı, diğer devletler tarafından tanınmasına bağlıdır (Heywood, 2016: 150).

Devlet türleri ile ilgili sınıflandırma yapılırken en sık başvurulan kriterlerden biri egemenliğin kaynağı ve otoriteyi kullanma şekline göre yapılan tasniftir. Buna göre; toplumda tek kişinin siyasî iktidarı elinde bulundurduğu devletler, bir grubun egemenliği elinde bulundurduğu siyasî rejimler ve egemenliğin halka dayandığı devletler şeklinde bir sınıflandırma yapmak mümkündür. Yine egemenliğin kaynağına göre devletler monarşi, aristokrasi, teokrasi, demokrasi, oligarşi ve tiranlık şeklinde tasnif edilebilir (Platon, 2008).

Montesque devlet olgusu üzerinde yaptığı değerlendirmeleri hükümet tiplerine götürmekte ve üç hükümet türünden bahsetmektedir. Cumhuriyet yönetiminde halkın tamamı ya da bir kısmı yönetimde söz sahibidir. Monarşi yönetiminde bir kişiye bağlı bir yönetim olup belirli ve yerleşmiş yasalar ile yönetimi gerçekleştirmektedir. İstibdat yönetimi ise bir kişinin herhangi bir yasaya göre değil kendi istek ve heveslerine göre bir yönetim söz konusudur (Aron, 2000: 27).

Siyasî otorite olarak ele alındığında devletin bir egemenlik türü olduğu açıkça görülmektedir. Belli koşullar (nüfus, coğrafi alan, yönetim, diğer devletler ile ilişkiler) altında devlet şekillenirken yönetim tarzlarındaki farklılıklar devlet türlerini ortaya çıkarmaktadır. Siyasî bir yapıya sahip olması, devletin siyasî mekanizma olarak işlev görmesini sağlamaktadır.



## **2. SOSYAL BİR OLGU OLARAK DEVLET**

Devlet; siyaset kurumu ve toplumun birbiriyle olan karşılıklı ilişkisinin neticesinde ortaya çıkmış, geçmişten günümüze kadar siyasî ve sosyal otorite olarak varlığını sürdürmüştür. Devlet, sosyal bir kurum olarak hayatın hemen her alanında bulunmaktadır. Aynı şekilde birey ve toplum da devletin işleyişine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle devlet, siyasî olduğu kadar sosyal bir olgudur.

Devletin olmazsa olmaz gereksinimlerinden biri de hukuk kurallarıdır (Cihan, 2011: 107). Bir siyasî yapı olmanın yanı sıra kolektif olması, hukuk kurallarına dayanması, düzenlilik arz etmesi ve toplumsal yönünün olması devleti sosyal bir olguya dönüştürmektedir. Devlet, toplumsal hayatı düzenleyen, baskı ya da kurallar ile sosyal düzeni kuran bir hüviyete sahiptir. Ayrıca tarihsel olarak da süreklilik arz eden bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Devlet tarihsel bir kurumdur: maddi ve manevi tüm diğer kurum ve grupları hakimiyeti altına almayı başaran bir merkezi yönetim sistemi olarak on beşinci ve on altıncı asırda ortaya çıkmış, genellikle 1648 Westphalia Barışı'nın modern devlet kavramını resmileştirdiği varsayılır. Devletleri egemen birimler kurarak, dünya sahnesinin temel aktörleri yapmıştır. Böylece uluslararası politika, bir devletler sistemi olarak algılanmıştır. Devletler sistemi, aşama aşama Avrupa'dan Kuzey Amerika'ya ve daha sonra 19. asırda Güney Amerika ve Japonya'ya yayılarak, Asya, Afrika, Karayipler ve Pasifik'te sömürgelerin özgürleşmesi süreci sayesinde 20. asırda gerçek anlamda küresel bir sisteme dönüşmüştür. 21. asırda devlet olgusu, her zamankinden daha çok peşine düşülen ve daha popüler bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. 2009'da Birleşmiş Milletler'in 1945'teki 50 devletle karşılaştırıldığında tanıdığı 192 devlet ve aralarında Vatikan, Tayvan, Kosova ve Kuzey Kıbrıs gibi kenarda bekleyen tanınmamış pek çok devlet vardır (Heywood, 2016: 150).

“Devlet, cemiyet hayatının ulaşabileceği en üst seviyedir” (Meriç, 1975: 29). Cemiyetteki diğer her şey gibi devlet de toplum içinde doğmakta

ve toplum içinde yaşamaktadır (Çuhadar, 2007: 65). İbn-i Haldun, toplumların bir arada yaşaması, devlet kurup güçlü bir iktisadi yapı oluşturabilmelerini sahip oldukları asabiyet düşüncesiyle açıklamaya çalışmaktadır (Karagül, 2016: 47). İbn-i Haldun'a göre mademki insanlar sosyal bir varlıktırlar ve birlikte yaşamaya mecburdurlar öyleyse bir yöneticiye ve yönetim sistemine de ihtiyaç duymaktadırlar. Düşman grupların varlığı, cemiyetin her an tehdit altında bulunması gibi nedenlerden dolayı devletin varlığı zorunlu hale gelmekte, güçlü bir asabiyet bağının oluşmasını gerekli kılmaktadır (Yetim, 1994: 20). Organizmacı bir bakışla devleti ele alan İbn Haldun, devletlerin de insanlar gibi doğduğunu, büyüdüğünü ve öldüğünü -yani yıkıldığını- belirtir. Ancak asabiyeti güçlü olanların iktidarlarını zayıflara kabul ettirdiği ve varlığını sürdürdüğünü belirtmektedir (Sır, 2004: 92).

Devletin varlık koşulu açısından önem taşıyan dost ve düşman taraflar bireysel bir durumdan ziyade kamusal bir oluşumla ilişkilidir. Hobbes'un bireylerin birbirlerinin kurdu oldukları şeklindeki düşüncesi, farklı toplumların birbirleri ile mücadelesi söz konusu olduğunda grup içi dayanışmaya dönüşebilir. Herkesin herkese düşman olması demek, toplumsal grupların oluşamayacağı kadar yüksek bir düşmanlık durumunu ifade eder (Zeybekoğlu, 2009: 252).

Devlet uzun bir süredir küresel siyasetin temel birimi ve dünya sahnesinin en önemli aktörü olarak görülmektedir. Üstünlüğü, egemen yetkilerinden kaynaklanmaktadır. Devletler kendi sınırları içerisinde rakipsiz güç kullanırken, dünya siyasetinin bağımsız ve özerk birimleri olarak hareket ederler ya da etmeleri gerekir. Fakat devletler, daha önce hiç olmadığı kadar tehdit altındadır. Özellikle küreselleşmenin ekonomik ve siyasî biçimleri devletin geri çekilme sürecini başlatmış, hatta kimilerinin post-egemen devlet olarak adlandırdığı bir şekil meydana getirmiştir. Buna rağmen diğerleri değişkenlik ve dönüşüm şartlarının, mantıken yalnızca devletler tarafından sunulabilecek bir düzen, istikrar ve yön ihtiyacının her zamankinden daha fazla olduğunun altını çizdiğini belirtmektedir (Heywood, 2016: 149).

Endüstri 4.0, iletişim teknolojileri, bilişim araçları, internet ağları, otomasyon, yapay zekâ, robotik vs. teknolojiler toplumsal süreçleri yoğun bir

şekilde etkilemekte ve ekonomiyi dönüştürmektedir (Çoban ve Uzun, 2022: 101). Küreselleşme ile birlikte ekonomide karşımıza etkin ve kontrol edilemeyen küresel bir güç olan uluslararası şirketler çıkmaktadır. Temel hedef kâr olmasından dolayı bütün hüküm ve koşullar bu çerçevede inşa edilmektedir. “Güçlü” küreselleşme devletlerin uluslararası politikalarına ve yerel kararlarına, uluslararası şirketler ve uluslararası hükümetler organizasyonları aracılığıyla bazı engellemeler ve sınırlamalar getirmekte ve bu durum devlet egemenliğini ve özerkliğini erozyona uğratmaktadır (Yeates, 2002: 70-71).

### **3. DEVLET OLGUSUNA KURUCU SOSYOLOGLARIN YAKLAŞIMLARI**

Sosyolojinin kurucu isimleri arasında Marx, Durkheim ve Weber bulunmaktadır. Söz konusu kurucu isimlerin devlet olgusuna yaklaşımları sosyolojik çözümleme açısından önem kazanmaktadır. Her birinin devlet ile ilgili görüşleri birbirinden farklı olmakla birlikte önemli görüşler ortaya koymaktadırlar.

Marx, devletin ve siyasetin toplumun ekonomik ve ideolojik yapılarıyla ilişkisini inceleyerek açıklar. Devletin oluşumunun temelinde, toplumun kontrolü altında yer alan bazı işlevlerin, emeğin toplumsal bölünmesi, özel mülkiyet ve sınıfsal egemenlik ilişkilerinin yerleşmesiyle birlikte siyasal işlevlere dönüştüğü görüşü vardır. Bu süreçte, başlangıçta toplumsal çıkarların korunması amacı zamanla, çoğunluğun azınlık tarafından sömürüldüğü bir üretim biçiminin korunmasına dönüşmüştür. Marx ve Engels'e göre, devletin varoluş nedeni, toplumdaki sınıflar arasındaki çatışmaların ortaya çıkmasıdır. Bu sınıf çatışmaları sürdükçe ve sınıf hâkimiyeti devam ettikçe devlet de varlığını sürdürecektir (Özer ve Kartal, 2023: 176).

Hegel ve onun devamcısı Marx, devletin sınıf çatışmasının zorunlu bir sonucu olarak doğduğunu, devletin fonksiyon alanı ve fonksiyon usulünün toplum tarafından atandığını, dolayısıyla devletin toplumdaki belli bir sınıfın

menfaatini korumak için otoritesini sürdürdüğünü savunmaktadırlar. Onlara göre “devlet, açıkça sömürülen sınıfa bastırma aracıdır” (Heywood, 2014: 98).

Her sınıfın mücadelesi aynı zamanda politik bir mücadeledir ve bu sınıf mücadelesi tarihin ilerlemesini yönlendiren bir etkidir. Toplumsal kurumlar ve devlet yapısı yerine, egemen sınıfların çıkarlarını yerine getirmek üzere oluşan bir iktidar durumu söz konusudur (Marx ve Engels, 2019). Marx devleti, güçlü bir kesimin zayıf kesim üzerinde egemenlik kurduğu ve bu egemenliğin örgütlü bir biçimde yürütüldüğü bir yapı olarak değerlendirmektedir. Devlet, topluma dışarıdan dayatılan bir güç değil, aslında toplum içinde üretilen bir kuruluştur. Başka bir deyişle, devlet, toplumdaki ekonomik çıkar çatışmalarının bir sonucu olarak doğmuş ve güçlendikçe toplumun üzerine çıkmış, toplumla bağları zayıflamış bir yapıdır. Devlet, tarih boyunca varlığı devam eden bir kuruluş değil, belirli bir iktisadi gelişme noktasında toplumun sınıflara ayrılması sonucu ortaya çıkan bir kavramdır. Sınıfsal yapının neden olduğu devlet fikri, bu yapı kaybolduğunda da ortadan kalkacaktır (Özkaya, 2020: 325). Marx devletin toplumsal çıkarlar temelinde teşekkül ettiğini kabul etmekle birlikte egemen sınıfın çıkarını korumaya yönelik bir yapıya dönüştüğünü ve sınıfsal yapının kaybolması halinde devletin yapısının da kendiliğinden kalkacağını düşünmektedir.

Marx'a göre devlet, sahip olduğu güç ve aygıtlar aracılığıyla toplumun ezilen veya sömürülen kesimlerini kontrol altına alır. Ona göre devlet, "toplumun bütün bedenini saran ve tüm boşlukları tıkayan korkunç bir asalak yapının bir yansımasıdır." Devlet, toplumdaki özel mülkiyetin koruyucusu olmakla birlikte, sömürü ilişkilerinin sürmesini sağlayan bir araç olarak işlev görür. Marx'a göre, tüm tarihsel dönemler boyunca devlet, egemen sınıfın lehine çalışmıştır. Modern devlet bağlamında ise Marx, devletin yürütme yetkisinin, burjuvazinin işlerini yürüten bir organ olarak faaliyet gösterdiğini düşünmüştür (Kızılcılık, 2017: 180).

Durkheim, devletin ekonomiye gerektiği durumlarda müdahale etmesi gerektiğini savunsa da sanayi ve ticari faaliyetlerin normal koşullarda serbest akışına izin verilmesi gerektiğine inanır. Durkheim'e göre, devletin ekonomik alandaki ahlakî ve ahlakî olmayan düzenlemelerden dışlanması, ekonominin

giderek karmaşıklaştığı ve devletin yetersiz kaldığı anlamına gelir. Bu durum iş bölümünü tehlikeye sokabilir. Ekonomik yapı ahlakî kısıtlamalardan ayrıldığında ve devlet düzenlemelerde yetersiz kaldığında, sınıf çatışmaları ve sosyal adaletsizlikler nasıl çözülebilir? Durkheim, bu sorunun cevabını meslek örgütlerinde görür (Aydın, 2014, 220).

Durkheim, devlet ile ilgili analizinde ahlak kurallarını önemsemektedir. Burada devlet ve birey ilişkisini ahlak kaidelerini esas almak suretiyle uyum sağlanabileceğini ifade ederken egemen otorite olarak devleti tayin etmektedir (Becer, 2017: 822-823). Durkheim, ahlakî kontrole büyük önem vermektedir. Onun nazarında insanların birbirini tanıması ve yakın ilişkiler geliştirmesi ahlakî kontrolle söz konusu olabilmektedir. Toplumsal yaşamda bazı sınırlamalar gerekli olduğu için ahlakî kontrol bu sınırlılıkları belirleyebilmektedir. Burada toplumsal hayatın genişlemesine bağlı olarak devletin ve toplumun ahlakî kontrolü sağlamada güçlükler çekmektedir. Modern toplumlar bu çerçevede devlet ve fert arasındaki mesafenin artmasına bağlı olarak devletin etkin ve sürekli bir ahlakî kontrolü gerçekleştirmesi zorlaşmaktadır. Burada Durkheim çözüm olarak mesleki uzmanlaşmayı çare olarak görmektedir. Meslek örgütleri ahlakî hayatın merkezini oluşturabileceğine dikkat çekmektedir (Özyurt, 2007: 107).

Durkheim ve Weber, devletin önemini ele almışlardır. Ancak, Durkheim devlet yöneticileri hakkında iyimser bir görüşe sahipken, Weber devlet yöneticilerinin baskıcı olabileceğini ve devlet kaynaklarını kişisel çıkarları için kullanarak diğerlerini baskı altına alabileceklerini dile getirmiştir. Başka bir açıdan, devletin gücü meselesi vardır. Weber bu konuda oldukça fazla yazmış olmasına rağmen, Durkheim için güç mücadelesi ve bunun sonucunda toplumsal yaşamın şekillenmesi merkezi bir öneme sahip değildir. Durkheim'a göre, sınıf çatışmaları ve gücün kötüye kullanımı, aslında sosyal dayanışmanın ve ahlakî denge bozulmasının sonucudur (Aydın, 2014, 220).

Weber (2006: 132) devleti, “belli bir arazi içinde, fiziksel şiddetin meşru kullanımını tekelinde (başarıyla) bulunduran insan topluluk” olarak

tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra devlet kavramını açıklarken temel özelliklerini öne çıkarmaktadır. Ona göre devlet kuralların uygulanmasında idarecilerin yasal olarak fiziki güç kullanma tekeline sahip olan “kurumlaşmış nitelikteki siyasal bir girişimi” anlatmaktadır. Devletin iktidar ilişkilerinde yeri geldiğinde şiddet kullanma yetkisi ve hakkı bulunduğu dikkat çeker (Durdu, 2009: 40).

Weber’in hem bürokrasi hem de otorite biçimleri değerlendirmeleri onun devlet ile ilgili görüşlerin anlaşılmasında önem arz etmektedir. Weber, bürokrasi ile devletin egemenliği sağlandığını ifade ederken, bürokraside görevli kişilerin görevine uygun bir eğitimin alması ve görevi ile ilgili olarak uzmanlaşmış olması gerektiğine dikkat çeker. Weber, devlet ile ilgili görüşlerinde önemli bir unsur da egemenliktir. Egemenliğin kaynağı ve dayanakları devletin varlığını yakından etkilemektedir. Nihayetinde otorite sağlandığında devlet egemenliği ortaya çıkmaktadır (Karasoy, 2009: 498). Devlet egemenliği Weber’in otorite kavramıyla gerçekleşmektedir. Burada Weber’in otoritenin kaynağına ve dayanağına göre geleneksel, karizmatik ve rasyonel otorite olarak ayırma götürmektedir. Geleneksel otoritede, geleneğin kutsallığına, karizmatik otoritede kişinin kahramanlığına bir bağlılık söz konusu iken rasyonel otoritede yasalara bağlılık esastır (Weber, 2012: 334-335). Her bir otorite biçimi ya da dayanağı devletin meşru egemenliğine işaret etmektedir.

Sosyolojinin kurucu isimleri olan Marx, Durkheim ve Weber’in devlet olgusuna yaklaşımları birbirinden farklıdır. Marx, kapitalizm, sınıf mücadelesi bağlamında değerlendirirken Durkheim ahlakî kontrol çerçevesinde değerlendirmektedir. Weber ise siyaset sosyolojisi alanında yaptığı çalışmalar ile devlet kavramını bürokrasi ve otorite bağlamında değerlendirmektedir. Marx, Durkheim ve Weber’in yanı sıra Ernest Gellner, Anthony Giddens, Jürgen Habermas gibi çağdaş teorisyenler de devlet teorisine ve siyaset sosyolojisine katkıda bulunmuşlardır.

Gellner (1983), özellikle milliyetçilik, modernite ve devletin rolü gibi konularda önemli katkılarda bulunmuştur. Gellner'a göre, modern devletin temel görevlerinden biri toplumun içindeki farklı grupları ve bireyleri bir

arada tutmaktır. Devlet, yasaları ve kuralları uygulayarak toplumsal düzeni korur. Ayrıca ekonomik kalkınmayı teşvik eder, kamu hizmetleri sağlar ve savunma gibi temel işlevleri yerine getirir.

Giddens, modernleşmenin toplumları büyük ölçüde değiştirdiğini ve bu değişimin devletin rolünü de dönüştürdüğünü savunur. Ona göre, modernleşme süreci, merkezi otoritenin arttığı ve devletin vatandaşların yaşamları üzerinde daha fazla etkiye sahip olduğu bir toplumsal dönemi işaret eder. Yine Giddens'a göre, risk toplumunda devletin rolü, bireyleri ve toplumları mevcut risklere karşı korumak ve yönlendirmek için daha fazla sorumluluk üstlenmek olacaktır (Giddens, 2008).

Habermas'ın devletle ilgili görüşleri, kamusal alanın merkezi bir rol oynadığı bir çerçeveye dayanır. Ona göre, kamusal alan, vatandaşların özgürce fikirlerini ifade edebildikleri ve tartışabildikleri bir alanı ifade eder. Bu alan, demokratik bir toplumda politika konularının tartışıldığı ve toplumsal normların şekillendiği yerdir. Habermas, bu kamusal alanın işleyişini ve demokrasiyi desteklemek için kamusal iletişimin önemini vurgular. Habermas, devletin adaleti sağlama ve hukukun üstünlüğünü koruma görevine vurgu yapar. Ona göre, devlet, farklı toplumsal grupları adil bir şekilde temsil etmeli ve hukukun üstünlüğünü korumalıdır (Habermas, 2015).

#### **4. SINIRSIZ BİR “DÜNYA DEVLETİ” MÜMKÜN MÜ?**

Devlet, iktisadi faaliyetlerin üç temel aktöründen biridir. Bu nedenle farklı noktalarda birçok işlevi yerine getirmektedir. Sınırsız dünya devleti, bu işlevlerin önemli bir kısmının gayri faal duruma gelmesine yol açacaktır (Tiyek, 2020: 131). Sınırsız bir dünya efsanesi; devletin kontrolünden sıyrılan ulus-ötesi süreçlerin hâkim olduğu bir dünya siyaseti imajı, olsa olsa büyük bir abartmadır. Örneğin ulusal ekonomiler, basitçe sınırsız bir küresel ekonomi içinde hazmedilmemiştir. Çünkü sınırlar arasında yapılandırılmış çok daha fazla ekonomik etkinlik, devletlerin sınırları içerisinde yapılmaktadır. Üstelik küreselleşme eğilimlerinin mutlaka devletleri güçsüzleştireceğini söylemek bizi yanlış yönlendirir. Aslında devletler, küresel ekonomiye kendi

ulusal çıkarlarını ilgilendiren nedenlerle katılmayı tercih etmektedir (Heywood, 2016: 163).

Küreselleşme, ülkelerin, birbirlerinin hükümlerine haklarına saygı göstererek, bölgesel veya küresel olarak yakın ekonomik veya siyasî iş birliği kurmaları ve birbirlerini tanımladıkları ortak bir pazara kavuşmalarıdır. Küreselleşme, teknolojide ve bilgide standartlaşma, sermayenin çok uluslu hale gelmesi, sermayenin hareketliliği, mal ve hizmet arzının parçalanarak ülke veya firma düzeyinde üretimin belirli bir bölümünün üstlenilmesi, belirsiz rekabetçi bir ortama uyum zorluğu, daha ziyade bilgi üretimi ile eşanlıdır (Erkal, vd., 1997: 122-123).

Siyasal küreselleşme, uluslararası örgütlerin giderek artan önemini ifade etmektedir. Bunlar, tek bir devlet içerisinde değil, çeşitli devletlerden oluşan uluslararası alanda etki oluşturmaları açısından ulus-ötesi örgütlerdir. Fakat siyasal küreselleşmenin doğası ve devlet açısından sonuçları, hükümetler arası veya ulus-üstü bir modele dayanıp dayanmadıklarına göre değişmektedir. Hükümetler arası uluslararası örgütler, devletlere en azından teorik olarak egemenliklerini feda etmeden davranışlarını uyumlaştırma mekanizması sunmaktadır. Diğer taraftan ulus-üstü kurumlar, kendi iradelerini devlete dayatabilir. Bununla birlikte çoğu düşünür, siyasal küreselleşmenin, onun ekonomik ve kültürel biçimlerinden dikkate değer ölçüde daha geride olduğunu kabul etmektedir (Heywood, 2016: 156).

Küreselleşme ile siyaset ilişkilendirildiğinde, siyasetin gücünün zayıfladığı ya da tamamen kaybolduğu yönündeki düşünceler farklı cephelerde yaygınlık kazanmaktadır. Küreselleşmenin siyaseti zafiyete uğrattığı birçok bakımdan doğru görünmekle birlikte, bu durumu ortaya çıkaran tabii bir küreselleşme değil, küreselleşme siyasetidir. Zira küreselleşme bir ideoloji olarak ortaya çıktığından beri, bizzat siyaset alanı içinde yer almış hatta kendisi bir tarz-ı siyaset olmuştur (Tatar, 2008: 26).

Küreselleşme millet gerçeğini hayale dönüştürme gayreti ile dünya vatandaşlığı hayalini gerçekleştirme peşine düşmekte, milletlerin direnişi karşısında da hayalet görmüşe dönmektedir. Bu çerçevede küreselleşmenin siyaseti, dünya denilen “vatan”da “dünya vatandaşlığı” üzerine inşa edilmeye



çalışılmaktadır. Milletlerden değil bireylerden oluşan bir siyasî yapı haline dönüştürülmeye çalışılan bu vatanda siyaset, millî devletler üzerinden değil “dünya devleti” kurgusu çerçevesinde şekillenmektedir. Burada gözden kaçırılmaması gereken nokta bireylerin nihayetinde –millî olsun veya olmasın- bir devlete bağlanmaya çalışılıyor olmasıdır. Dolayısıyla da söz konusu devlet bir siyasî rejime ihtiyaç duymaktadır. Ancak devlet olarak tasavvur edildiğinden rejim de tektir. Rejimin farklı idrakine dahi tahammül yoktur. Çünkü kürenin kendisi yegâne bir köydür ve köye bir muhtar yetmelidir. Burada tartışmalar “küresel yönetim” çerçevesinde verilirken, yönetimin küresel olmayacağı düşünülmemektedir (Tatar vd., 2007: 45).

Yönetişim, yönetimden daha kapsamlı bir kavramdır. Hâlâ, üzerinde uzlaşmış veya yerleşik bir tanımı olmamasına rağmen, genel anlamda, toplumsal yaşamın çeşitli düzenlenme biçimlerini ifade eder. Dolayısıyla yönetişim, temel türleri arasında, piyasalar, hiyerarşiler ve ağlar bulunan bir süreçtir (veya süreçler bileşkesi). Yönetişim, yönetimi de kapsayabileceği gibi, yönetim olmadan yönetişim de mümkündür. Yönetişimin tipik özelliği, devlet/toplum ayrımının belirsizleşmesi (özel kurum ve kuruluşlar, kamusal olanlarla yakın iş birliği içinde çalışır) ve çok sayıda düzey veya katmanın (muhtemelen yerel, ulusal, bölgesel ve küresel) sürece dâhil olmasıdır. Uluslararası ilişkileri düzenleyen süreçlerden söz ederken, ‘küresel yönetişim’ ifadesi giderek daha fazla kullanılmaktadır (Heywood, 2016: 164).

Gelir dağılımındaki eşitsizlik, dünya üzerinde ve ülkeler arasında önemli bir sosyal ve ekonomik sorundur. Bu sorun, birçok ekonomik, siyasî ve toplumsal soruna yol açabilir ve çözülmesi gereken önemli bir konudur (Konat ve Temiz, 2019: 471). Küreselleşme süreci ile birlikte, yeni bir dünya düzeni olarak öne sürülen projeler; işsizlik, eşitsizlik, dışlanma ve yoksulluk gibi konuları günümüzün en fazla tartışılan meseleleri arasına taşımıştır. Bu durum hem gelişmiş hem de az gelişmiş ülkeler için büyük bir sorun haline gelmiştir. Yoksulluk, yerel bir sorun olmaktan çıkarak küresel bir problem halini almış ve küreselleşme süreci, bu sorunun daha karmaşık ve yaygın hale gelmesine neden olmuştur (As, 2017: 40). Benzer şekilde günümüzde doğal madenlerin, enerjinin ve kıt kaynakların paylaşımı da adaletsiz bir şekilde

yapılmaktadır (Kavaz ve Özbuğday, 2016: 332). Küreselleşmeyle birlikte eşitsizlik ve adaletsizliğin daha da derinleştiği görülmektedir.

Post-fordist dönemde ulusal sınırların aşılmasını sağlayan teknolojiler ortaya çıktı. Bir yerden başka bir yere ürün taşımak kolaylaştı ve bu yüzden yurt içinde efektif talebi sağlama amacı da ortadan kalktı. Bunun yanında bilgisayar teknolojisine geçilmeye başlandı. Gelişen teknoloji ile birlikte bir yerden başka bir yere sermayenin hareketi hızlandı. Diğer yandan da enflasyon ve işsizlik oranında artış ortaya çıktı (Ünal, 2012: 39).

Küreselleşmeyi, bir başka açıdan batının sömürgecilik politikalarının aracı olarak değerlendirmek mümkündür (Aça ve Durgut, 2004). Günümüzde ağırlıklı olarak küreselleşme hedefli bir dünya devleti ya da bütün küreyi tek bir vatana dönüştürmeyi amaç edinmiş yeni tasarımlar söz konusudur. Küresel ölçekli çabalar, millî kültürü yok saydığından dayatma olmaksızın gerçekleştirilemez. Bireyi kendi vatanına duyduğu bağlılıktan koparmadan dünya vatandaşlığı kitlesine katmak mümkün değildir. Küreselleşmenin sömürgecilik boyutu, doğrudan işgal yerine vatan anlayışını ortadan kaldırarak nüfuz etme istikametinde işlediği göz önünde bulundurulduğunda, aşınmakta olan millet ve vatan esaslı yapıların dağıtılması için ortaya atılan tasarımlar daha iyi anlaşılmalıdır (Tatar, 2008: 157).

Ulus-devlet, örtüşen vatandaşlık ve milliyet bağlarıyla bir araya gelmiş, yani siyasal ve kültürel kimliğin örtüştüğü bağımsız siyasal bir toplumdur. Böylece ulus-devletler, Mazzini'nin hedefini yansıtmaktadır: Her ulusa bir devlet, tüm ulus için tek devlet. Modern devletlerin çoğu ulus-devlettir. Yani klâsik milliyetçilik sayesinde ulus, siyasal yönetimin temel birimi olarak kabul edilmiştir. Ulus-devlet terimi, genel ve akademik bazı söylemlerde devletle eşanlamlı hâle gelmiştir (Heywood, 2016: 208).

Gellner, modern toplumların vazgeçilmez bir özelliğinin merkezi otoriteye dayalı ulus-devletler olduğunu savunur. Ona göre, modernleşme süreci, geleneksel toplumları parçalayarak yerine merkezi otoriteyi ve ulusal kimliği getirir. Gellner, milliyetçiliği modern devletlerin bir yan ürünü olarak görür. Ona göre, modern devletlerin ulusal kimlikler oluşturmak ve sürdürmek için milliyetçiliğe ihtiyaçları vardır (Gellner, 1983).

Covid-19 pandemisiyle küresel güçler, “dijital devlet”in provasını yapmışlar ancak mevcut konjonktürün (şartların) buna uygun olmadığını görmüşlerdir. Zira sınırsız bir "dünya devleti" kavramı, karmaşık bir konudur ve birçok farklı görüş ve perspektif içermektedir. Bu tür bir "dünya devleti"nin mümkün olup olmadığını değerlendirmek için birkaç önemli noktayı göz önünde bulundurmak gerekir. Bunlardan birincisi uluslararası ilişkiler ve egemenlik kavramlarıdır. Egemenlik, uluslararası ilişkilerin temel bir ilkesidir ve uluslararası hukuk çerçevesinde tanınır. Bu nedenle, sınırsız bir "dünya devleti" fikri, egemen ulus-devletlerin egemenliklerinden feragat etmelerini gerektirir, ki bu mevcut konjoktörde pek mümkün görünmemektedir. İkincisi kültürel ve tarihsel farklılıklardır. Dünya genelinde çok çeşitli kültürel, tarihsel ve siyasî farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar, toplumlar arasında anlaşmazlıklar ve çatışmalar meydana getirecektir. Üçüncüsü, bir dünya devletinin tek merkezden yönetilmesi, dünya nüfusunun karmaşıklığı ve coğrafi uzaklıklar gibi pratik sorunlarla karşı karşıyadır. Yine, sınırsız bir dünya devletinde, tüm insanların haklarına saygı gösterilmesi ve demokratik ilkelere uyulması gerekecektir. Bu tür bir yapıyı oluşturmak ve sürdürmek oldukça zor görünmektedir. Son olarak toplumsal kabul ve istek ile ilgili engeller söz konusudur. Sınırsız bir "dünya devleti" fikri, toplumların ve ulus-devletlerin bu tür bir yapıyı kabul etmelerini gerektirir. Toplumların bu konuda istekli olmaları ve ulus-devletler tarafından bu düşüncenin kabul görmesi mümkün değildir.

Özetle, sınırsız bir "dünya devleti" fikri, birçok zorlukla karşı karşıyadır ve pratikte uygulanması oldukça karmaşık bir süreci gerektirir. Uluslararası ilişkilerde egemen ulus-devletlerin rolü, tarih boyunca önemli olmuştur ve uluslararası düzen bu temel prensiplere dayanmıştır. Bu nedenle ulus-devletler var oldukça sınırsız bir dünya devleti mümkün görünmemektedir. Ancak, küresel sorunların çözümü için daha yakın iş birliği ve koordinasyon arayışlarının gerekli olduğu da gözardı edilmemelidir.

## 5. ULUS-DEVLETİN GELECEĞİ

Ulus-devlet, günümüzdeki modern devlete karşılık gelmektedir. 15. asırda ortaya çıkan ulus-devlet modeli, küreselleşmenin etkisiyle değişim dönüşüm geçirmiştir (Uğuz ve Saygılı, 2016: 128). Devletin veya en azından ulus-devletin karşı karşıya kaldığı en önemli tehdit küreselleşmedir. G-8, BM, AB, NATO gibi küresel örgütlenmeler siyasî küreselleşmeyi (Heywood, 2007: 143-144), IMF, G-20, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) gibi yapılanmalar ekonomik küreselleşmeyi desteklemektedir.

Hiper-küreselci olarak bilinen kişiler tarafından geliştirilen en uç versiyonunda devlet, içi boşaltılmış ve aslında gereksiz hâle gelmiş görülmektedir. Diğer taraftan realistler küreselleşmenin, dünya siyasetinin temel niteliğini, yani başlangıç dönemlerinde olduğu gibi egemen devletlerin sınırları içerisinde neler olup bittiğinin temel belirleyicisi olduğu ve dünya sahnesinin temel aktörleri olmayı sürdürdüğü gerçeğini değiştirmediklerini savunma eğilimindedir. Fakat bu iki görüş arasında, küreselleşmenin devletin rol ve öneminde ve egemenliğin doğasında niteliksel değişikliklere neden olduğuna dikkat çeken fakat bunların, devletin gücünü artırmak veya azaltmaktan ziyade devleti dönüştürdüğünü vurgulayan üçüncü yaklaşım da vardır (Heywood, 2016: 152-154).

Savaş sonrası dönemde devletlerin uluslararası alanda otoritelerinin zayıfladığı, sermayeyi ellerinde bulunduranların artık toplum ve ekonomi üzerindeki tek siyasî otorite olduğuna inanılan devletlerden daha güçlü oldukları görülmektedir (Held ve McGrew, 2008: 156).

Ulus-devletin süregelen cazibesi; vatandaş kitlelerinin bağılıklarından yararlandıkları sürece, devletlerin başat konumlarını kaybetmeleri düşük bir olasılık gibi görünmektedir. Devletlerin çoğunun ulus-devlet olması nedeniyle dünyanın en güçlü ideolojik akımı olan milliyetçiliğin devamı bunu güvence altına almaktadır. Kozmopolitinizim, kültür veya etnisiteye dayalı bağılıklar gibi rakip öğretiler, milliyetçilikle karşılaştırıldığında ikincil öneme sahiptir (Heywood, 2016: 163).

Ulus-devlete destek veren bu argümanın diğer yönü ise şöyledir: Çeşitli türden küresel süreçler kimilerinin sandığı kadar güçlü değildir. Sözgelimi, küresel ekonomi, ABD dahil pek çok ülke bünyesindeki ekonomilerle kıyaslandığında gerilemektedir. Bir başka örnek de ABD ve diğer ülkelerin geçirgenliğine kanıt olarak gösterilen güçlerin, on dokuzuncu asrın sonları ile yirminci asrın başlarında çıktığı zirveden artık aşağı doğru somut şekilde inişe geçmekte oluşudur (Ritzer, 2011: 166).

Yirmiler Grubu (G-20) Mâliye Bakanları ve Merkez Bankası Başkanları, 1990'ların sonlarındaki mali krizlere bir tepki olarak ve yeni doğmakta olan temel ülkelerin küresel ekonomik tartışmalar ve yönetişimin merkezinde yeterince yer almadığının fark edilmesiyle 1999'da kuruldu. G-20'nin yükselişi, potansiyel bir tarihî değişimin işareti olarak görüldü, G-20'nin kapsama derecesi ve temsil edici niteliği, mevcut ekonomik gerçekleri daha iyi yansıtan kurumsal yeni bir dünya düzeninin doğuşuna işaret ediyor olabilir ve küresel meşruiyeti daha fazla olabilir. G-20 ile karşılaştırıldığında, G-8, IMF, Dünya Bankası ve BM (Güvenlik Konseyi aracılığıyla), küresel karar alma sürecini sadece az sayıda devlete odaklamıştır. G-20'nin temel aktörleri de küreselleşmenin nispeten düzenlenmiş bir biçimi olsa da piyasa ve küreselleşmeyi tercih eden ana-akım iktisat felsefesine sıkı sıkıya bağlıdır (Heywood, 2016: 155).

Küresel sahnede ulus-devletin her şeye rağmen başrolde olduğu, küreselleşmeyle yüzleşmede en azından bazı güçlerini hala koruduğunu, ulus devletin küreselleşme karşısında etkinlikleri bakımından farklılık gösterdiğini ve ulus-devletin çöktüğü yönündeki iddiaların büyük ölçüde abartıldığını ileri süren argümanlar göz ardı edilemez (Ritzer, 2011: 165). Küreselleşme, milletlerarası ilişki düzeni olarak, millî devletleri ortadan kaldıramamış, ancak ekonomik ve siyasî etkileri bakımından bazı devletlerin güçlenmesine bazılarının da zayıflamasına neden olmuştur (Erkal vd., 1997: 89).

Küreselleşmeye ilişkin en çok tartışılan ve üzerinde konuşulan Marksist değerlendirmelerden biri Michael Hard ve Antonio Negri'nin "imparatorluk" isimli tezleridir. İmparatorluk, en özet haliyle "merkezsiz küresel hakimiyet"

olarak tanımlanabilir. İmparatorluk, henüz tam olarak mevcut değildir ancak onun değişkenlerini algılayabiliyoruz. Dolayısıyla şimdilerde oluşum halindedir. Postmodernist toplum teoriyle ilgili çekinceleri bulunsada yazarlar bu tezde, küresel ekonominin post-modernleşmesini analiz ediyorlar. Modernite ve emperyalizm arasında bir bağlantı kuruyorlar; dünyanın dört bir yanındaki bölgeleri, özellikle ekonomik düzlemde kontrol eden ve sömüren ülkenin/ülkelerin emperyalizmin merkezinde yer almış olması da onun tanımlayıcı niteliği olarak gösteriliyor. Postmodern bir hamleyle, yazarlar bu süreci merkeziz sayıyor ve böylece imparatorluğu da post-modern çağda, merkezinde herhangi bir ülke (ya da başka bir oluşum) olmaksızın böyle bir hâkimiyetin mevcut olduğu bir gerçeklik olarak inceliyorlar. Bu argümanı başka bir şekilde ifade edecek olursak; modern egemenliğin izleri bir yere kadar sürülebilir; ancak imparatorluk olarak sahip olduğu postmodern biçimiyle egemenlik hiçbir yerde olan haliyle mevcuttur çünkü hiçbir merkezi yoktur, yersizleştirilmiştir. Mekândan bağımsız hale getirilmiştir. Gerçekte ise iletişim formundadır ve onun belirtileri ve gerçekliği her yerdedir (Ritzer, 2011: 152).

İmparatorluk dünyayı tek bir mantık kuralıyla yönetir; ancak imparatorluğun merkezinde hiçbir güç yoktur. Tek bir komuta kaynağı yerine, güç bütün topluma ve yerküreye dağılmış haldedir. Hatta ABD bile, günümüz dünyasındaki görünür egemenliğine rağmen, bu anlamda bir imparatorluk değildir ve Hardt ile Negri'nin kastettiği anlamda bir imparatorluğun merkezinde de bulunmaz. Yine de ABD'nin egemenliği imparatorluk yöneliminde öncü güç oluşturur ve ABD günümüz dünyasında ayrıcalıklı bir konumu işgal etmeyi sürdürmektedir. Ne var ki o da yerini imparatorluğa bırakma sürecindedir. İmparatorluğun coğrafi ya da ülkesel sınırları yoktur (ya da olmayacaktır). Tarihi erteleme ve sonsuza dek var olmayı istemesi bağlamında geçici sınırlardan da yoksun olacak gibi görülebilir. Ayrıca toplumsal dünyanın derinliklerine doğru genişleme peşindeyken, alt sınırdan da yoksun gibi görülebilir (Ritzer, 2011: 152).

Ulus-devlet açısından önemli risklerden biri ekonominin küresel bir hüviyet kazanmasıdır. Bilhassa kripto para olgusu birçok problemi

beraberinde getirmektedir (Köstekçi ve Köse, 2023). Ulus-devletin önündeki tehditler iki boyutlu olarak devreye girdi. Birincisi, ulus-devlet ekonomideki yetkilerini ulus-üstü kurumlara devretmek durumunda kaldı. IMF ve Dünya Bankası küresel çapta etkili olmaya başladı. İkincisi bölgesel anlaşmalarla kurulan NATO gibi ulus-üstü küresel örgütlenmelerdir (Kazgan, 1994: 34).

Tarihin, ulus-devletin yanında olduğu inkâr edilemez bir gerçektir. Birinci ve ikinci dünya savaşları ile komünizmin çöküşü gibi önceki asırda meydana gelen üç büyük olayın her biri siyasî bir örgütlenme ilkesi olarak ulus kavramına ciddi şekilde ivme kazandırmıştır. SSCB'nin yıkıldığı 1991'den bu yana kurulan on sekiz yeni devlet ulus-devlet olduklarını ilan etmişlerdir. Ulus-devlete güç kazandıran argümanlardan biri de onun hem kültürel hem de siyasî birlik ruhuna dayanmasıdır. Dolayısıyla bağımsız ulus-devletler karşı konulamaz güçler olduklarına, nihai olarak uygulanabilir tek siyasal birim olduklarına inanmakta haklıdır (Heywood, 2007: 177).

Küreselleşme ile ilgili buraya kadar yapılan tartışmalardan, küreselleşmenin ekonomik, kültürel ve siyasî olmak üzere üç boyutunun olduğu anlaşılmaktadır. Küreselleşmenin açık bir şekilde batı projesi olduğu, uluslararası siyasî ve ekonomik yapılanmalar vasıtasıyla hedef ülkeleri sövmeyi amaçladığı görülmektedir. Küresel güçler, IMF gibi ekonomik yapılanmalar üzerinden hedef ülkeleri siyasî ve ekonomik olarak denetim altına almayı amaçlamaktadır. Kabile/aşiret sisteminin hâkim olduğu dönemde ağa, köylüyü sürekli borç altında tutmaya çalışmakta, bu şekilde her istediğini yaptırabileceğine inanmaktadır. Bu şekildeki geleneksel taktik aslında küresel güçlerin IMF gibi örgütler yoluyla kullandıkları stratejiyle benzerlik arz etmektedir. IMF'in girdiği çoğu ülke uzun süre ekonomisini toparlayamamıştır.

## **SONUÇ**

Çalışmanın sonucunda sosyolojinin kurucu isimlerinin devlet olgusuna farklı bakış açıları sundukları görülmüştür. Marx'a göre devletin varlığı, toplumdaki sınıf çatışmaları sürdüğü sürece devam edecektir. Durkheim, devleti ahlakî kontrolün bir aracısı olarak görmüştür. Ona göre devletin

görevi, toplumsal dayanışmayı ve ahlakî dengeyi korumaktır. Weber, devleti otorite ve bürokrasi bağlamında ele almıştır. Ona göre devlet, fiziksel şiddetin meşru kullanımını tekeline alan bir siyasal girişimdir. Çağdaş teorisyenlerden Ernest Gellner, Anthony Giddens ve Jürgen Habermas gibi düşünürler, devletin rolünü modern toplumun gereksinimlerine göre değerlendirmişlerdir. Gellner, toplumları bir arada tutma ve düzeni sağlama işlevi açısından devleti incelemiştir. Giddens, modernleşmenin toplumları ve devleti nasıl dönüştürdüğünü ele alırken, Habermas kamusal alanın önemini vurgulamış ve demokrasiyi desteklemiştir. Bahse konu teorisyenlerin devlet hakkındaki görüşleri, sosyolojinin farklı perspektiflerini yansıtır ve devletin toplumsal, ekonomik ve siyasî rolünü anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Sonuç itibarıyla devletin ekonomik, siyasî ve toplumsal işlevleri yerine getiren önemli bir aktör olduğu görülmüştür. Bununla birlikte küreselleşmenin, millet ve vatan anlayışını, ulus-devletleri ve coğrafi sınırları ortadan kaldırmayı hedeflediği, geleneksel devleti işlevsiz kılmaya çalıştığı değerlendirilmiştir. Sınırsız bir "dünya devleti" fikrinin, uluslararası ilişkilerdeki egemen ulus-devletlerin ulusal egemenliklerinden feragat etmelerini gerektirdiği ve pek mümkün görünmediği ortaya konulmuştur.

Küreselleşmenin, ülkeler arasındaki ekonomik ve siyasî iş birliğini destekleme, bilgi ve sermayenin serbestçe dolaştığı bir süreci teşvik etme, ulusal ekonomilerin uluslararası piyasayla etkileşimini artırma gibi olumlu taraflarının yanında merkezi hükümetleri ve ulus-devletleri etkisiz hale getirme gibi olumsuz sonuçlarının da bulunduğu görülmüştür. Bilhassa siyasal küreselleşmenin, uluslararası örgütlerin etkisini arttırdığı, hükümetler arası veya ulus-üstü bir modeli benimsediği değerlendirilmiştir. Bu durum gelir dağılımında eşitsizliğe yol açmış, dünya genelinde ve ülkeler arasında mevcut sorunları daha karmaşık hale getirmiştir.

Dijital teknolojilerin başdöndürücü bir hızla ilerlediği günümüzde, "sınırsız dünya devletinin mümkünatı" üzerine yoğun tartışmaların yapıldığı görülmüştür. Son tahlilde, sınırsız dünya devleti fikrinin bir efsaneden ibaret olduğu; bu projenin önündeki en büyük engelin ulus-devlet ve halen en etkili düşünce akımlarından olan "milliyetçilik" fikrinin olduğu, zira "millî-manevi



değerler”, “millet”, “millî kültür” vs. olguları yok sayan bir dünya siyasetinin mümkün olmadığı anlaşılmıştır. Bununla birlikte sosyo-ekonomik ilişkiler açısından sınırların kaldırıldığı günümüzde, toplumun ve sosyal kurumların (bilhassa ekonomi kurumunun) küresel hareketlerden etkilenmemesi hayatın olağan akışına aykırıdır.

Küresel ekonominin ulus-devletlerin ekonomi politikalarını etkilemediğini söylemek imkânsız olmakla birlikte, ulusal ekonomilerin küresel ekonomik sisteme bağımlı hale getirilmeye çalışıldığı, buna rağmen uluslararası yapılandan çok daha fazla ekonomik etkinliğin devletlerin millî sınırları içerisinde yapıldığı, ayrıca küresel sistemin millî devletleri güçsüzleştireceği kehanetinin bilimsellikten uzak bir yaklaşım olduğu, buna karşılık devletlerin küresel ekonomiden tamamen bağımsız hareket etmedikleri, ancak kendi ulusal çıkarlarını korumak için mümkün olduğunca uzak durmaya çalıştıkları görülmüştür.

#### **KAYNAKÇA**

AÇA, M., DURGUT, H. (2004), *Küreselleşen Dünya ve Türk Kimliği*, İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.

ARON, R. (2000), *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*, Çev. K. Alemdar, Ankara: Bilgi Yayınevi.

AS, İ. (2017). Yoksulluğun Küreselleşmesi ve Sivil Toplum Kuruluşları. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(1), 31-66. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fuuiibfdergi/issue/39042/457800>.

AYDIN, K. (2014), Yapısal İşlevselci Teori ve Toplumsal Tabakalaşma, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 213-239.

BECER, F. (2017), Durkheim Sosyolojisinde Ahlak ve Yansımaları, *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(12), 813-826.

BOZKURT, V. (2000), *Küreselleşmenin İnsani Yüzü*, İstanbul: Alfa Yayınları.

BOZKURT, V. (2011), *Değişen Dünyada Sosyoloji*, (6.Baskı), Bursa: Ekin Yayınları.

CİHAN, A. (2011), XIX. Yüzyıl Osmanlı Türkiye'sinde İdare Hukuku Eğitimi ve Türk İdare Hukukçuları, *İdare Hukuku ve İlimleri Dergisi*, 12(1-3), 107-134.

ÇOBAN, E., UZUN, H. (2022), Endüstri 4.0'ın Eğitim Alanına Etkileri, *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 97-125.

ÇUHADAR, C. (2007), Bazı Filozofların Düşüncesinde Devlet Kavramı, *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(12), 65-92.

DURDU, Z. (2009), Modern Devletin Dönüşümünde Bir Ara Dönem: Sosyal Refah Devleti, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 37-50.

ERKAL, M. E. (1995), *Sosyoloji (Toplumbilimi)*, İstanbul: Der Yayınları.

ERKAL, M. E. vd. (1997), *Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*, İstanbul: Der Yayınları.

GELLNER, E. (1983), *Nations and Nationalism*, Londra: Cornell University Press.

GİDDENS, A. (2008), *Ulus Devlet ve Şiddet*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

GÖZLER, K. (2007), *Devletin Genel Teorisi*, Bursa: Ekin Kitabevi.

HELD, D., MCGREW, A. (2008), *Küresel Dönüşümler*, Çev. A. R. Güngen vd., Ankara: Phoenix Yayınevi.

HABERMAS, J. (2015). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*, Çev. M. Sancar ve T. Bora, İstanbul: İletişim Yayınları.

HEYWOOD, A. (2007), *Siyaset*, Çev. B. B. Özipek vd., Ankara: Adres Yayınları.

HEYWOOD, A. (2014), *Siyaset Teorisine Giriş*, (6.Baskı), Çev. H. M. Köse, İstanbul: Küre Yayınları.

HEYWOOD, A. (2016), *Küresel Siyaset*, (4.Baskı), Çev. N. Uslu & H. Özdemir, Ankara: Adres Yayınları.

İBN-İ HALDUN, (2012), *Mukaddime*, Çev. S. Uludağ, İstanbul: Dergâh Yayınları.

İŞÇİ, M. (2004), *Siyasi Düşünceler Tarihi*, İstanbul: Der Yayınları.

JANOSKİ, T. vd. (2013), *Siyaset Sosyolojisi*, (2. Baskı), Çev. A. Küçükçiftçi vd., Ankara: Phoenix Yayınları.

KARAGÜL, M. (2016), İbn Haldun'da Asabiyet ile Devlet ve Mülk İlişkisi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 47-59.

KAVAZ, İ., ÖZBUĞDAY, F. C. (2016). Enerjide Dışa Bağımlılık ve Enerji Verimliliği Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(27), 331-349.

KAZGAN, G. (1994), *Küreselleşme ve Ulus-Devlet*, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

KIZILÇELİK, S. (2017). *Sosyoloji Tarihi 4: Hegel, Praoudhon, Marx, Durkheim, Weber ve Veblen'in Sosyal Teorileri*, Ankara: Anı Yayıncılık.

KONAT, G., TEMİZ, M. (2019), G20 Ülkeleri Arasında Gelir Yakınsamasının Panel Birim Kök Testi İle Sınanması, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(40), 471-480. <http://dx.doi.org/10.29228/sobider>.

KÖSTEKÇİ, A., KÖSE, M. Y. (2023), *Kripto Para Olgusu ve Vergilendirme Sorunları*, Bursa: Ekin Kitabevi.

KUTLUAY, F. (2019), Siyasal Otorite Kavramının Tarihsel Seyri, *Niğantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 1-29.

MARX, K., ENGELS, F. (2019), *Kominist Manifesto*, Çev. N. Satlıgan, İstanbul: Yordam Kitap.

MERİÇ, Ü. (1975), *Cevdet Paşa'nın Devlet Görüşü*, İstanbul: Ötüken Yayınları.

ÖZER, M. A., KARTAL, M. (2023), Devletin Kökenine Yönelik İrade ve Olgu Kuramlarına Dair Değerlendirmeler, *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 163-184.

ÖZKAYA, Ö. (2020), Devlet Olgusu Üzerine Bir Değerlendirme, *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, (16), 317-352.

ÖZTEKİN, A. (2003), *Siyaset Bilimine Giriş*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

ÖZYURT, C. (2007), Durkheim Sosyolojisinde Ahlâkî Kontrol Sorunu, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 5 (13), 95-121.

PLATON, (2008), *Devlet*, Çev. S. Eyüboğlu & A. Cımcöz, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

RİTZER, G. (2011), *Küresel Dünya*, Çev. M. Pekdemir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

SIR, O. (2004), İbn Haldun'un Devlet ve Siyaset Felsefesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Kamu Hukuku Anabilim Dalı, İzmir.

TATAR, T. (2008), *Kürede Dönen Siyaset*, İstanbul: Doğu Kütüphanesi.

TATAR, T. vd. (2007), *Kürenin Halleri* (Ed. Yaşar Kaya), İstanbul: Doğu Kütüphanesi.

TİYEK, R. (2020). Devletin Endüstri İlişkilerindeki Roller ve Memurların Toplu Pazarlık Süreci, *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 131-146. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fuuiibfdergi/issue/58380/776581>.

TORTUK, B. B. (2012), İbn Haldun'un Siyaset ve Devlet Felsefesine Dair Görüşlerinin Osmanlı Düşüncesindeki Yansımaları (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı, Isparta.

UĞUZ, E. H., SAYGILI, R. (2016), Küresel Dünyada Ulus Devlet, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(32), 127-147.

ÜNAL, E. (2012). Düzenleme Teorisi: Büyük Buhran ve 2008 Krizi, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 4(1), 33-45.

WEBER, M. (2006), *Sosyoloji Yazıları*, Çev. T. Parla, İstanbul: İletişim Yayınları.

WEBER, M. (2012), *Ekonomi ve Toplum I*, Çev. L. Boyacı, İstanbul: Yarı Yayınları.

YEATES, N. (2002), Globalization and Social Policy: from Global Neoliberal Hegemony to Global Political Pluralism, *Global Social Policy*, 2(1), 69–91.

YETİM, M. (1994), İbn Haldun'un Devlet Görüşü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Siyaset Anabilim Dalı, İstanbul.

ZEYBEKOĞLU, A. E. (2009), Carl Schmitt'in 20. Yüzyıl Devlet ve Siyaset Kuramına Katkısı (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, Kamu Hukuku Anabilim Dalı, İstanbul.

## **TÜRKİYE’DE KADINLARIN İŞGÜCÜ PİYASASINA DAHİL OLMAMA NEDENLERİNİN İNCELENMESİ**

**İzzet TAŞAR<sup>1</sup>**  
**Şeydanur NAMLI<sup>2</sup>**

Geliş Tarihi: 14/09/2023  
Kabul Tarihi: 25/10/2023

### **ÖZET**

Ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanabilmesi için üretim faktörlerinin tamamını maksimum verimle kullanılması gerekmektedir. Üretim faktörlerinden biri olan emek, piyasada işgücü olarak adlandırılmaktadır. İşgücü piyasasında tam verim sağlanabilmesi için dengeli bir işgücü katılım oranı olması gerekmektedir. Türkiye’de işgücünün kadın-erkek dağılımında kadınların aleyhinde bir dağılımı olduğu görülmektedir. Bu çalışma amacı dahilinde işgücünün dengeli dağılımını sağlayabilmek ve üretim faktörlerinin maksimum kullanımı için işgücü piyasasını cinsiyet dağılımına göre incelemektedir. Kadınların işgücüne katılmama nedenleri ve kadınların işgücünde katılma/katılmama durumunda oluşan algılar incelenmiştir. Çalışmada işgücü analiz edilirken kadın ve erkek olarak iki ayrı grupta incelenmiştir. İşgücüne katılmama nedenleri klasik okul, neoklasik okul, marksist okul ve feminist kuram görüşleriyle değerlendirilerek bu durumun iktisat teorisindeki yerine vurgu yapılmıştır. Yapılan çalışma 2 ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kadın işgücüsüyle ilgili teorik bilgiler incelenmiş, iktisat okullarının kadın işgücüne bakış açısı belirtilerek, kadın işgücünü inceleyen literatür taraması yapılmıştır. İkinci kısımda ise Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri tablo ve grafik haline getirilerek kadın ve erkeklerin işgücüne katılmama nedenleri incelenmiştir. TÜİK’ den alınan ‘aile içi anket’ çalışmalarıyla kadının işgücü piyasasına katılımıyla ilgili toplumsal görüş sınıflandırılarak çalışma içerisinde değerlendirilmiştir. TÜİK’in oluşturduğu ‘katılmama nedenleri’ alt başlıklara ayrılarak detaylandırılmıştır. Çalışmanın sonucunda Türkiye’deki verilerin neoklasik okulun ayrımcılık teorisine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Avrupa Birliği’nde yer alan ve kadın işgücü katılımının yüksek olduğu ülkelerle karşılaştırma yapılarak politika önerisinde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İşgücü, Cinsiyet Ayrımcılığı, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

<sup>1</sup> Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, itasar@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9187-6910

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, seydanamali.sn@gmail.com, ORCID: 0009-0006-4571-835X

## **An Investigation on the Reasons For The Exclusion of Women in the Labor Market in Türkiye**

### **ABSTRACT**

In order to achieve economic growth and development, all production factors must be used with maximum efficiency. Labor, which is one of the factors of production, is called labor in the market. In order to ensure full efficiency in the labor market, the labor force participation rate must be balanced. The distribution of the workforce in Türkiye is against women. For the purpose of this study, the labor market is analyzed according to gender distribution in order to ensure balanced distribution of the workforce and maximum benefit from production factors. Women's participation in the workforce were and popular barriers are examined in this study. While analyzing the labor force in the research, it was examined in two separate groups as men and women. The reasons for not participating in the labor force were evaluated with the comparison of the classical school, neoclassical school, Marxist school and feminist theory. The study consists of two main parts. In the first chapter, theoretical information about the female workforce was examined, the perspective of economics schools on the female workforce was stated, and a literature review examining the female workforce was conducted. In the second part It is the non-participation rate of women and individuals by converting the data of the Turkish Statistical Institute (TUIK) into tables and graphs. In the research, social opinion regarding women's participation in the labor market was evaluated by categorizing it with 'local survey' studies obtained from TÜİK. The 'reasons for not participating' created by TÜİK are detailed under sub-headings. As a result of the study, it was concluded that the data in Türkiye are compatible with the discrimination theory of the neoclassical school. A policy recommendation was made by making a comparison with countries in the European Union where women's participation in the workforce is high.

**Keywords:** Labour Force, Gender Discrimination, Gender Equality

## **GİRİŞ**

Türkiye’de kadın-erkek nüfusu birbirine yakın dağılım göstermektedir; kadın nüfusu %49,9 erkeklerin nüfusu ise %50,1 şeklindedir. Bu duruma karşılık olarak kadın işgücü katılım oranı %34,9, erkek işgücüne katılım oranı ise %70,7 olduğu görülmektedir (TÜİK, 2022). TÜİK, 2022 oranları göz önüne alındığında erkek işgücünün, kadın işgücünden fazla olduğunu ortaya koymaktadır. Kadın işgücünün, ekonomi içerisindeki bu konumu toplumsal, kültürel, sosyal ve siyasal alanlarda da geri kalmasını beraberinde getirmektedir. Kadınların ekonomik açıdan ve işgücü piyasasında geri planda kalması hem bireysel hem de toplumsal olarak ekonomik, kültürel ve sosyal sorunları da beraberinde getirmektedir. Kadınların işgücü katılımının düşük olması ülke ekonomileri için büyüme ve kalkınma kavramlarında da negatif bir gösterge olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik büyüme ve kalkınmanın işgücü yaratarak istihdamı arttırmasıyla refah seviyesi ve ekonomik gelişmişlik artmaktadır. İşgücüne katılım ve kadınların üretime katılması ekonomik kalkınma yönünden bu anlamda oldukça önemlidir. Gelişmiş ülkelerde kadınların işgücüne katılım oranları diğer ülkelere göre fazla olup, bu durum gelişmiş ülke olarak nitelendirilmenin en önemli unsuru olarak görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de işgücü piyasasında toplumsal cinsiyet eşitliği kavramının geliştirilebilmesi için eğitim seviyesinin yükseltilmesi ve bireyin niteliklerini zenginleştiren, mesleki deneyim ve mesleki bilgi arttıran, yeni istidam alanları yaratacak eğitim yapısını oluşturacak aktif işgücü önlemlerine ihtiyaç duyulmaktadır (ÖKSÜZ, 2010). Kadın işgücü katılımının arttırılması, cinsiyete dayalı eşitsizliğin ve yoksulluğun azaltılması için de gerekli görülmektedir (Yıldırım ve Doğrul, 2008).

Kadının işgücü piyasasında kendine yer edinmesi iş ve aile kavramlarını etkilemekle birlikte aynı zamanda toplumsal, sosyal ve ekonomik etkilere de sebep olmaktadır. Kadın istihdamının bir ülkenin kalkınmasında önemli etkisine bilimsel çalışmalarda da yer verilmiştir. İşgücü piyasasında kadın kalkınma ilişkisinin nasıl kurulması gerektiği, kalkınmada kadın yaklaşımı (WID) olarak ekonomi literatüründe yer edinmiştir. WID yaklaşımında kadının ev dışı üretken faaliyetlere katılımına odaklanılmış ve kadının fazlaca sorumluluk almasına sebep olabilecek öneriler geliştirmiştir. WID yaklaşımı kadının ev içi üretim faaliyetlerini ve cinsiyetler arası iş



bölümünü yetersiz bir şekilde ele alması nedeniyle bazı zayıf yönlere sahip olsa da kadının ekonomi alanındaki konumuna verdiği değer yönünden diğer yaklaşımlara öncülük etmiştir (KEİG, 2015).

Kadınların toplumsal ve ekonomik kalkınma sürecinde etkili bir biçimde bulunabilmesi, kadınların işgücüne katılımının ve kadın istihdamının artırılması, bireysel ve toplumsal yönüyle kalkınmanın ve gelişmenin sağlanabilmesi açısından önem taşımaktadır. Yoksulluğun önlenmesi açısından kadın istihdamının artması ve haneye giren gelirin yükselmesi, daha iyi yaşam şartlarına kavuşmak anlamına gelmektedir (Ecevit, 2010). Piyasa başarısızlıklarının ve siyasi bozulmaların olmadığı bir ekonomide kadınların işgücüne katılım oranlarının artması refah düzeyinde artışa neden olacaktır.

İktisadi literatürde kadın işgücünün ekonomik kalkınmaya etkilerinin üzerinde sıkça durulduğu görülmektedir. Ampirik literatürde kadın işgücü ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen U eğrisi bulunmaktadır. U eğrisi kadın istihdamı ve ekonomik büyümenin fonksiyonudur. Ekonomik gelişmenin ilk dönemlerinde kadın istihdamının azaldığını, ekonomik büyüme düzeyi arttıkça kadınların işgücüne katılım oranını artacağını belirtmektedir (Boserup, 1970). Luci’nin (2009) nedensellik yöntemiyle U eğrisini test ettiği çalışmasının sonucunda, ekonomik kalkınma içerisinde; kadın işgücünün U şeklinde bir eğri halini aldığı görülmektedir. U eğrisini 3 şekilde incelenmektedir. U eğrisinin sol kısmı tarım merkezli ekonomileri temsil eder ve tarımda çalışan, ücretsiz aile işçisi olan kadınları gösterir. Eğrinin aşağı kısımlar ise dışa açık ekonomileri belirtir ve kadın işgücünün düşük olduğu nitelikli işleri işaret eder. Eğrinin sağ kısmı ise tarım sektörünün sanayi sektöründen geri kaldığı ekonomileri göstermektedir. U eğrisinin durumları incelendiğinde eğitim düzeyinin artırılması durumunda kadınların işgücünde daha etkin olacağı sonucuna ulaşılmaktadır (Luci, 2009).

Türkiye’de kadınların işgücüne dahil olmama nedenlerinin incelendiğinde bu çalışmanın birinci kısmında kadın işgücünün iktisat teorisindeki karşılığı ve kadın işgücünün Türkiye’deki tarihsel süreci incelenmiştir. İkinci kısımda ise kadınların işgücü piyasasına dahil olmama nedenleri TÜİK verileri kullanılarak belirlenmiştir. Sonuç kısmında kadınların işgücüne dahil olmamasının yüksek oranda (%48) sebebi olan hane

içi emek ile ilgili teorik bilgi verilmiş ve kadın işgücünü arttırmaya yönelik politika önerisinde bulunulmuştur.

## **1. KADIN İŞGÜCÜNE TEORİK YAKLAŞIM**

### **1.1. Klasik Yaklaşım**

Klasik yaklaşım ekonomi içinde kadınların nerede konumlandığını incelemiştir. Klasiklerin öncüsü olan Adam Smith kadınların özgür iradeleriyle rasyonel şekilde karar almasına şüpheyle yaklaşmaktadır. Ulusların Zenginliği (Smith, 1776) eserinde, kadınların sadece nüfus artışında nispi olarak görünür olabileceğini belirtmiştir (Pujol, 1999). Bir diğer klasik iktisatçı olan Jean Baptise Say ise kadınların mücevher satın alırken çok mürif olduklarını öne sürerek Adam Smith'in kadınların rasyonel karar veremediği fikrini desteklemiştir. Klasikler içinde yer John Stuart Mill, Smith ve Say'ın görüşünün tersine kadınların kararlarına güvenle yaklaşılabilirliğini söylemiştir (Bodkin, 1999).

Smith, kadınların iş hayatında erkekler kadar özgür olmadıklarını sadece kendi rollerine uygun işleri seçebileceklerini belirtmiştir. Smith'e göre kadınların eğitim alması gereksizdir. Kadınlar kendi eğitim durumları hakkında karar veremezler, babaları, erkek kardeşleri ya da vasileri asıl kararı verecek olan kişilerdir (Smith, 1776).

Taylor Mill ise kadınların ekonomide görünür olması gerektiğini savunmuştur. Ona göre kadınlar kendi gelirlerini sağladığında özgür olabileceklerdir. Kadınlara verilecek olan hakların sadece eşitlik değil aynı zamanda ekonomik verimlilik getireceğinin de üzerinde durmuştur (Bodkin, 1999).

J. S. Mill ve H. Taylor 'ın ortak fikri olarak erkeklerle aynı verimlilikte çalışan kadınların erkeklere göre daha düşük ücret alması sosyal adaletsizliği oluşturmaktadır. Mill ailesi diğer klasik iktisatçılar gibi kadını bir erkeğin refakatçısı olarak görmemiş ve kadının ekonomide görünür ve eşit olmasını savunmuştur (Rossi, 1970).

### **1.2. Marksist Yaklaşım**

Marksizm; ekonomideki adaletsizlik ve sömürü üzerinde durarak kapitalizmi incelemiştir (Toksöz, 2011). Bu yaklaşım kadın sorununu sınıf sorunuyla birlikte değerlendirmektedir (Voyvoda, 2003). Marksizm'e göre

kapitalizmin yükselişi ile birlikte ev geçimini erkeğin sağlaması kadını erkeğe bağımlı ev kadını haline getirmiştir (Engels, 2001).

Marksist yaklaşım kadınları ‘yedek sanayi ordusu’ olarak adlandırmaktadır. Bu tanımla kadınların işgücü piyasasına kolay alınması ve istenmediği durumlarda kolay bir şekilde çıkarılmasından bahsedilmektedir (Kalaycı, 2017).

Marksist iktisat kadının doğum yaparak işçi ürettiğini ve kapitalizme katkı sağladığını belirtmiştir ancak kapitalizmin kadını ezmektedir. Kadının ev içinde harcadığı emek ve ücretli çalışarak harcadığı emek ayrı tutulmuş ve kadının ev içi emeği karşılıksız bırakılmıştır. Ev içi emeğin ise sermaye birikimine hizmet ettiğini ve yine kadınların kapitalizme katkı sağladığını belirtmişlerdir (Toksöz, 2011).

### **1.3. Neo-Klasik Yaklaşımı**

Neo-klasik iktisat kadını iş bölümü sonucunda sadece evin içinde görmektedir. Doğal iş bölümü sonucu kadın evin işlerini ve çocukların bakımını üstlenmiştir. Kadın işgücüne aktif katılımı ise annelik ve ev hanımlığı sıfatlarına zarar verecek bir durum olmaktadır (Toksöz, 2011). Neo-klasik teoriler, kadınların sadece ev işi ve çocuk bakımıyla sorumlu olduğunun üzerinde durmaktadır. Kadınların, ev içinde yüklendiği sorumluluklar işgücü piyasasına katılamamasına ya da erken ayrılmasına neden olmaktadır. Bu durumun sonucu olarak kadınların işgücü piyasasında kalma süresi erkeklerinkinden daha düşük olmaktadır. İşgücü piyasasında görece daha az kalan kadınların iş tecrübeleri de görece az olmaktadır. Bu durumda kadınlar daha az tecrübe isteyen, işe ara vermeyi daha az cezalandıran ve iş saatleri esnek olan meslekleri tercih etmeleri gerektiği sonucuna ulaşılır (Parlaktuna, 2010)

Neoklasik teori arz yönlü beşeri sermaye modeline dayanmaktadır. Beşeri sermaye modeline göre bireyler eğitim, deneyim ve yetenekleri gibi kişisel donanımlarına göre işgücü piyasasında yer edinirler. Maliyeti en aza indirip karı yükseltmek isteyen işverenler ise işgücü piyasasında kısıtlara sahip olan(bakılması gereken çocuk vb. ev içi sorumluluklar) kadın iş gücünü verimleri düşük olduğu gerekçesiyle tercih etmezler. Kadınları tercih ettikleri durumlarda ise erkeklerden daha az ücretlendirme yoluna giderler (Anker, 1997).

#### **1.4. Kurumcu Yaklaşım**

Neo-klasik iktisadın beşeri sermaye modelini kadın işgücü piyasasını açıklamadığı konusunda eleştiren bir yaklaşımdır. Kurumcu yaklaşım işgücü piyasalarının esnek olmadığını söylemektedir. Esnek olmayan işgücü piyasaları tekeli firma ve kurumsal düzenlemelerle bazı işçi gruplarını ikincil işgücü olmaya (Rumberger ve Carnoy, 1980) ve düşük verimli (Palaz, 2003) işlerde çalışmaya zorlamaktadır. Kurumcu yaklaşım işgücü piyasasını yatay bir şekilde birincil işgücü piyasası ve ikincil işgücü piyasası olarak ikiye ayırır. Birincil işgücü piyasası; ücretlerin yüksek, terfi etme durumu kolay ve işgücü devrinin düşük olduğu işlerdir. İkincil işgücü piyasası ise çalışma şartlarının kötü, ücretlerin düşük ve işgücü devrinin yüksek olduğu işlerdir. Yapılan bu ayırmda kadınların ikincil işgücü piyasasında istihdam edildiğini belirtir (Kocak, 1999).

(Palaz, 2003), çalışmasında kurumcu iktisat yaklaşımının gelişmiş ülkelerin işgücü piyasasını incelemek üzere oluşturulduğu için gelişmekte olan ülkelerin (Türkiye) işgücü piyasasında geçerli olmayacağını belirtmiştir (Palaz, 2003).

#### **1.5. Feminist Yaklaşım**

Feminizm, hukuki, siyasi ve sosyal düzenlemelerle kadının erkeklerle aynı düzeye gelmesini amaçlamaktadır (Ataman, 2009). Feminist iktisat kurumcu yaklaşımda yatay olarak katmanlaşan işgücü piyasasında kadınların neden ikincil işgücü piyasasına itildiği üzerinde durur. İkincil işgücü piyasasında yer alan kadın mesleklerinin anneliğin ve ev hanımlığının devamı niteliğinde olan öğretmenlik, hemşirelik ve temizlik işleri olması kadının toplumdaki rolünün bir getirisi olmakla birlikte kadın işlerinin hafife alınmasına da sebep olmaktadır (Anker ve Hein, 1986). Feminist yaklaşım, kadın işlerinin özellikleri ile kadınların kalıplaşmış özellikleri arasındaki bu yakın ilişkinin temelinde toplumsal cinsiyete dayalı mesleki ayrışmanın olduğunu belirtmiştir (Lordoğlu ve Özkaplan, 2007).

Feminist iktisat mesleki tabakalaşmayı yatay ve dikey olarak ikiye ayırmıştır. Kurumcu iktisadın oluşturduğu kadın işi, erkek işi ayrımı yatay tabakalaşma, kadınların işgücü piyasası içerisinde terfi alamama ve yükselmemeye durumunu(cam tavan) dikey katmanlaşma olarak tanımlamıştır (Aytaç, Sevüktekin ve Işığışık, 2002).

Kadınlar hakkında güçlü olan geleneksel yargılar, kültürel değerler ve toplumsal cinsiyet rolleri Türkiye’de kadın işgücü incelenirken Feminist yaklaşımın faydalı olabileceğini göstermektedir (Palaz, 2003).

## **2. KADINLARIN İŞGÜCÜ PİYASASINA KATILIMINI ETKİLEYEN UNSURLAR**

İşgücü piyasasında kadın işgücünün katılımını belirleyen iki temel faktör bulunmaktadır; ekonomik faktörler ve sosyo-kültürel faktörler. Ekonomik faktörler; düşük ücret, çocuk sahibi olmak ve evlilik gibi konuları kapsarken, sosyal faktörler ise eğitim düzeyinin düşüklüğü, köyden kente göçün etkileri, sosyo-kültürel engeller ve işe alımlarda cinsiyet ayrımcılığı olarak tanımlanabilir. Bu faktörlerden bazıları işgücüne katılma oranını doğrudan etkilerken, bazıları da dolaylı olarak etkilemektedir. Sosyo-kültürel değerler, kadının yaşı, medeni durumu, çocuk sayısı, eğitim düzeyi, yaşadığı coğrafi bölge gibi birçok unsur kadının işgücünde yer alma kararlarını etkilemektedir (Durmaz, 2016).

Literatüre bağlı kalarak yapılan sınıflandırmada ise kadın işgücü üzerinde etkili olan unsurlar yaş, eğitim, kayıtdışı istihdam ve medeni durum olarak yer almaktadır.

### **2.1. Yaş**

İşgücüne katılımı etkileyen en önemli faktörlerden biri yaş aralığı olarak belirlenmiştir. Kadınların çalışıp çalışmama kararı yaş aralıklarına göre farklılık göstermektedir. Bilindiği üzere ülkemizde genç işçiliği daha yaygındır. Bu nedenle ülkemizde daha genç yaştaki kadınlar işgücüne dahil olurken, kadınların evlendiği veya çocuk sahibi olduğu dönemlerde işgücüne katılımları azalmaktadır. Ancak ülkemizde kadınların evlendikten veya çocuk sahibi olduktan sonra işe dönme olasılığı daha düşüktür. İşlerine geri dönmek isteseler de iş bulmakta zorluk çektikleri bilinmektedir. Kadınların işgücüne katılımında kesintili bir çalışma hayatına sahip olan ülkemiz ile gelişmiş ülkeler arasında ciddi derecede fark bulunmaktadır (Bektaş, 2015).

Kadının işgücüne katılımı genç yaşlarda daha yüksekken ileri yaş dönemlerinde azalmaktadır. 55 yaş ve üzeri kadınların işgücüne katılım oranı daha genç yaştaki kadınların katılımına göre çok daha düşük oranlarda gerçekleşmektedir. Kadınların işgücüne katılımında en yüksek olduğu dönem 20’li yaşların sonu ve 30’lu yaşların başlangıcı olarak belirlenmiştir. Kadının

işgücü piyasasına katılımı üzerine yapılmış mevcut çalışmaların genelinde bu gerçek kabul görmektedir.

İşgücüne kadınların katılımı farklı ülkelerde yaş gruplarına göre incelendiğinde, “M” harfine benzeyen bir eğilim gösterdiği tespit edilmiştir. 20-24 yaşlar işgücü katılımında artış göstererek zirveye ulaşan oran, 30’lu yaşların başından itibaren düşüş göstererek 40’lı yaşlarda tekrar bir yükselme trendine girip, 40-54 yaşları arasında tekrar tavan yaparak “M” harfini andıran bir grafik ortaya çıkarmaktadır. İşgücüne katılım oranlarında 30’lu yaşlarda düşüş görülmesinin nedeni olarak kadınların anne olarak 0-6 yaş grubu çocukları ile kendi ilgilenmeleri ve büyütme niyetiyle işgücü piyasalarından ayrılmaları olarak görülmektedir (Hayghe ve Bianchi, 1994).

Yaş ve kadın işgücü katılım oranındaki ilişki göz önüne alınarak, Türkiye’deki kadın işgücüne katılım oranı ile yaş ilişkisine bakıldığında bahsedilen ilişki görülmektedir. 15-19 ve 20-24 yaş gruplarında zirveye ulaşan kadın işgücü katılım oranı 25 yaşından itibaren düşüşe geçtiği, 40-44 yaş grubunda ise tekrar yükseldiği, 50’li yaş grubunda ise tekrar azalış eğilimine girdiği görülmektedir. Türkiye’de kadın iş gücü ile yaş grupları arasındaki bağlantıyı da “M” tipi eğilimli grafiğe benzetmek mümkündür (Özer ve Biçerli, 2003).

## **2.2. Eğitim**

Bir ülkedeki gelişim ve refah, o ülkede bulunan bireylerin iyi eğitilmiş olmasına ve eğitimin sürekliliğine bağlı olmaktadır. Eğitilmiş bireyler, yaşadıkları ülke için hem sosyal ve ekonomik anlamda kalkınma için önem arz etmektedirler. Günümüzde dünya, bilgi toplumu haline gelmesiyle eğitim en büyük değer haline gelmiştir. Eğitim, bireysel ve toplumsal açıdan, gelişim ve ekonomik açıdan büyümeye katkılar sağlamaktadır (Alpaydın, 2008). Kadınların eğitimi, gelişmekte olan ülkelerin kalkınması açısından önemle üzerinde durulması gereken bir konudur. Kadınların aktif işgücüne katılmadığı bir durumda ekonomik kalkınmayı düşünmek imkansızdır. Bu nedenle ekonomik kalkınmanın önemli bir ayağı olan kadın istihdamının artırılmasına yönelik politikalar ülkeler için önemli adımlar olarak görülmektedir (Çam, 2014). Ülkelerin geliştirdiği önemli politikalar; kız çocuklarının eğitilmesi, aile gelirinin ve sosyal statünün artırılması, kadınların daha yüksek gelir elde etmesinin sağlanması ve meslek alanında dinamik bir

yapı oluşturulması yönündedir. Bilimsel çalışmalar göstermektedir ki gelişmekte olan ülkelerde kız çocuklarının eğitiminin yaygınlaşması, uzun vadede ekonomik kalkınma üzerinde erkek çocuklarının eğitime göre daha güçlü bir etkiye sahiptir. Bu nedenle işgücüne katılımı ve istihdamda eğitime yönelik cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kaldırılması, toplumun gelişebilmesi ve kalkınabilmesi açısından son derece önem arz etmektedir (Rankin ve Aytaç, 2006).

Kadın ve erkek ayırımı gözetilmeden eğitim kalkınma ve büyümenin temel taşı oluşturulmaktadır. Eğitim, kişilerin toplumdaki yerini belirlemede ve bu yeri değiştirebilmesini sağlamaktadır. Eğitim aynı zamanda kalkınmada kadınların rollerini belirlemede ve kadınların istihdama katılımına yön vermektedir. Yoksulluğun azalması üzerinde de etki sahibi olan eğitim, işgücü verimliliğini artırılması, kadınların istihdam edilebilmesi ve aile bütçesine de katkı sağlayabilmesini kolaylaştırmaktadır. Aynı zamanda eğitim ile birlikte kadınlar sağlık ve beslenme konularında bilinçlenmekte, sağlıklı doğum oranları artmakta ve çocuk ölüm oranları azaltılmaktadır, bu nedenle kadın eğitim oranlarının artması toplumsal gelişim ve ülkelerin kalkınmasına doğrudan etki etmektedir (Palaz, 2005).

Eğitimin istihdamla ilişkisi, eğitim arttıkça istihdam edilebilirliğin arttığını yönünde tespit edilmiştir. Aynı zamanda eğitimin dışsallık etkisiyle birlikte ekonomik kalkınma-büyüme ve yarattığı pozitif dışsallık ekonomiyi ve toplumu olumlu etkilemektedir (Berber ve Yılmaz Eser, 2008). Nitekim eğitimsiz kadınlar işgücü piyasasında daha önceleri yetenek, eğitim ve beceri gerektirmeyen vasıfsız işler bulabiliyorken, aldıkları eğitimin etkisi ile daha vasıflı işlerde istihdam edilmeye başlamışlardır. Bu durum eğitimin insani şartlar sağlayan işlerde çalışma açısından istihdamdaki önemine vurgu yapmaktadır.

Literatürde yer alan birçok incelemeye göre eğitim düzeyi arttıkça işgücüne katılım artmaktadır. Eğitim yatırımlarının getirisinin araştırıldığı çalışmaların genel sonucu eğitim düzeyi yükseldikçe eğitimin getirisinin de arttığı yönündedir. Eğitimin getirisinin yüksek olmasıyla birlikte eğitilmiş kadının ücreti de daha yüksek olacaktır. Kadınlar yapacakları eğitim-ücret-fırsat maliyeti hesaplamalarında ücretli çalışmanın ücretsiz ev işçiliğinden daha karlı olduğunu düşünerek işgücü katılımlarını arttıracaktır (Günsoy ve Özsoy, 2012).

### **2.3. Kayıt Dışı İstihdam**

Kadın istihdamının düşük düzeyde olması söz konusu olduğunda en önemli parametrelerden biri olan eğitim sorununun yanı sıra, kadın istihdamındaki bir diğer önemli sorun da “kayıt dışı istihdam” olarak belirlenir. Küreselleşme, ihracata dayalı endüstrileşme ve endüstrilerin gelişmiş ülkelere doğru yerleştirilmesi kayıt dışı istihdamın artmasına yol açarken, ucuz ve esnek işgücü olarak çoğu zaman kadınların tercih edilmesine olanak sağlamaktadır (Unni ve Rani, 2000).

Kayıt dışı istihdam özellikle yoğun göç yaşanan büyük şehirlerde gününbirlik çalışanların ortaya çıkardığı bir piyasa türü tanımlanmaktadır (Bayrakdar ve Okay, 2003).

Kadınları kayıt dışı ekonomide çalışmaya zorlayan başlıca etkenlerden biri, yaşamak ve geçinmek için gerekli gelirden yoksunluktur. Gerçekten, hem düşük düzeyde ve düzensiz de olsa gelir elde etmeye muhtaç olduklarından, hem de çalışacak alan bakımından başka seçenekleri olmadığından giderek daha çok kadın kayıt dışı işgücüne katılmaktadır (Beneria ve Floro, 2003). Yaşanan ekonomik krizlerle birlikte aile bütçesine katkıda bulunmak zorunda kalan ve eğitimden yoksun kadınların tercih ettiği formal olmayan, sıklıkla gününbirlik çalışma şeklinde olan kayıt dışı istihdamda kadınlar erkeklerden daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra kadının erkeğin ucuz iş gücü ikamesi olarak görülmesi yine kadınlarda kayıt dışı istihdamın yüksek olmasının ana sebeplerinden biridir (Bayrakdar ve Okay, 2003).

Kadın istihdamının kayıt dışı kalmasının bir diğeri nedeni ise ‘çalışan’ pozisyonundaki kadınların kendilerini ‘ev kadını’ olarak nitelendirmesidir. Gündelik olarak yevmiyeli çalışan; çocuk bakıcılığı ve ev temizliği yapan kadınlar belirtilen işlerin yine ev içi işlere paralel olmasından ve yeterli niteliğe sahip olmadığı düşüncesinden ötürü kendilerini çalışan olarak görmezler. Ancak aynı duruma sahip erkekler kendilerini ‘işsiz’ olarak isimlendirmektedir. Bu durumda kadınların iş algısı ve yanlış adlandırmaları sonucunda cinsiyete göre istihdam oranlarında açılma meydana gelir (Özbay, 2020).

### **2.4. Medeni Durum**

İstihdam oranları medeni duruma göre incelendiğinde nüfus oranları da belirleyici niteliğe sahip olmaktadır. Cinsiyete göre medeni durumlarda



önemli ölçüde fark bulunmaktadır. İstihdam edilenler bireylerin cinsiyetleri arasındaki farkın büyüklüğü göz önüne alındığında kadın istihdamının önündeki engel de ortaya çıkmaktadır (Aksoy, 2018).

Toplumların tarihsel oluşumları ve kültürleri o toplumdaki cinsiyete dayalı iş bölümünün sınırlarını belirlemede önemli rol oynamaktadır. Kadınların ev içinde ve özel alanda kalan işlerin sorumluluğunu almaları birçok toplumda kabul görmüştür. Nitekim kadınların çocuk bakımı ve ev işleri görevlerini üstlenmesi bu iş bölümünün bir sonucu olmuştur. Kadının işgücüne katılma durumunda; çocuk bakımı, yaşlı bakımı, hane içinde yapılması gereken temizlik ve yemek işlerinin sorumluluklarının aile bireyleri arasındaki paylaşımı önemli bir nokta oluşturmaktadır. Kadınlarının işgücüne ücretli bir şekilde katılabilmesi için ev içi sorumluluklarını aile fertleriyle paylaşması gerekmektedir (Dedeloğlu, 2000).

Kadınların buldukları coğrafi konum; işgücüne katılım oranlarını medeni durumu baz alarak incelendiğinde göz önünde bulundurulmalıdır. Kırsal bölgedeki kadınların işgücüne katılım oranı kentte yaşayan kadınların işgücü katılım oranına göre yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kırdaki kadınların evli ve çocuk sahibi olması jeopolitik ve kültürel yapılar baz alındığında kadınların aile işçisi olarak konumlandırılması bu oranın belirlenmesinde büyük etken olarak belirlenmiştir. Ancak kentteki çocuklu kadınların işgücüne katılım oranları kentteki bakıcı ücretine göre değişiklik gösterecektir. Bunun sebebi olarak kırdaki kadınların çocuklarını yanında rahatlıkla götürebilirken kentteki kadınların bakıcı fiyatlarına göre kar oranını hesaplayarak işgücüne katılım kararı vermesi olarak açıklanabilmektedir (Çakmak, 2021).

Medeni duruma göre kadınların işgücüne katılımını analiz ederken dikkat edilmesi gereken önemli noktalardan biri de kır ve kent arasındaki ayrımıdır. Kırsal bölgede yaşayan ve işgücüne katılım gösteren kadın-söz konusu kadın ücretsiz aile işçisi- çocuğunu işe götürebilirken kent de işgücüne katılım gösteren kadın ise çocuğu için bir bakım hizmeti almak zorundadır. Kentli kadının işgücüne katılıp katılmama durumunu çocuğu için satın aldığı bakım hizmetinin ücreti belirlemektedir. Bu durumun sonucu olarak evli ve kentli kadının işgücüne katılımı ile evli ve kırsalda yaşayan kadının işgücüne katılımı farklılık gösterecektir (Mercanlıoğlu, 2010).

Kadın işgücü hakkında yapılan araştırmalar kadınların boşanma oranının işgücüne katılım oranına pozitif etki sağladığını göstermektedir. Ancak bu oran kadınların işgücüne katılım oranlarının boşanmaya sebebiyet verdiği anlamına gelmemektedir. Yapılan çalışmalarda kadınların boşanma kararı almadan önceki yıllarda işgücüne katılımının yükseldiğini göstermektedir. Bu veriler ışığında kadınların evlilikte boşanma ihtimalini gördüğü durumlarda işgücüne dahil oldukları ve çalışma kararı aldıkları yargısına varılmaktadır (Kutlar vd., 2012).

### **3. LİTERATÜR TARAMASI**

Çalışmanın bu kısmında kadının işgücünü ve kadınların işgücüne dahil olmamam nedenlerini Türkiye’ de ve dünyada konu alan araştırmalar incelenerek tarihsel olarak sıralanmıştır.

Kadınların işgücüne dahil olmama nedenleri kapsamında yapılan literatür çalışmasında Suudi Arabistan için dahil olmama nedeninin kadınların çalışmaması yönünde gelişen kültür olduğu, Avustralya’da yapılan çalışmada kadınların önündeki engelin çocuk bakımı olduğu görülmüştür. Avrupa’da ise bu durumun nedeninin eğitim olduğu tespit edilmiştir. Türkiye için incelenen literatürde ise toplumsal cinsiyet rolleri, çocuk sahibi olma ve eğitim sebepleri olarak ön plana çıkmaktadır.

Özer ve Biçerli, 2003 tarihli çalışmalarında kadınların işgücü katılım oranını etkileyen unsurların belirlenmesi için 1988-2001 yılları arası Türkiye geneli kentsel ve kırsal verileri panel veri analiziyle test etmişlerdir. Yapılan testlerin sonucunda kadın işgücünün makroekonomik değişkenlerle (enflasyon, ücret, büyüme oranı, işsizlik oranı) doğrudan ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Gelişmekte olan birçok ülkede ve Türkiye’de kadınların istihdamını geleneksel rollerin ve istihdam şeklinin dışına çıkamadığı tespit edilmiştir (Özer ve Biçerli, 2003-2004).

Vlasblom ve Schippers’in 2004 yılında yaptıkları çalışmalarında kadınların işgücüne katılımında öne çıkan 2 önemli unsur olduğu tespit edilmiştir. Bunlar çocuk sahibi olma ve eğitim düzeyinin etkisidir. Çalışmanın yapıldığı 1992-1999 yıllarında Avrupa’da kadınların işgücüne katılımının arttığı görülmüştür. Evlilik, yaş, çocuk sahibi olma ve çocuk sayısı verileriyle model oluşturulmuştur. Kadınların işgücüne katılımı sadece eğitim düzeyiyle

bağlantılı olmamakla birlikte en önemli etkeninin eğitim olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Vlasbom ve Schippers, 2004).

Kızılgöl’ün 2012 yılında yayınlanan çalışmasında kadınların işgücüne katılımını etkileyen faktörlerin neler olduğunu tespit edebilmek için 2002-2008 yılları arasında yapılan hane halkı bütçe anketlerinden elde edilen veriler kullanılmıştır. Ekonometrik analiz olarak logit model analizinin kullanılmıştır. Kadınların işgücüne katılımında en önemli etkenin eğitim düzeyi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Eğitimin kırsal kesimde işgücüne katılıma etkisi kentsel kesime göre daha fazladır. Çocuk sahibi olma kentsel kesimde kadınların işgücüne katılmasında negatif etki gösterirken kırsal kesimde kadınların tarımda ve ücretsiz aile işçisi olarak çalışmasından dolayı negatif etkisi zayıftır (Kızılgöl, 2012).

Önder’in 2013 yılında yaptığı çalışmasında kadınların işgücüne katılım oranları incelenmiştir. Aynı zamanda kadınların işgücüne katılırken karşılaştıkları engeller ve çalışma hayatında yaşadıkları zorluklar da detaylandırılmıştır. 1988-2004 yılları arasından kadın işgücüne katılımında düşüş görülmektedir bu düşüşün sebebi bu yıllar arasında yaşanan köyden kente göçlerdir. Kent hayatında ev hanımı olarak işgücüne dahil edilmeyen kadının köy hayatında ücretsiz aile işçisi olarak dahil edilmesi olduğu belirtilmiştir. 2007-2012 yılları arasında kadınların işgücü katılım oranında yaşanan artışın sebebi ise yasal düzenlemelere ve mevzuatlara dayandırılmıştır. Kadınların işgücüne katılımını engelleyen en önemli unsur olarak toplumsal cinsiyete dayalı bakış açısı gösterilmiştir (Önder, 2013).

Pegu tarafından 2015 yılında yapılan çalışmada Kuzey-Doğu Bölgesi’nde kadınların işgücüne katılımı incelenmiştir. Kadın işgücüne katılımında artış görülmesine rağmen erkeklerin gerisinde kaldığı belirtilmiştir. Kadınların işgücüne katılım oranı eyaletlere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu farklılığın kaynağının ise eğitim politikalarının farklılığı olduğu belirtilmiştir. Bölgede kadınların genellikle tarım ağırlıklı çalıştığı bilinmektedir. Okuryazarlık oranı arttıkça kadınların tarım dışı sektörlere yöneldiği görülmüştür. Eğitimin artması aynı zamanda kadınların sosyal ve politik hayatta daha görünür olmasını da sağlamaktadır. Kadınların emek piyasasında hareketliliğinin, üretiminin ve gelirinin artmasının eğitime bağlı olduğu tespit edilmiştir (Pegu, 2015).

Yılmaz ve Zoğal, 2015 yılında yaptıkları çalışmada Türkiye ve Avrupa için kadın işgücünü etkileyen faktörler incelenmiştir. Türkiye’de kadın işgücünü belirleyen faktörlerin: ücretsiz aile işçiliği, kadının ve eşinin eğitim düzeyi, yaş düzeyi, madeni hal ve diğer etkenler olarak belirtmiştir. Avrupa’da kadın işgücünü etkileyen faktörlerin ise iş yaşamındaki kadına karşı tutum, eğitim düzeyi, yaş düzeyi, çalışma süresi ve diğer etkenlerdir. Çalışmanın sonucuna göre Türkiye’de kadın işgücünün düşük ivmeyle artmasının sebebi erkeğin ev geçindirmesi ve kadının çocuk ve ev bakımıyla ilgilenmesidir. Belirtilen cinsiyet rollerinin değiştirilmesi için aile içi eğitim ve seminerlerin yapılması önerilmiştir (Yılmaz ve Zoğal, 2015).

Akgeyik tarafından 2016 yılında yapılan çalışmada 2007-2016 yılları arası TÜİK verileri kullanılmıştır. Kadınların işgücüne katılımında etkileyen faktörlerin analiz edildiği çalışmada eğitimin en önemli faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Üniversite mezunu kadınların işgücüne katılımı oranı diğer eğitim seviyelerindeki kadınlara göre daha yüksektir. Kadınların evlilik yaşının yükselmesi de kadın işgücüne katılımını arttıran bir etken olarak görülmektedir. Doğurganlık oranının azalması da kadınların işgücüne katılmasını pozitif yönde etkilemektedir. Aynı zamanda boşanma oranlarındaki yükselmenin kadınların işgücüne katılımını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Akgeyik, 2016).

Kadınların işgücüne katılımını etkileyen en önemli faktörlerden biri de aktif olarak işgücünde bulunan kadınların işgücü piyasasında karşılaştıkları engellerdir. Durmaz, 2016 yılında yaptığı çalışmada Dünya’da ve Türkiye’de kadınların işgücü piyasasına katılma süreci incelenmiştir. Kadınların işgücü piyasasında karşılaştıkları engeller; ikili rol yaklaşımı, eğitim seviyesi ve beşeri sermaye yatırımı, ikincil iş piyasaları, işverenin uyguladığı ayrımcı tutum, çocuk sahibi olmak, üst kademeye geçememe sorunu; kraliçe arı sendromu, cam tavan sendromu ve cam asansör olarak sınıflandırılmıştır. Kadınların istihdam sorununu bazı ülkelerde gelişmişliğe yorumlansa da dünya genelinde ortak problem olduğuna değinilmiştir (Durmaz, 2016).

Yaygın bir şekilde cinsiyet ayrımcılığının yaşandığı Suudi Arabistan’da Varshney tarafından 2019 yılında yapılan adli çalışmada kadınların yaşadığı süreç incelenmiştir. Hükümetin yaptığı reformlarla birlikte kadınların işgücüne katılımının arttığını gözlemlenmiştir. Toplumun sınırlayıcı kültürü

kadınların işgücüne katılımında ciddi bir engel oluşturmuştur. Krallığın kadınları işgücüne teşvik etmek için uyguladığı iş yasalarındaki reformlar ve eğitimler değişimin ilk dalgasını oluşturmuştur. Yasal düzenlemelerle kadınlara verilen doğum izni, kreşler ve tatil düzenlemeler kadınların işgücüne girmesini kolaylaştırmış olsa da kültürel zorlukların önüne geçemediği tespit edilmiştir (Varshney, 2019).

Wood, Griffiths ve Emslie tarafından hazırlanan çalışma raporunda Avustralya’da kadın işgücü katılımının arttığı görülmüştür ancak kadınların sadece yarı zamanlı çalışabildiği bunun sebebinin ise çocuk bakımı olduğu tespit edilmiştir. Kadınlar için ücretli çalışmanın önündeki en büyük engelin çocuk bakımı olduğu belirtilmiştir. Çocuk bakımı engelini kadın işgücünün önünden kaldırılması için hükümete öneriler sunulmuştur. Hükümet tarafından düşük gelirli ailelere çocuk bakım desteğinin artırılması gerekmektedir (Wood vd., 2020).

### ANALİZ

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nun kadınların sosyal ve ekonomik alanlardaki durumlarının incelenmesi ve olumsuz göstergelerin olduğu alanlarda iyileştirme çalışmaları yapılması adına cinsiyete göre hazırlanan ‘İşgücüne Dahil Olmama Nedenleri’ iktisadi teoriye ve ekonomik durumlara göre açıklanmıştır.

**Tablo 1:** Kadınların İşgücüne Katılmama Nedenleri

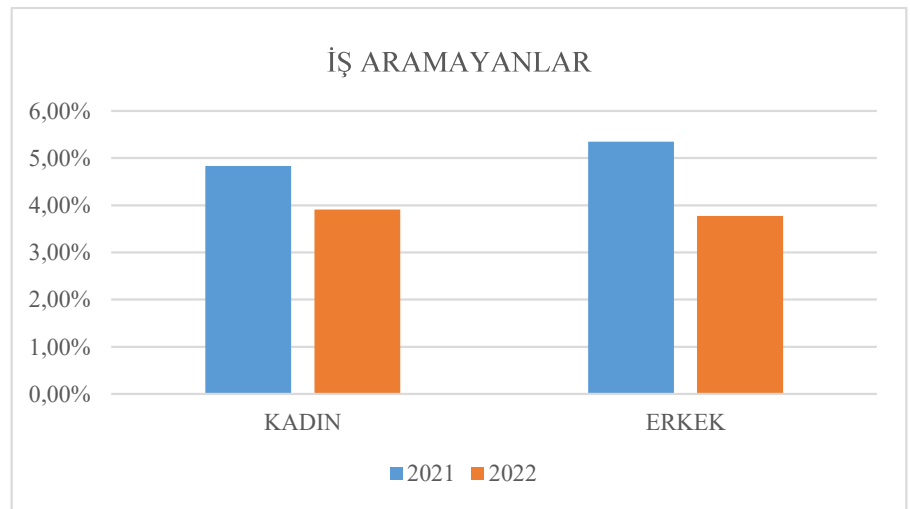
Türkiye	Yıl	Ev işleri	İş Bulma Ümidi Olmayanlar	İş Arayışında Olmayanlar	İş Arayıp İşbaşı Yapmayacak Olanlar	Eğitim Öğretim	Emekli	Çalışamaz Halde Olanlar	Diğer
KADIN	2021	45,98%	3,85%	4,83%	0,22%	12,12%	5,91%	16,04%	11,09%
	2022	47,08%	4,15%	3,91%	0,23%	12,37%	6,06%	15,97%	10,23%
ERKEK	2021	0,00%	8,50%	5,35%	0,58%	24,08%	39,58%	16,37%	5,56%
	2022	0,00%	8,32%	3,77%	0,46%	23,89%	41,77%	16,67%	5,11%

Kaynak: TÜİK’in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

TÜİK’in 2021-2022 verileriyle hazırlanan Tablo 1’de kadınların ve erkeklerin işgücüne dahil olmama nedenleri yüzdeler olarak verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde kadınların işgücüne dahil olmama nedenlerinden en yüksek payı %45 ile ev işleri alırken erkekler için %0 oranında etkisiz olduğu

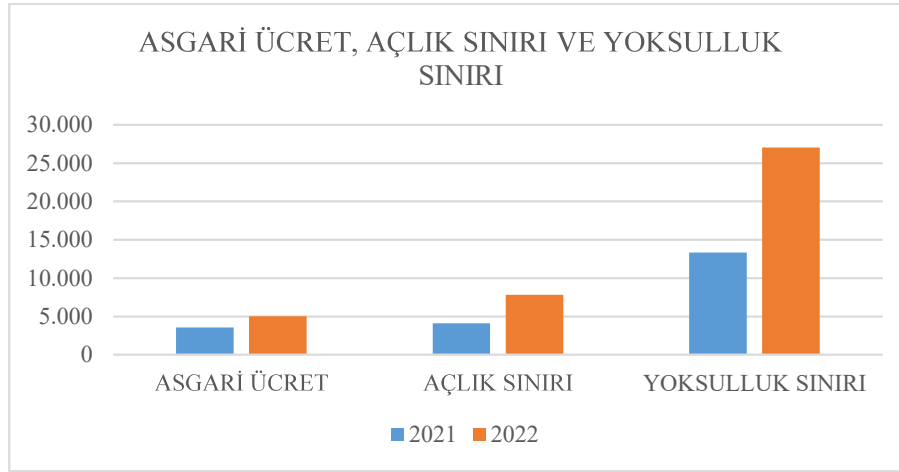
görülmektedir. Bu durum neoklasik iktisadın kadının doğası gereği evde olması görüşüyle paralellik göstermektedir. Kadın doğası gereği kendine yüklenen sorumluluğu benimseyerek kendini iş hayatının dışında tutmaktadır. Ev işlerine çocuk bakımının da dahil edildiği göz önünde bulundurularak Marksist Yaklaşımının kadının çocuk doğurarak üretime katıldığı görüşünü desteklediği görülmektedir. Marksist Yaklaşımı kadının emeğinin ev içi ve ev dışı ayrılmasında ev içi emeğinin karşılıksız kaldığını söylemektedir, verilerde de görüldüğü üzere ev içi sorumlulukları üstlenen kadınlar ücretli iş piyasasının dışında kalarak ücretsiz emek üretmektedirler.

Tablo 1’deki bir diğer değişken olan ‘İş Bulma Ümidinde Olmayanlar’ incelendiğinde erkeklerde iş bulma ümidinde olmayanların oranı %8 iken kadınlarda bu oran %3 olarak hesaplanmıştır. Erkek ve kadın oranındaki 2 katın üzerindeki değişimi kadınların emek piyasasında iş edinme konusunda daha umutlu olduğunu göstermektedir ancak bu veriler hesaplanırken iş bulamadığı için ev işleriyle meşgul olup ‘ev hanımı’ olarak kendini tanımlayan kadınlar ‘iş bulma ümidinde olmayanlar’ a dahil edilmemiştir.



**Şekil 1:** İş Aramayanlar

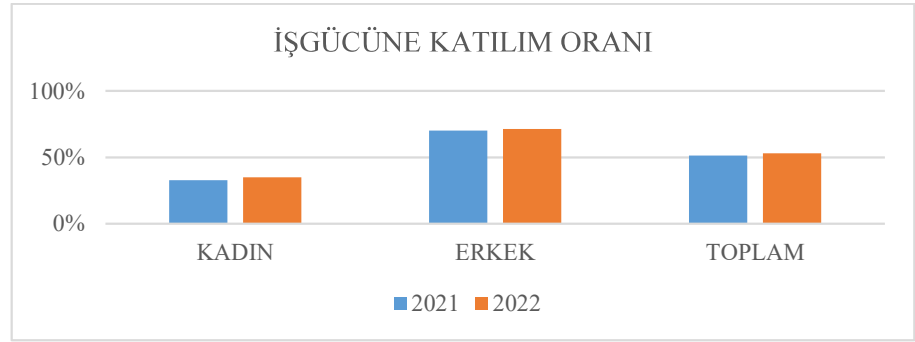
Kaynak: TÜİK’in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir.  
(<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).



**Şekil 2:** Asgari Ücret, Açlık Sınırı ve Yoksulluk Sınırı

Kaynak: TÜİK’in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

Grafik 1’de görüldüğü üzere Türkiye’de kadınlarda ve erkeklerde iş aramayanlar oranında düşüş yaşanmaktadır. Grafik 1’de yer alan veriler değerlendirildiğinde Türkiye’de 1 yılda kadınların iş aramama oranı %23 azalmıştır, erkeklerde ise %41 oranında azalma yaşanmıştır. İş aramayanlar oranındaki bu düşüşün nedeni ekonomik şartlar olarak görülmektedir. 1 yıl içerisinde asgari ücretteki artış çalışmama durumunun fırsat maliyetini arttırarak bireyleri işgücü piyasasına yönlendirmiştir. Asgari ücrette yaşanan artış, enflasyona karşı koruyuculuk gösterememiştir bu durum sonucunda açlık sınırında ve yoksulluk sınırında artış yaşanmıştır (Grafik 2). Bireylerin yaşam standartlarını aynı derecede sürdürebilmesi için çalışma eğilimine girdiği görülmüştür.



Şekil 3: İşgücüne Katılım Oranı

Kaynak: TÜİK'in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

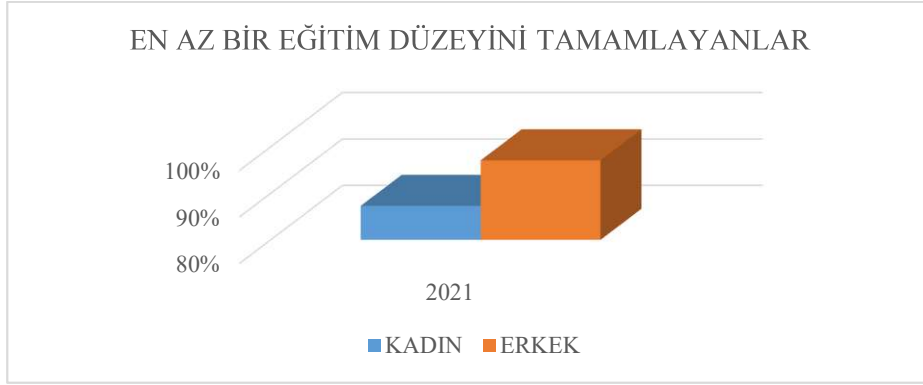
Grafik 1'de verilen iş aramayanların oranındaki düşüş, Grafik 3'de verilen İşgücüne katılım oranına artış olarak yansımaktadır. İş aramarak işgücü piyasasının dışında kalan bireyler iş arama isteğiyle iş piyasasına giriş yaparak işgücü katılımına dahil olmaktadır.



Şekil 4: Eğitim-Öğretim Nedeniyle İşgücüne Katılmayanlar

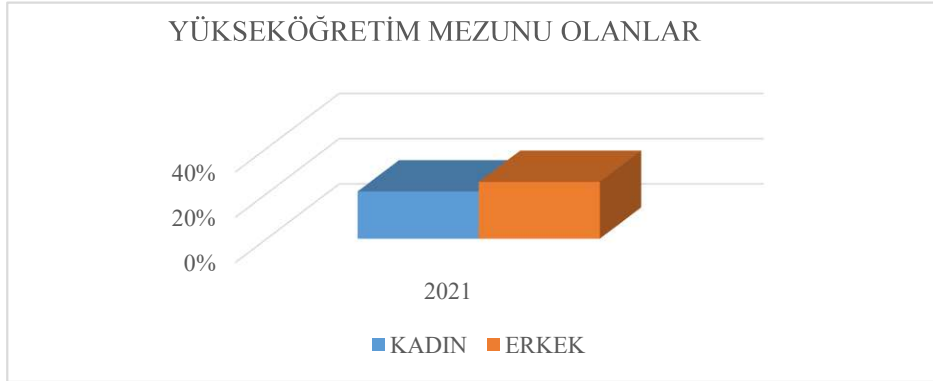
Kaynak: TÜİK'in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021)





**Şekil 5:** En Az Bir Eğitim Düzeyini Tamamlayanlar

Kaynak: TÜİK’in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

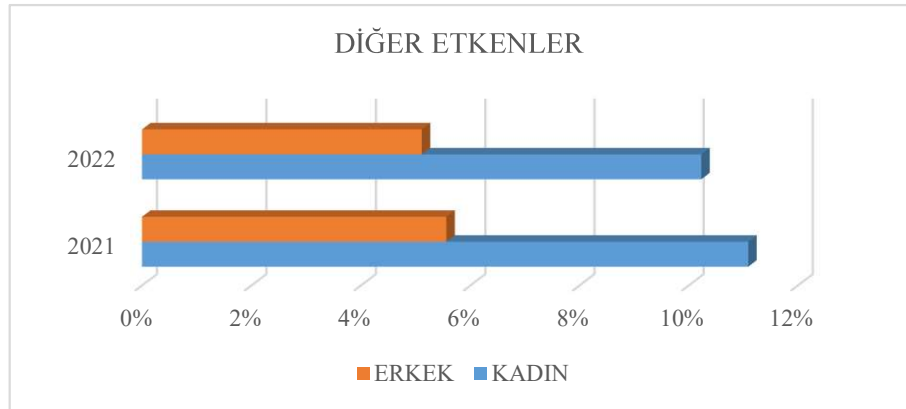


**Şekil 6:** Yükseköğretim Mezunu Olanlar

Kaynak: TÜİK’in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

Eğitim ve Öğretim gördüğü için işgücü piyasasında bulunmayanların oranı erkeklerde 2021 %24 iken kadınlarda bu oranın %12 olduğu görülmektedir. 2021 yılı TÜİK, Ulusal Eğitim İstatistiklerine göre en az bir eğitim düzeyini tamamlayanların oranı erkeklerde %97,1 iken kadınlarda %87,3 olarak hesaplanmıştır. Grafik 5’de en az bir eğitim düzeyini tamamlayanlarda kadın oranı düşükken, yükseköğretim mezunu olanların oranı buna göre yüksektir. Bunun sebebi ise Türkiye’de lise dahil zorunlu eğitimin 2012 yılında uygulamaya konulmasıdır. Bir önceki kuşakta zorunlu

eğitim olmadığı için kadınların eğitim düzeyi tamamlamasında düşüş gerçekleşmiştir. Yükseköğretim mezunu olanların oranı erkeklerde %25,1 iken kadınlarda ise %20,9'dur. Grafik 4,5 ve 6'da verilen oranlar göz önüne alındığında eğitim hayatında kadınların erkeklerden geri planda kaldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Erkekler ve kadınların oranları arasındaki bu fark neoklasik iktisadın beşeri sermaye modeline paralellik göstermektedir. Kadınların beşeri sermaye yatırımı olan eğitimden erkeklere göre daha az faydalandıkları için, işgücü piyasasının rasyonel olması sonucu dışlama etkisiyle düşük ücretli işlere yönlendirildiği fikrini desteklemektedir.



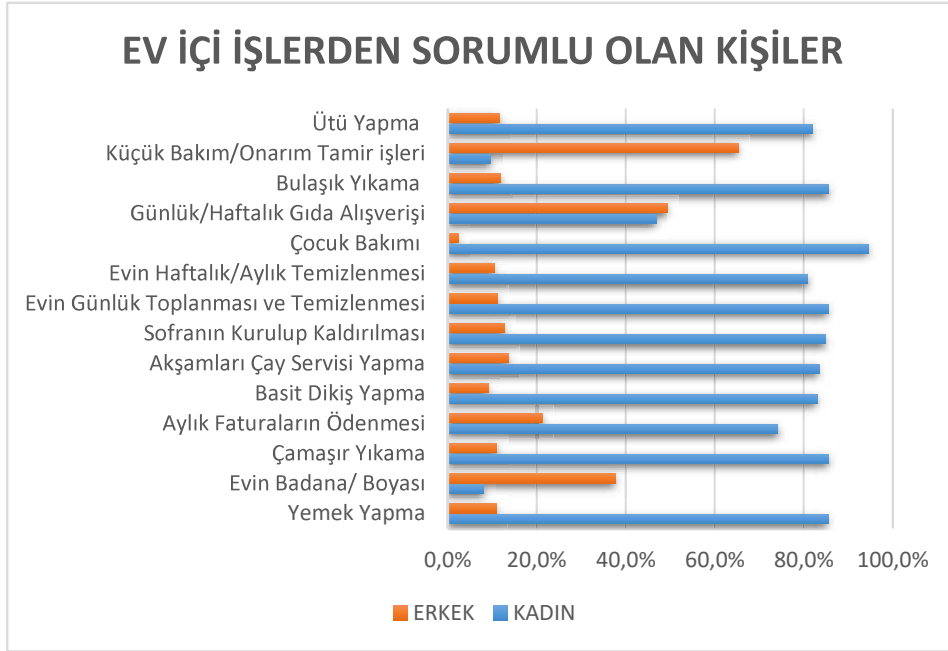
**Şekil 7:** Diğer Etkenler

Kaynak: TÜİK'in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

Erkeklerin diğer etkenlerle işgücüne katılmama oranı 2021'de %6 olarak hesaplanmıştır. Kadınların ise diğer etkenlerle işgücüne katılmama oranı %11 olduğu görülmektedir. Kadınların işgücü piyasasında etkileyen unsurlardan medeni durumun diğer etkenlere dahil edilmesiyle bu oranda artış yaşandığı düşünülmektedir. Mollaibrahimoğlu'nun 2016 yılında yaptığı çalışmada; kadınların işgücü piyasasında geri kalmasının nedeni eğitim olarak görülse de daha etkili olan sebeplerden biri kadınların eş olması yani medeni durumu olarak evli olmasıdır sonucuna ulaşmıştır. Çalışmanın bu kısmında paralel sonuca ulaşılmıştır (Mollaibrahimoğlu, 2016).

Literatür incelendiğinde kadınların işgücüne dahil olmama nedenlerinden birinin de anne olmak kapsamında doğum oranları olduğu

görülmüştür (Gençtürk, 2022), (Varshney, 2019) doğurganlığın azalmasının işgücüne katılımı arttıran bir etki ettiği görülmektedir (Aldan ve Öztürk, 2019). Buna rağmen TÜİK veri çalışmasında işgücüne dahil olmama nedenlerini sınıflandırırken çocuk sahibi olmayla ilgili bir sınıflandırma yapmamıştır, bu durum eksik bir değerlendirmeye sebep olacaktır.



**Şekil 8:** Ev İçi İşlerden Sorumlu Olan Kişiler

Kaynak: TÜİK’in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

TÜİK aile yapısı anketlerinin sonuçlarında; kadınların ev işlerinde ütü yapma, bulaşık yıkama, çocuk bakımı, evin haftalık temizlenmesi, evin günlük toplanması, sofranın kurulup kaldırılması, akşamları çay servisi yapma, basit dikiş yapma, aylık faturaların ödenmesi, çamaşır yıkama ve yemek yapma işlerinde erkeklerden daha fazla görev aldığı görülmektedir. Erkeklerin ise tamir işleri, gıda alışverişi ve evin boyanmasında kadınlardan fazla görev aldığı görülmüştür. Literatürde yer alan kadın işi, erkek işi ayrımına paralel bir ev içi görev dağılımı yapıldığı görülmektedir. Kadınların

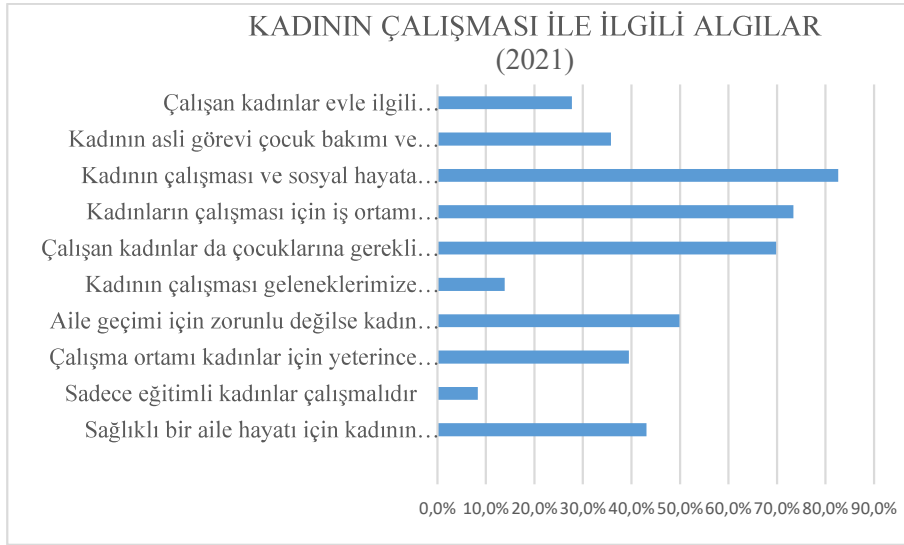
ev içindeki sorumluluğunun yüksek olması, ev işleri nedeniyle işgücüne dahil olmadığı bir işareti olarak değerlendirilmektedir.



**Şekil 9:** Ev İçinde ocuk Bakımından Sorumlu Olan Kişiler

Kaynak: TÜİK'in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

Grafik 8'de görüldüğü üzere TÜİK ev işlerinin içerisine ocuk bakımını dahil etmiştir. Aile Yapısı Anketlerine göre ev içi sorumluluklardan biri olan ocuk bakımını kadınlar %94,4 üstlenirken erkeklerin ise sadece %2,30 ocuk bakım sorumluluğunu üstlenir(Grafik 9). Aynı zamanda ocuk bakımını aile dışı bireyin üstlendiği oranın ise %3,30 olduğu görülmektedir. Verilen oranlardan yola çıkararak kadının anne kimliğinin işgücü katılımlarının önüne geçtiği görülmektedir. Marksist görüŐteki kadın üretime doğurganlığıyla katılır fikriyle paralellik göstermektedir.



**Şekil 10:** Kadının Çalışmasıyla İlgili Algılar

Kaynak: TÜİK’in Aile Yapısı Araştırmalarından derlenmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; erişim: 15.09.2023) (TÜİK, 2021).

Yapılan çalışma içerisinde bulunan analizlerde kadınların ve erkeklerin işgücüne dahil olmama sebeplerinde ve oranlarında kültürel bir eğilim olduğu görülmektedir. Bu eğilimi görünür hale getirmek için TÜİK’in ‘Kadınların Çalışmasıyla İlgili Algılar’ verileri incelenerek grafik haline getirilmiştir. Grafik de görüldüğü üzere çalışan kadınların evle ilgili sorumluluklarını ihmal ettiğini düşünenlerin oranı %28’dir. Yine buna paralel bir ifade olan kadının asli görevi çocuk bakımı ve ev işleridir düşüncesine sahip olanların oranı ise %36’dır. Bu görüşler neoklasik iktisadın temelinde yer alan kadının ev içinde olması düşüncesiyle paralel olarak değerlendirilmektedir.

Kadınların çalışmasının geleneklerine aykırı olduğunu düşünenlerin oranı %14’tür. Kadınların çalışması için iş ortamı mahremiyete uygun olmalıdır düşüncesinde olanların oranı %73’tür. Bu görüş aynı zamanda Smith’in kadınların iş ortamında erkekler kadar özgür olmadığına ve sınırlandırma ile karşılaşmaları gerektiği görüşüne de paralellik göstermektedir.

## SONUÇ

Çalışmanın sonucunda Türkiye’de kadınların işgücüne dahil olmama nedenlerinden en önemlisi kadınların ev işleriyle uğraşmasıdır. Çalışmanın sonucu literatürde yer alan (Özer ve Biçerli, 2003-2004), (Önder, 2013) ve (Yılmaz ve Zoğal, 2015) paralellik göstermektedir.

Yapılan çalışmada feminist kuramın dışında iktisadi ekollerin genelini kadınların işgücü piyasasında geri planda kalmasının nedenini kadın yaratılışı gereği evde olması ya da kadın yaradılışına uygun işler yapması gerektiğine dayandırdığı görülmüştür. Bu anlamda gelişim sağlanabilmesi için feminist kuramın literatürü geliştirilmelidir.

Kadınların Türkiye’de işgücü piyasasına dahil olmama nedenlerinin başında ev işlerinin olduğu görülmüştür. TÜİK Aile Yapısı Araştırması verilerinde kadınların çalışması ile ilgili bireylerin algıları incelendiğinde ‘Kadınların Çalışması Değerli Midir?’ sorusuna kadınların %85,6’sı ‘evet değerlidir’ cevabını verirken erkeklerin ise %79,5’i evet yanıtı vermiştir. Kadınların çalışmasının tüm toplum tarafından değerli görülmesi ve toplumsal cinsiyet rollerinden uzaklaşabilmesi için bireylerin bu konuda küçük yaştan itibaren eğitilmesi gerekmektedir.

TÜİK Aile Yapısı Araştırması anketlerinde ev işleri maddelerinde birinin çocuk bakımı olduğu görülmektedir. 2021 verilerine göre çocuk bakımını %94,4 kadınların üstelendiği görülmektedir (TÜİK, 2021). Buna dayanarak ‘ev işleri’ başlığı altında çocuk bakımının dahil edildiği düşünülmektedir. Yapılan çalışmalarda kadınların anne olduktan sonra işgücünden uzaklaştığı sonucuna ulaşılmaktadır. Anne olan kadınların işgücü piyasasında görünür olması için annelik izniyle ilgili yasal düzenlemeler yapılması gerekmektedir.

ILO tarafından hazırlanan, 156 sayılı Aile Sorumlulukları Olan Kadın ve Erkek İşçilere Eşit Davranılması ve Eşit Fırsatlar Tanınması Hakkında Sözleşme (1981), kadınların aile sorumlulukları ve iş hayatıyla ilgili tercih oluşturmadan işgücüne katılımını düzenleyen bir sözleşmedir. OECD ülkelerinden 18 tanesi tarafından bu sözleşmeyi imzalanmıştır. Sözleşmenin içeriğinde iş alanında çocuk bakım yerleri ve kreşlerin bulunması, aile ve çocuk bakımına ilişkin sosyal desteklerin verilmesi, doğum sonrası babaya da çocuk bakımı için izin verilmesi ve ev bakım sorumluluklarından ötürü işten

ayrılan kişilerin yeniden işe dönmesi için imkan sağlanması gibi düzenlemeleri içermektedir. Yine ILO tarafından hazırlanan bir diğer sözleşme olan 183 sayılı Kadının Doğum ve Doğum Sonrası Çalışması Hakkında Sözleşme (2000) ise analık durumunun korunması için düzenlenmiştir. İçerik düzenlemesinde ekonomik güvence ve iş güvencesi gibi konularda kadınlar korunmaktadır. OECD ülkelerinden 15 tanesi tarafından bu sözleşmeyi imzalanmıştır. Türkiye 183 ve 156 sayılı sözleşmeleri onaylamamıştır ancak uygulanan mevzuatlarda düzenlemelerde bulunmuştur. Türkiye’nin bahsedilen iki sözleşmeyi imzalamadığı göz önüne alınarak kadın işgücüne katılım oranı %32,8, her iki anlaşmayı da onaylayan Hollanda’nın %62,8 ve Norveç’in %64 olduğu görülmüştür. OECD ülkelerinden 156 ve 183 numaralı sözleşmelerden en az birini imzalayan 20 ülke, her ikisini de imzalayan 7 ülke olduğu görülmektedir. Verilen oranlardan yola çıkarak Türkiye’nin ILO’nun 183 ve 156 sayılı sözleşmeleri imzalaması önerilmektedir.

Kadınların işgücüne katılımının artırılması için ev işlerinin büyük bir kısmını kapsayan çocuk bakımı üzerinde durulması gerekmektedir. OECD ülkelerinde en yüksek annelik iznini Estonya 62 hafta olarak belirlerken en düşük annelik iznini ise İsveç 12 hafta olarak belirlemiştir. OECD ülkelerinin ortalama annelik izni süresi 18 haftadır ve bu izin süresince %75 oranında maaşlar ödenmektedir. Bu nedenle Türkiye’de uygulanan 16 haftalık annelik izni ve izin süresince ödenen %66 oranında maaşın düzenlenmesi gerekmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

- AKGEYİK, T. (2016). Türkiye’de Kadınların İşgücü Piyasasına Katılımını Etkileyen Faktörler: TÜİK Verileri Üzerine Bir Analiz. *Journal of Social Policy Conferences*, 31-53.
- AKSOY, N. (2018, Temmuz). Türkiye’de Kadın İstihdamının Belirleyicileri. *Yüksek Lisans Tezi*. Nevşehir.
- ALDAN, A., ÖZTÜRK, S. (2019, Şubat). Kadın İşgücüne Katılımında Artışın Belirleyicileri: Kuşak Etkisinin Ayrıştırılması. *Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Yapısal Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü*, s. 1-22.

- ALPAYDIN, Y. (2008). Türkiye’de yoksulluk ve eğitim ilişkileri. *İlem Yıllık*, 49-54.
- ANKER, R. (1997). Theories of occupational segregation by sex: An overview. *Int'l Lab. Rev.*, 315.
- ANKER, R., HEİN, C. (1986). Sex inequalities in urban employment in the third world. *Sex inequalities in urban employment in the Third World*, 378.
- ATAMAN, M. (2009). Feminizm: Geleneksel Uluslararası İlişkiler Teorilerine Alternatif Yaklaşımlar Demeti. *Alternatif Politika*, 1-41.
- AYTAÇ, S., SEVÜKTEKİN, M., IŞIĞIÇOK, Ö. (2002). Çağdaş Sanayi Merkezlerinde Kadın İşgücünün Konumu: Bursa Örneği. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.
- KIZILGÖL, Ö. A. (2012). Kadınların İşgücüne Katılımının Belirleyicileri: Ekonometrik Bir Analiz. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 88-101.
- BAYRAKDAR, S., OKAY, A. (2003). Bilgi Ekonomisine Geçiş ve Kadın Yoksulluğu. *Transition to Knowledge Economy and Women Poverty*. İstanbul Üniversitesi.
- BEKTAŞ, A. (2015). Türkiye’de kadınların işgücüne katılımının belirleyicileri ve kadınların işgücüne katılımı üzerine bir alan çalışması. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi.
- BENERIA, L., FLORO, M. (2003). Distribution, Gender and Labor Market Informalization: A conceptual Framework and a Focus on Homebased Workers, forthcoming in L. Beneria and Neema Kudva, eds.". *Rethinking Informalization: Precarious Jobs, Poverty and Social Protection*.
- BERBER, M., YILMAZ E. B. (2008). Türkiye’de kadın istihdamı: ülke ve bölge düzeyinde sektörel analiz. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 1-16.
- BLAUNER, R. (1964). *Alienation and Freedom: The Factory Worker and His Industry*. Chicago: University of Chicago Press.
- BODKİN, R. G. (1999). Klasik ekonomik düşüncede kadın temsilcisi: Adam Smith, Harriet Taylor Mill ve JS Mill. *Feminist ekonomi*, 45-60.
- BOSERUP, E. (1970). *Women's role in economic development*. New York.



- BOZ, S. E. (2009). İşletmelerde mobbing (psikolojik şiddet) faktörünün verimlilik üzerine etkileri ve basın işletmeleri üzerine bir uygulama.
- ÇAKMAK, F. (2021, Nisan). Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımını Etkileyen Sosyoekonomik Faktörler. *Yüksek Lisans Tezi*. Denizli.
- ÇAM, L. S. (2014). Türkiye’de Kadın İstihdamının Kalkınmaya Etkileri. *Yüksek Lisans Tezi*. Türk Hava Kurumu Üniversitesi.
- ÇİTÇİ, O. (1982). Kadın sorunu ve Türkiye’de kamu görevlisi kadınlar (Vol. 200). *Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları*.
- DEDELOĞLU, S. (2000). Toplumsal cinsiyet rolleri açısından Türkiye’de aile ve kadın emeği. *Toplum ve Bilim*, 139-170.
- DURMAZ, Ş. (2016). İşgücü Piyasasında Kadınlar ve Karşılaştıkları Engeller. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*, 37-60.
- DURMAZ, Ş. (2016). İşgücü piyasasında kadınlar ve karşılaştıkları engeller. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 37-60.
- ECEVİT, Y. (2010). *İşgücü piyasasında toplumsal cinsiyet eşitliği el kitabı*. (Cilt 4). Ankara: Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü,.
- ENGELS, F. (2001). *Origin Of The Family, Private Property and The State*.
- FİNZEN, A. (2017). Stigma and Stigmatization Within and Beyond Psychiatry. W. Gaebel, W. Rössl, & N. Sartorius içinde, *The Stigma of Mental Illness - End of the Story?* (s. 29-42). Switzerland: Springer International Publishing.
- GENÇTÜRK, Z. (2022). Türkiye’de Kadının İşgücüne Katılımını Etkileyen Faktörler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 361-394.
- GOFFMAN, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. New York: Simon & Schuster.
- GÖRÜCÜ, İ. (2006). Türkiye’de işgücü piyasası yönetimi ve bir model önerisi. *Doktora Tezi*.
- GÜNŞOY, G., ÖZŞOY, C. (2012). Türkiye’de kadın işgücü, eğitim ve büyüme ilişkisinin VAR analizi.

- HAYGHE, H. V., BIANCHI, S. M. (1994). Married mothers' work patterns: the job-family compromise. *Monthly Lab. Rev.*, 117.
- HEREK, G. M. (2009). Sexual Prejudice. ( T. Nelson içinde, *Handbook of Prejudice Stereotyping, and Discrimination* (s. 441-467). New York, NY: Psychology Press.
- HIRSCHFELD, R., FEILD, H. (2000). Work Centrality and Work Alienation: Distinct Aspects of A General Commitment to Work. *Journal of Organizational Behavior*, 789-800.
- KALAYCI, İ. (2017). Feminist İktisat: Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Seçenek Bir Bakış. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(12), 533-542.
- KEİG. (2015). *Türkiye 'de Kadın Kooperatifleşmesi: Eğilimler ve İdeal Tipler*. İstanbul: Kayhan Yayın.
- KOCAK, S. (1999). *Gender discrimination in the Turkish labour market*.
- KRUPCHANKA, D., THORNİCROFT, G. (2017). Discrimination and Stigma. E. W. Gaebel, W. Rössler, & N. Sartorius içinde, *The Stigma of Mental Illness - End of the Story?* (s. 123-140). Switzerland : Springer International Publishing .
- KURNAZ, Ş. (1991). Cumhuriyet öncesinde Türk kadını (1839-1923). TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.
- KUTLAR, A., ERDEM, E., AYDIN, F. F. (2012). Kadınların İşgücüne Katılması İle Doğurganlık, Boşanma Ve Ücret Haddi Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir Araştırma. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 149-168.
- LİNK, B. G., PHELAN, J. C. (2001). Conceptualizing Stigma. *Annual Review of Sociology*, 363–385.
- LORDOĞLU, K., ÖZKAPLAN, N. (2007). *Çalışma İktisadi*. İstanbul: Der Yayınları.
- LUCİ, A. (2009). Female labour market participation and economic. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 4.
- MAKAL, A. (2010). Türkiye'de erken cumhuriyet döneminde kadın emeği. *Çalışma ve Toplum*, 2(25).

- MAKAL, A., TOKSÖZ, G. (2015). *Geçmişten günümüze Türkiye’de kadın emeği*. İmge Kitapevi.
- MARX, K. (2010). *Kapital: Ekonomi Politikin Eleştirisi* (Cilt I). (Ç. M. Satlıgan, Dü.) İstanbul: Yordam Kitap.
- MERCANLIOĞLU, Ç. (2010). "Çalışma hayatında psikolojik tacizin (mobbing) nedenleri, sonuçları ve Türkiye’deki hukuksal gelişimi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 37-46.
- MOLLAİBRAHİMOĞLU, M. (2016, Mayıs). Feminist İktisat Türkiye’de Kadın Emeği ve İstihdamı. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı.
- O’DONOHUE, W., NELSON, L. (2014). Alienation and Managing Human Resources. *International Journal of Organisational Analysis*, 22(3), 301-316.
- ÖKSÜZ, N. (2010). İŞKUR tarafından düzenlenen mesleki eğitim kurslarının kadınların istihdam edilebilirliğine katkısı. *Yüksek Lisans Tezi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÖNDER, N. (2013). Türkiye’de Kadın İşgücünün Görünümü. *ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi*, 35-61.
- ÖZBAY, B. (2020). Türkiye’de Çocuk, Kadın ve Göçmenlerin Kayıt Dışı İstihdamı. *Atlas Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-6.
- ÖZER, M., Biçerli, K. (2003). Türkiye’de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 55-86.
- PALAZ, S. (2003). Türkiye’de cinsiyet ayrımcılığı analizinde neo klasik yaklaşıma karşı kurumcu yaklaşım: Eşitliği sağlayıcı politika önerileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 87-109.
- PALAZ, S. (2005). Kadın-Erkek eşitliği açısından Türkiye ve AB’nin bir karşılaştırması. *E-Akademi hukuk, ekonomi ve siyasal bilimler aylık internet dergisi*.
- PARLAKTUNA, İ. (2010). Türkiye’de Cinsiyete Dayalı Mesleki Ayrımcılığın Analizi. *Ege Akademik Bakış*, 1218-1219.

- PEGU, A. (2015). Female Workforce Participation in North-Eastern Region: An Overview. *International Journal of Humanities & Social Science Studies*, 156-160.
- PUJOL, M. A. (1999). *Feminism and anti-feminism in early economic thought*.
- RAJAEPOUR, S., ARBABİSARJOU, A., ZİVARİRAHMAN, M., SHOKOUHİ, S. (2012). Relationship between Organizational Structure and Organizational Alienation. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(12), 188-196.
- RANKİN, B. H., AYTAÇ, I. A. (2006). Gender inequality in schooling: The case of Turkey. *Sociology of Education*, 25-43.
- ROSSİ, A. S. (1970). Cinsiyet Eşitliği Üzerine Yazılar.
- RUMBERGER, R. W., CARNOY, M. (1980). Segmentation in the US labour market: its effects on the mobility and earnings of whites and blacks. *Cambridge Journal of Economics*, 117-132.
- SEÇER, H. Ş. (2005). Çalışma yaşamında duygular ve duygusal emek: sosyoloji, psikoloji ve örgüt teorisi açısından bir değerlendirmesi. *In Journal of Social Policy Conferences*, 50, 813-834.
- SHEEHAN, L., NIEWEGLOWSKI, K., CORRİGAN, P. W. (2017). Structures and Types of Stigma. E. W. Gaebel, W. Rössler, & N. Sartorius içinde, *The Stigma of Mental Illness - End of the Story?* (s. 43-66). Switzerland : Springer International Publishing .
- SMİTH, A. (1776). *The Wealth of Nations. Wealth of Nations*. Library of Economics and Liberty.
- STUART, H. (2004). Stigma and Work. *HealthcarePapers*, 5(2), 100-111.
- ŞİMŞEK, M., ÇELİK, A., AKGEMCİ, T., FETTAHLIOĞLU, T. (2006). Örgütlerde Yabancılaşmanın Yönetimi Araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 569-585.
- TOKSÖZ, G. (2011). *Kalkınmada Kadın Emeği*. İstanbul: Varlık Yayınevi.
- TÜİK. (2021). *Aile Yapısı Araştırması*. TÜİK: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turkiye-Aile-Yapisi-Arastirmasi-2021-45813> adresinden alındı

- TÜİK. (2021). TÜİK KURUMSAL. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turkiye-Aile-Yapisi-Arastirmasi-2021-45813> adresinden alındı
- TÜİK. (2022, Temmuz). Temel İşgücü Göstergeleri.
- UNNİ, J., RANİ, U. (2000). Globalisation, Information Technology. *Indian Journal of Labour Economics*, 22.
- VARSHNEY, D. (2019). The Strides of the Saudi Female Workforce: Overcoming Constraints and Contradictions in Transition. *Journal of International Women's Studies.*, 359-372.
- VLASBOM, J. D., SCHİPPERS, J. J. (2004). Avrupa'da kadınların işgücüne katılımındaki artışlar: Benzerlikler ve farklılıklar. *Revue Européenne de Démographie*, 375-392.
- VOYVODA, E. (2003). Ev ekonomisi ve feminist iktisat. *Bağımsız Sosyal Bilimciler Derneği*.
- WENDLING, A. E. (2009). *Karl Marx on Technology and Alienation*. Palgrave Macmillan.
- WOOD, D., GRİFFİTHS, K., EMSLİE, O. (2020). *Cheaper childcare A practical plan to boost female workforce participation*. Grattan Institute Support.
- YANTUR, P. (2019). Kalkınma Planları ve Yasal Çerçeve Kapsamında Kadın İşgücü: Türkiye Örneği. 3.
- YILDIRIM, K., DOĞRUL, G. (2008). Çalışmak ya da Çalışmamak": Türkiye'de Kentsel Alanlarda Yaşayan Kadınların İşgücüne Katılmama Kararlarının Olası Belirleyicileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 239-262.
- YILMAZ, A. (2010). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e kadın kimliğinin biçimlendirilmesi. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 9(20).
- YILMAZ, M., ZOĞAL, Y. (2015). Kadının İşgücüne Katılımının Tarihsel Gelişimi ve Kadın İstihdamını Etkileyen Faktörler: Türkiye ve Avrupa Örneği. *Econ World*, 1-25.

## IUSTINIANUS VEBASI: SİYASİ, EKONOMİK VE SOSYAL ETKİLERİ

**Bahadır İKİCAN<sup>1</sup>**

Geliş Tarihi: 25/09/2023

Kabul Tarihi: 15/11/2023

### ÖZET

Bizans İmparatorluğu'nun "tahıl ambarı" olarak adlandırılan Mısır'ın Pelusium kentinde 541'de patlak veren veba salgını, doğrudan ya da dolaylı yoldan Akdeniz'in tüm sahil kentlerini etkilemiştir. Yaklaşık iki yüzyıl boyunca etkisini hissettiren veba salgını, zamanla iç bölgelere de sirayet ederek Avrupa'nın pek çok bölgesinde varlığını hissettirmiştir. Başlangıçta ticaret vasıtasıyla yayılım gösteren salgın, bilhassa Britanya'da Hristiyanlığı tebliğ eden misyonerler aracılığıyla muhtelif yerlere de yayılmıştır. Altıncı yüzyılda ortaya çıkan veba salgının arkasında sadece biyolojik etmenlerin değil, aynı zamanda birtakım iklimsel krizlerin de yattığı düşünülmektedir. Bilhassa 536'da Kuzey Yarım Küre'yi etkilediği düşünülen volkanik kış, veba salgının ortaya çıkışında ve salgın sırasında yaşamını yitiren insan sayısının artışında önemli bir etkidir. Güncel araştırmalara göre bir volkan patlaması ya da dünya yüzeyine bir kuyruklu yıldız çarpması sonucu ortaya çıkan iklim krizi, tarımsal üretimde bir düşüş yaratmıştır. Yaklaşık iki yıl kadar süren volkanik kış nedeniyle yeterli ürün elde edemeyen çiftçilerin büyük bir kısmı ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla göç etmek durumunda kalmışlardır. Yaşanan bu göç hareketi, sadece tarım arazilerinin boş kalmasına neden olmamış, aynı zamanda zaten yeterli beslenme konusunda pek de başarılı olamayan Geç Antik Çağ insanların tüketim ihtiyaçlarına ulaşımını zorlaştırmıştır. Nitekim bu durum da insanların salgın karşısında bağışıklık sistemlerinin iyiden iyiye düşmesine sebep olmuştur. Bu bağlamda 536 iklim krizi, vebanın birincil etkeni değilse de salgının yayılımında ve ölüm oranlarının artmasında önemli bir unsurdur. Veba salgını bilhassa yerleşik düzen üzerine kurulu olan Bizans İmparatorluğu'nu derinden etkilemiştir. Salgının pek çok insanın canına mal olmasının yanında sağlıklı insanların hastalığa yakalanmaktan korkarak buldukları yerleri terk etmeleri, bir göç hareketi doğurmuştur. Yaşanan bu göç hareketi de asayişsizliğin artması ve iase teminin sağlanması noktasında büyük

<sup>1</sup> Arş. Gör. Kocaeli Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, Eskiçağ Tarihi Ana Bilim Dalı, bahadrikican@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4227-649X

bir sıkıntı yaratmıştır. Dahası salgın kaynaklı ölüm oranlarının oldukça yüksek olması, tarımda ve muhtelif işlerde çalışacak insan bulmayı zorlaştırmış ve bu durum da işgücü fiyatlarında artışa neden olmuştur. Dönemin Bizans İmparatoru Iustinianus da bu fiyat artışlarının önüne geçmek için yasalar çıkarmıştır. Ayrıca insan kaybının fazla olması orduya asker alımında sıkıntı çıkarmış ve imparatorluk “barbar” paralı askerlere yönelmek durumunda kalmıştır. Hemen hemen tüm Akdeniz kentlerini etkisi altına alan veba salgının özellikle Avrupa’nın iç kesimlerine yayılım göstermesi, Orta Çağ Avrupa dünyası açısından oldukça önemli bir unsurdur. Vebaya yakalanmaktan imtina eden insanların dine yönelmesi, kilisenin gücünü arttırmasını sağlamıştır. Ayrıca dış dünyayla bağlantının en aza indirilerek kendi kendine yeten bir ekonomi fikrinin benimsenmesi, feodal düzenin oluşumu noktasında önemli bir etken olmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Veba Salgını, Bizans İmparatorluğu, Geç Antik Çağ, Erken Orta Çağ, Salgınlar Tarihi

## **The Plague of Justinian: Political, Economic and Societal Impacts**

### **ABSTRACT**

In 541 AD, the plague which broke out in Egyptian city of Pelesium which was called as a corn loft of the Byzantine Empire, and directly or indirectly affected through all the coastal cities of Mediterranean. The plague which was felt its effect for nearly two centuries, spread to the inner regions over time and made its presence felt in many parts of Europe. The plague, which initially spread by means of the trade, also spread to various places through missionaries who preached Christianity especially in Britain. The causes of the plague, which emerged in sixth century, were not only biological factors but also a number of climate crises. The volcanic winter, which is thought to have affected the northern hemisphere in 536, was important in the emergence of the plague and the increase in the number of people who lost their lives during the epidemic. According to current research, the climate crisis caused by a volcanic eruption or a comet impact on the earth's surface has created a decline in agricultural production. Most of the farmers who could not get enough goods due to the volcanic winter that lasted for two years, had to migrate to meet their needs. The migration movement not only caused the abandonment of agricultural areas, but also made it difficult for the people of Late Antiquity, who were already unable to achieve adequate and balanced nutrition, to meet their consumption needs. As a matter of fact, this situation caused people's immune system to decrease significantly in the face of the epidemic. In this context, although the 536 climate crisis was not the primary cause of the plague, it was an important element in the spread of the epidemic and the increase in death rates. The plague deeply affected the Byzantine Empire, which was based on permanent settlement. In addition to the plague costing the lives of many people, the fact that healthy people left their homes for the fear of contracting the disease gave rise to the migration movement. This migration has created a great problem in terms of increasing public order and providing food. Moreover, the very high death rates caused by the plague made it difficult to find people to work in agriculture and various jobs, and this caused an increase in labor prices. Justinianus, the Byzantine Emperor of the period, also enacted laws to prevent these price increases. In addition, the high human loss caused difficulties in recruiting soldiers to the army, and the empire had to turn to "barbarian" mercenaries. The fact that the plague, which affected almost all Mediterranean cities, spread especially to the inner parts of Europe is a very important element for the medieval European World. The people who avoided catching the plague turned to religion, which enabled the church to increase its power, and the adoption of the idea of a self-sufficient economy by



minimizing the connection with the outside World was an important factor in the formation of the feodal social order.

**Keywords:** Plague Epidemic, Byzantine Empire, Late Antiquity, Early Middle Ages, History of Epidemics

## GİRİŞ

*Ἐπὸ δὲ τοὺς χρόνους τούτους λοιμὸς γεγονεν, ἐξ οὗ ἅπαντα ὀλίγον ἐδέησε τὰ ἀνθρώπεια ἐξίτηλα εἶναι.<sup>2</sup>*

İster yaratılış mitleri bağlamında yorumlansın isterse de evrim teorisi açısından ele alınsın insan türü, ilk ortaya çıktığı andan itibaren yaşamını sürdürebilmek için birçok sıkıntıyla karşı karşıya kalmıştır. Hiç şüphesiz salgın hastalıklar, tarih boyunca insanlığın mücadele içerisine girdiği en önemli tehditlerden biri olmuştur. Birçok insanın hayatını kaybetmesine sebep olan salgın hastalıklar, asırlar boyunca gerek çevresel gerekse biyolojik etmenler bağlamında insan türünü etkilemeyi başarmıştır. Bu salgınlar içerisinde -özellikle Antik Çağ’da- en yaygın olan hastalıklardan biri vebadır. Henüz MÖ 5. yüzyılın ortalarında, Eski Yunan Uygarlığı içerisinde yayıldığı tahmin edilen vebanın dönemin ünlü devlet adamı Perikles (MÖ 495-429)’in de hayatını kaybetmesine neden olduğu bilinmektedir.<sup>3</sup> Bununla birlikte sonraki yüzyıllarda etkisini göstermeye devam eden veba salgınlarının MS 180’de Filozof İmparator Marcus Aurelius (h. 161-180)’un ve MS 270’te “Got Fatih” olarak anılan Roma İmparatoru Claudius Gothicus (h. 268-270)’un yaşamlarını kaybetmelerinin müsebbibi olduğu düşünülmektedir.<sup>4</sup>

Tarihsel açıdan ilk “pandemi” olarak nitelendirilebilecek salgınlardan biri olan vebanın, dönemin devletleri, ekonomileri ve insanları üzerinde radikal değişikliklere sebep olduğu aşikârdır.<sup>5</sup> Genç-yaşlı, zengin-fakir, yöneten-yönetilen ayırt etmeksizin birçok insanın hayatına mâl olan bu salgınlar kimi araştırmacılara göre bir çağ açıp yeni bir çağ başlatacak kadar derin etkiler yaratmıştır. Bu noktada 541’de Akdeniz dünyasında patlak veren ve dönemin Bizans İmparatoru olan Iustinianus’un ismiyle anılan veba salgını

<sup>2</sup> Procop. *Pers.* II. XXII. 1: “Bu zamanlarda neredeyse tüm insan türünü yok olmanın eşiğine getiren bir veba salgını baş gösterdi.”

<sup>3</sup> Robert J. Littman, “The Plague of Athens: Epidemiology and Paleopathology”, *Mount Sinai Journal of Medicine*, 76, (2009), s. 458. Sparta ve Atina arasında vuku bulan Peloponnesos Savaşları (MÖ 431-404) sırasında patlak veren veba, savaşın gidişatını da derinden etkilemiş ve Atina’nın savaşı kaybetmesinin en büyük müsebbibi olarak da gösterilmiştir. Bilhassa Atina Şehir Devleti üzerinde etkili olan vebanın belirtileri ve etkileri için bkz: Thuc. II. XLVII-LIV.

<sup>4</sup> SHA, *Marc.* XXVIII. 1-5; SHA, *Divus Cladius* XII. 2-3.

<sup>5</sup> Pandemi kelimesinin kökeni Eski Yunancaya dayanmaktadır. Kelime Yunanca “tüm, bütün” anlamlarına gelen “πᾶν” ve “ülke, halk” anlamlarına gelen “δῆμος” kelimesinin bileşiminden oluşmakta ve “πάνδημος” şeklinde “bütün halk için ortak, bütün halkı içine alan” gibi anlamları ifade etmektedir.

gerek ekonomik gerek sosyal gerekse siyasi açıdan birçok sonuç doğurmuştur. Bu makalede ana hedef, “ilk veba salgını” olarak kabul edilen ve dönemin Bizans İmparatoru’nun ismine atfen Iustinianus salgını olarak da anılan 541 veba salgınının başta Bizans İmparatorluğu olmak üzere Akdeniz dünyasında yarattığı ekonomik, sosyal ve siyasi etkilerini ortaya koymaktır. Tüm bunların yanı sıra veba salgını, günümüz araştırmacıları<sup>6</sup> tarafından da araştırma konusu olarak seçilmiştir. Bahsi geçen araştırmacılar, veba salgınına maksimalist ve minimalist olmak üzere farklı bakış açıları bağlamında ele almışlardır. Bu minvalde çalışma içerisinde maksimalist ve minimalist bakış açıları da değerlendirilmiştir.

## **1. IUSTINIANUS VEBASINI KONU EDİLEN DÖNEM KAYNAKLARI**

Altıncı yüzyılın ortalarında Akdeniz dünyasının en önemli kentlerine büyük darbe vuran veba salgını, birçok Antik yazarın üzerinde kalem oynattığı bir konudur. Dönemin en yaygın dilleri arasında yer alan Latince, Yunanca ve Süryanice yazan tarihçilerin eserlerinin incelenmesi, veba salgınının ehemmiyetinin anlaşılması açısından elzemdir.

Veba salgını ile ilgili oldukça değerli bilgiler sunan ve günümüz araştırmacıları tarafından en fazla atıf yapılan Antik yazar Bizanslı tarihçi Procopius (500-565)’tur. Filistin bölgesinin bir kenti olan Caesarea’da doğan ve eserlerini Yunanca kaleme alan Procopius, özellikle Iustinianus döneminin siyasi ve toplumsal olaylarının anlaşılması açısından eşsiz bir kaynaktır. Procopius, Bizans İmparatorluğu’nun “barbar” kavimler ve Sasanilerle yaşadığı muharebeleri konu edindiği *Ἐπερ τῶν Πολέμων Λόγοι (Savaşlar Üzerine Sözler)* eseri yanında Iustinianus döneminin mimari yapılarını incelediği *Περὶ Κτισμάτων (Yapılar Hakkında)* ve Bizans saray hayatının bilinmeyen yüzünü anlattığı *Ἀπόκρυφη Ἱστορία (Gizli Tarih)* eserlerini kaleme almıştır. Oldukça üretici bir yazar olan Procopius, yaşadığı dönem içerisinde ortaya çıkan veba salgınına da değinmiştir. Nitekim salgının 541’de

---

<sup>6</sup> Lester K. Little, Dionysios Stathakopoulos ve diğer araştırmacılar maksimalist cephede yer alırken Chris Wickham, Lee Mordechaia ve diğer araştırmacılar ise minimalist bakış açısını bağlamında konuya yaklaşmışlardır.

Mısır'ın Pelusium kentinde ortaya çıktığını ilk bildiren yazarlardan biri Procopius'tur.<sup>7</sup>

Salgın hakkında nicel verilere değindiği de görülen Procopius'a göre salgın dört ayda Constantinopolis'e ulaşmıştır. Başlangıçta normalin biraz üzerinde olan ölü sayısı, zamanla artış göstererek günde beş bin ölüye kadar çıkmış, bu sayı günbegün artmaya devam etmiştir.<sup>8</sup> Procopius'un verdiği ölü sayısı sorgulanması gereken bir veri olsa da durumun ciddiyetini göstermesi bakımından oldukça önemlidir. Bu bağlamda modern araştırmalar, vebanın Constantinopolis'te ilk etkili olduğu 542 yılı boyunca şehirde yaşayan insanların yaklaşık %20'sinin ölümüne neden olduğunu ortaya koymaktadır.<sup>9</sup> Nitekim ölü sayısının çoğalması ve hastalığa yakalanmaktan korkan insanların ölümlere yaklaşmaktan imtina etmeleri sonucu Constantinopolis'te ceset yığınları oluşmuştur. Bu duruma bir önlem almak isteyen İmparator Iustinianus tarafından θεόδωρος (Theodoros) isimli bir memur ölülerin gömülmesi ve kentte asayişin sağlanması amacıyla görevlendirilmiştir.<sup>10</sup> Ayrıca Procopius, İmparator Iustinianus'un da vebaya yakalandığını ve onun ölüm haberinin imparatorluğun dört bir yanına yayılmış olmasına rağmen imparatorun çok geçmeden hastalıktan kurtulduğunu *Gizli Tarih* eserinde dile getirmiştir.<sup>11</sup>

Süryanice yazan Antik yazarlar, veba salgını hakkında önemli bilgiler veren bir diğer kaynak grubunu oluşturmaktadır.<sup>12</sup> Bu yazarlar arasındaki en önemli isimlerden biri 6. yüzyılda yaşamış olan Evagrius Scholasticus (536-594)'tur. Ἐκκλησιαστικὴ Ἱστορία (*Kilise Tarihi*) adıyla yazdığı eserini

<sup>7</sup> Procop. *Pers.* II. XXII. 1-7.

<sup>8</sup> Procop. *Pers.* II. XXIII. 1-3: Ἡ μὲν οὖν νόσος ἐν Βυζαντίῳ ἐς τέσσαρας διῆλθε μένας, ἤκμασε δὲ ἐν τρισὶ μάλιστα. Καὶ κατ' ἀρχὰς μὲν ἔθνησκον τῶν εἰωθότων ὀλίγη πλείους, εἶτα ἔτι μάλλον τὸ κακὸν ἤρετο, μετὰ δὲ ἐς πεντακισχιλίους ἡμέρας ἐκάστη ἐξικνεῖτο τὸ τῶν νεκρῶν μέτρον, καὶ αὖ πάλιν ἐς μυρίους τε καὶ τοῦτων ἔτι πλείους ἦλθε.

<sup>9</sup> Dionysios Stathakopoulos, "Plague, Justinianic (Early Medieval Pandemic)", *The Oxford Dictionary of Late Antiquity*, ed. Oliver Nicholson, Oxford University Press, 2018, s. 1201.

<sup>10</sup> Procop. *Pers.* II. XXIII. 4-10.

<sup>11</sup> Procop. *Arc.* IV.

<sup>12</sup> Süryani kaynakları çok çeşitli olup salgının başlangıcı ve Akdeniz dünyasına ulaşması konusunda muhtelif tarihler vermektedir. Süryani kaynaklarının Iustinianus Vebasına yaklaşımı için bkz: Michael G. Morony, "'For Whom Does the Writer Write?': The First Bubonic Plague Pandemic According to Syriac Sources", *Plague and The End of Antiquity*, ed. Lester K. Little, Cambridge University Press, 2007, ss. 59-86.

Süryanice kaleme alan yazarın kendisinin de hastalığa yakalandığı bilinmektedir. Bu hastalıktan kurtulmasına rağmen Evagrius, karısını, çocuğunu ve kölelerini salgına kurban vermiştir. Bu bağlamda hastalığı birebir yaşamış biri olarak önemli bilgiler aktaran Evagrius, hastalığa yakalananların bir kısmında şiddetli ateşin, bir kısmında ise hıyarcıkların oluştuğunu bildirerek bazı insanların hastalıktan kurtulmalarına rağmen vebaya yakalananların büyük çoğunluğunun iki-üç gün içerisinde öldüğünü söylemiştir.<sup>13</sup> Salgının menşei hakkında da bilgi veren Evagrius, hastalığın Etiyopya bölgesinden türediğini iddia etmiştir.<sup>14</sup> Süryani literatürü için oldukça önemli olan ve 12. yüzyıl içerisinde Süryani kilisesinin patriarlığına yapmış olan Süryani Michael de 541’de patlak veren veba salgınının pek çok insanın ölümüne sebep olduğunu ve bilhassa alt sınıftan insanların salgın sırasında yaşamını yitirdiğini yazmıştır. Ayrıca Michael, Constantinopolis’te üç yüz binden fazla kişinin salgın sırasında hayatını kaybettiğini bildirmiştir.<sup>15</sup>

*Historia Francorum* (Frankların Tarihi) adıyla Latince olarak kaleme aldığı eserinde veba hakkında önemli bilgiler veren bir diğer isim Tourslu Gregorius (538-594)’tur. Eserinin büyük bölümünde Frankların bir kabile yönetiminden devletleşmeye evrilen tarihi serüvenini işleyen yazar, Gallia (Fransa) toprakları içerisinde yer alan belli başlı kentlerin gelişimini toplumsal ve siyasal açıdan incelemiştir. Bu noktada Gallia kentlerini epey derinden etkileyen veba salgını da Gregorius’un görüş açısına girmiştir. Marsilya’ya İspanya’dan gelen bir ticaret gemisiyle vebanın bölgeye ulaştığını bildiren Gregorius,<sup>16</sup> eserinin muhtelif yerlerinde salgında birçok din adamının ve devlet yöneticisinin hayatını kaybettiğini belirtmiştir. Bunun yanında vebadan korunmak isteyen birçok insanın evlerini boşaltarak başka bölgelere göç ettiğini de ifade etmiştir.

Bir Germen kavmi olan Longobardların tarihini yazmış olan 8. yüzyıl yazarlarından Paulus Diaconus (Diyakoz Paul) (720-800), veba hakkında

<sup>13</sup> Evagrius, *Hist. eccl.* IV.

<sup>14</sup> Evagrius, *Hist. eccl.* IV. 29. Antik Çağ’da veba salgınlarının menşei Etiyopya’ya dayandırılmak alışlageldik bir durumdur. Nitekim Thukydides de MÖ 5. yüzyılda ortaya çıkan veba salgını Etiyopya kökenli olduğunu dile getirmiştir: Thuc. II. XLVIII: “ἤρξατο δὲ τὸ μὲν πρῶτον, ὅς λεγεται, ἐξ Αἰθιοπίας τῆς ὑπὲρ Αἰγύπτου ...”

<sup>15</sup> Michael the Syrian, *Chron.* 100.

<sup>16</sup> Gregory of Tours, *Hist.* IX. 22: “Nam superius diximus, Massiliensis urbis contagio pessimo aegrota quanta sustenuerit, altius replecare placuit.”

önemli bilgiler kaleme alan bir diğer Antik yazardır. Paulus'a göre Constantinopolis içerisinde vebadan üç yüz bin kişi hayatını kaybetmiştir.<sup>17</sup> Bunun yanında vebadan dolayı her yerde kederin ve gözyaşının olduğunu söyleyen Paulus, hastalıktan kurtulmak isteyen insanların evlerini ve yaşadıkları yerleri terk ettiğinden bahsetmiş ve evlerde sadece köpeklerin kaldığını bildirmiştir.<sup>18</sup> Paulus'un en dikkat çekici anlatımlarından biri de insanların hastalığa yakalanmamak için terk ettikleri şehirlerde yaşananlar üzerine yazdığı pasajda yer almaktadır. Buna göre Ticinum kentindeki insanlar evlerini terk ederek dağlara kaçmış ve zamanla bu kentin sokaklarında otlar bitmeye başlamıştır.<sup>19</sup>

Bizans'ı ve Avrupa'yı kasıp kavuran veba salgını, Afrika bölgesini de derinden etkilemiştir. Latin şair Corippus'un yazdıklarına göre salgın, Bizans ve Berberi kabileler arasında vuku bulan bir savaş sırasında Afrika'da kendini göstermiştir. Salgın, bölgede sosyal kargaşa yaratmış ve hayatta kalan insanlar arasında vebadan ölen insanların mallarına ve eşlerine el koyma noktasında adeta bir yarış başlatmıştır.<sup>20</sup>

## **2. IUSTINIANUS VEBASININ ORTAYA ÇIKIŞI VE YAYILIŞI**

Hem dönem kaynakları hem de günümüz araştırmacıları tarafından Iustinianus salgının bir veba salgını olarak nitelendirildiği görülse de bilimsel olarak salgının vebaya neden olan "Yersinia Pestis" bakterisi sebebiyle ortaya çıktığı henüz kanıtlanamamıştır. Bilimsel açıdan bu bakteri sebebiyle ortaya çıktığı ispatlanan ilk salgın 19. yüzyılda patlak veren veba salgınıdır. Bu tarihten önceki Yersinia Pestis ile salgınların ilişkilendirilmesi ise bir varsayımdan öteye gidememektedir.<sup>21</sup> Bunun yanında yukarıda anılan Antik yazarların kaleme aldıkları metinler ışığında hastalığın belirtileri çerçevesinde salgının veba olarak nitelendirilmesi alışlageldik bir çıkarım olmuştur. Prokopius'tan hareketle 541'de Mısır'ın bir sahil kenti olan Pelusium'da

<sup>17</sup> Dea. Paul, *Historia Langobardorum*, VI. XLVII: "Intra Constantinopolim vero trecenta milia hominum pestilentia interierunt."

<sup>18</sup> Dea. Paul, *Historia Langobardorum*, II. IV: "... solis catulis domum servantibus."

<sup>19</sup> Dea. Paul, *Historia Langobardorum*, VI. V: "Pari etiam modo haec pestilentia Ticinum quoque depopulata est, ita ut, cunctis civibus per iuga montium seu per diversa loca fugientibus, in foro et per plateas civitatis herbae et fructecta nascerentur."

<sup>20</sup> Corippus, *Iohannidos*, 3.343–89.

<sup>21</sup> Ingrid Wiechmann "Plague-An Introduction", *RCC Perspectives*, No. 3, *Sickness, Hunger, War, and Religion: Multidisciplinary Perspectives*, (2012), s. 66.

ortaya çıktığı kabul edilen Iustunianus vebasının kökeniyle ilgili çeşitli tartışmalar bulunmaktadır. Bazı araştırmacılara göre salgın, Pelusium'dan Constantinopolis'e bir ticaret filosuyla gelmişse de hastalığın kökeni çok daha uzaklarda aranmalıdır. Bu teori çerçevesinde hastalığın kaynağı Orta Asya'dır. Vebanın Çin, Moğolistan ya da Rusya'nın doğu bölümlerinde ortaya çıkmış olabileceğini savunan bilim insanları, salgının özellikle İpek Yolu üzerindeki ticaret vasıtasıyla batı bölgelere yayıldığına dair bir iddia ortaya atmışlardır.<sup>22</sup>

Salgınla ilgili olarak ortaya atılan en dikkat çekici teorilerden biri de salgından beş yıl önce yaşandığı iddia edilen doğal afetlerle ilgilidir. Bu noktada 536 tarihi, bir dönüm noktası teşkil etmektedir. Önceki yıllara göre soğuk geçen 536 yılı içerisinde güneş parlaklığını kaybederek tüm yıl boyunca tıpkı bir ay gibi solgun ve verimsiz bir şekilde parlamıştır.<sup>23</sup> Nitekim günümüzde yapılan dendrokronolojik araştırmalar, bu yıl içerisinde dünya genelinde bir soğumanın yaşandığını doğrulamaktadır. Bu verileri kullanan bazı bilim insanları 536'da dünya genelinde 3°C'lik bir soğumanın yaşandığını ve bu soğumanın son iki bin yılın en soğuk dönemlerine tekabül ettiğini savunmaktadır.<sup>24</sup>

Geç Antik Çağ'da kaleme alınan pek çok kaynak, 536'da yaşanan doğal afet üzerine bilgiler içermektedir. Bu bağlamda Süryani kronikleri ya da Mytileneli Zacharias'ın kronikleri olarak bilinen yazılar içerisinde 536 yılı boyunca gerçekleşen güneş solgunluğu sırasında gündüzlerin güneşin, geceleri ise ayın karardığı belirtilmiştir.<sup>25</sup>

Geç Antik Çağ kaynakları arasında yer alan Lydialı Ioannes, güneş solukluğunu ele alan başka bir kaynaktır. Kaleme aldığı *Liber De Ostentis*

<sup>22</sup> Ole Jørgen Benedictow, "The Origin and Early Spread of Yersinia pestis and of Epidemic Plague: Palaeobiological and Historical Viewpoints", *RCC Perspectives*, No. 3, *Sickness, Hunger, War, and Religion: Multidisciplinary Perspectives*, (2012), s. 67.

<sup>23</sup> Procop. *Vand.* IV. 14. 5-6; Cassiod. *Var.* XII. 12. 2-3.

<sup>24</sup> Emma Rigby, Melissa Symonds, Derek Ward-Thompson, "A comet impact in AD 536?", *Astronomy & Geophysics*, Vol 45, (2004), s. 1.23.

<sup>25</sup> *Syriac Chronicle (Zacharias of Mytilene)*, IX. XIX: Bu kronikler içerisinde anlatılan doğal olaylarının Kutsal Kitap içerisinde -bilhassa Luka İncili- İsa'nın ikinci gelişi bağlamında ele alınan pasajlardan etkilenilerek oluşturulduğu düşünülmektedir: Luka, 21. 25: "Καὶ ἔσονται σημεῖα ἐν ἡλίῳ καὶ σελήνῃ καὶ ἀστροῖς, καὶ ἐπὶ τῆς γῆς συνοχὴ ἔθνων ἐν ἀπορίᾳ ἥχους θαλάσσης καὶ σάλου,"; Antti Arjava, "The Mystery Cloud of 536 CE in the Mediterranean Sources", *Dumbarton Oaks Papers*, Vol. 59, (2005), s. 79.

(Kehanetler Üzerine) adlı eserde volkanik kışın Avrupa ile sınırlı olduğunu dile getirmiştir.<sup>26</sup> Ancak bir diğer Geç Antik Çağ yazarı olan Marcellinus Comes ise volkanik kışın etkisiyle oluşan kuraklığın sadece Akdeniz bölgesini değil, pek çok bölgeyi de etkisi altına aldığını söylemiştir. Comes'e göre Perslerin hâkimiyetinde olan bölgeler de volkanik kışın getirdiği şiddetli kuraklıktan fazlasıyla etkilenmiştir.<sup>27</sup>

Altıncı yüzyılın ilk yarısında gerçekleşen volkanik kış olayına modern araştırmacılar farklı perspektiflerle yaklaşmışlardır. Bu bağlamda 536'da yaşanan volkanik kış olayının iki nedeni olabileceği düşünülmektedir: volkan patlaması veya bir kuyruklu yıldızın dünyaya çarpmış olması.<sup>28</sup> Günümüzde yapılan çalışmalar, bir volkan patlaması sırasında ortaya saçılan kül bulutlarının aylarca, hatta yıllarca gökyüzünü kaplayabildiğini ve bu bulutların sadece volkanın patladığı bölgeyle sınırlı kalmayıp çok geniş bir alana yayılabildiğini göstermiştir.<sup>29</sup> Bu durumun en spesifik örneklerinden birini Endonezya'da patlayan Tambora Yanardağı oluşturmaktadır. 1815'te patlayan yanardağ, sadece Endonezya'da değil, hemen hemen tüm dünya ölçeğinde etkisini hissettirmiştir. Nitekim yanardağın püskürttüğü küller, bir süre sonra Avrupa ve Amerika kıtalarına da ulaşmış, hatta bu patlamanın etkisiyle oluşan kül tabakasının güneş ışınlarının dünyaya gelişini engellemesi sonucu 1816 yazı oldukça soğuk geçmiş ve bu dönem "yazsız bir yıl" olarak tanımlanmıştır. Yeryüzünün yeterli güneş ışığı alamaması ve yeterince ısınmaması nedeniyle verimli ürün elde edilememiş ve bu durum da açlığa ve kıtlığa neden olmuştur.<sup>30</sup> Şayet 1816'da yaşanan durumun bir benzeri 536'da da yaşandıysa 541'de patlak veren veba salgınının yayılımında büyük bir etki yaratmış olması muhtemeldir. Çünkü volkanik kış nedeniyle yeterli tarım yapılamamış, bu durum da zaten beslenme konusunda oldukça eksik kalan Geç Antik Çağ insanının veba karşısındaki en büyük silahı olan bağışıklığın düşmesine neden olmuştur. Bunun yanında yeterli ürün elde edemeyen çiftçiler, ihtiyaç duydukları iâşe ihtiyaçlarını karşılamak ve para

<sup>26</sup> Ioannes Lydus, *Liber De Ostentis*, 9c. 20.

<sup>27</sup> Marcellinus Comes, *Chron.* XIV. 11: "Ipsa namque ob nimiam sicitatem pastura in Persida ..."

<sup>28</sup> Collin Barras, "The Year of Darkness", *New Scientist*, (2014), Vol 221, Iss 2952, s. 38.

<sup>29</sup> Michael R. Rampino-Stephen Self-Richard B. Stothers, "Volcanic Winters", *Annual Review of Earth and Planetary Sciences*, Vol 16, (1988), s. 76.

<sup>30</sup> Rampino-Self-Stothers, a.g.m. s. 83.



kazanmak için tarım arazilerini bırakarak göç etmek durumunda kalmışlardır.<sup>31</sup> Bu insanların göç etmesiyle de veba salgının muhtelif bölgelere yayılımı kolaylaşmıştır.

Dünya genelinde yaşanan soğumaya büyük bir volkan patlamasının neden olduğunu düşünen araştırmacılara göre 536'nın Mart ayında Papua Yeni Gine'deki Rabaul bölgesinde büyük bir volkan patlaması meydana gelmiştir. Akdeniz dünyasından oldukça uzakta olan bir bölgede yaşanan bu volkanik patlama sırasında ortaya çıkan kül bulutları zamanla tüm Akdeniz'e ulaşmış ve bu sis bulutu, on iki ay (bazı bölgelerde on sekiz ay) boyunca bölgede varlığını hissetmiştir.<sup>32</sup> Bu patlamanın güneşin ve ayın normalden on kat daha az parlak görünmesine neden olduğu tahmin edilmektedir.<sup>33</sup>

536'da gerçekleşen doğal afete bir kuyruklu yıldız çarpmasının neden olduğunu düşünen bilim insanlarının belirttiğine göre bu yıl içerisinde dünya genelinde geniş çaplı yangınlar yaşanmıştır. Dünya genelini etkileyecek boyuta erişen bu yangınlar, bir iklim krizi yaratmıştır. Bu teori bağlamında büyük yangınların ortaya çıkışının bir volkan patlamasıyla değil, ancak bir kuyruklu yıldız çarpmasıyla mümkün olabileceği ileri sürülmektedir. Bu bağlamda kuyruklu yıldızın düşmüş olabileceği en uygun yerin de Kuzey Avrupa olduğu düşünülmüştür.<sup>34</sup>

536'da yaşanan ister bir gök olayı isterse bir volkanik patlama olsun, çiftçileri ve hayvancılıkla geçimini sağlayan kesimleri oldukça olumsuz etkilemiştir. Bu yıl içerisinde yaşanan bir kuraklık, sadece Akdeniz coğrafyasını değil, Britanya Adası'nı da etkileyecek düzeyde bir felaket yaratmıştır. Nitekim İrlanda'da 536-537 yıllarında bir kıtlığın yaşandığı, İrlanda yıllıklarına kaydedilmiştir.<sup>35</sup>

<sup>31</sup> Mustafa Sayar, "Migration as Result of Natural Disasters in the Eastern Mediterranean World in Antiquity", *Migration in Antiquity Conference Centre Monte Veritas, Ascona / Switzerland* 26 April-01 May 2020, Abstract Book (2022), s.14: [https://www.academia.edu/40914160/On\\_the\\_Move\\_Migration\\_in\\_Antiquity\\_10\\_15th\\_April\\_2022\\_](https://www.academia.edu/40914160/On_the_Move_Migration_in_Antiquity_10_15th_April_2022_) (30.10.2023)

<sup>32</sup> R. B. Stothers, "Myster Cloud of AD 536", *Nature*, Vol 307, (1984), s. 344.

<sup>33</sup> Rampino-Self-Stothers, a.g.m., s. 87.

<sup>34</sup> Emma Rigby-Melissa Symonds-Derek Ward-Thompson, "A comet impact in AD 536?", *Astronomy & Geophysics*, Vol 45, (2004), 1.25.

<sup>35</sup> The Annals of Ulster: 536; Annals of Inisfallen: 537.

Prokopius'un anlattığı üzere 541'de Pelusium'da ortaya çıkan veba, 542'de Bizans'ın başkenti Constantinopolis'e ulaşmıştır. Şehre ulaştığı ilk dönemde yaklaşık dört ay oldukça şiddetli bir etki gösteren veba salgını birçok insanın ölümüne neden olmuştur. Bu noktada artan ölümlerin gömülememesi nedeniyle ortaya çıkan ceset yığınları ve kötü koku kenti yaşanmaz hale getirmiştir. Şehirdeki sıkıntıyı gidermek amacıyla hareket eden Iustinianus da Galata bölgesinde büyük bir mezar çukuru kazdırarak ölümlerin buraya gömülmesi talimatını vermiştir.<sup>36</sup>

İlk ortaya çıktığı dönemden itibaren yayılım alanını oldukça hızlı bir şekilde genişleten veba salgını, yaklaşık iki yüzyıl boyunca Akdeniz şehirlerini vurmuştur. Bu süre zarfında on sekiz veba dalgasının yaşandığı tahmin edilmektedir.<sup>37</sup> Başlangıçta fareler üzerinde yaşayan pirelerin ısırıkları aracılığıyla insanlara bulaşan veba, sonraki süreçte hastalığa yakalanan insandan sağlıklı insana da bulaşmaya başlamıştır. Antik kaynaklar çerçevesinde vebanın genel belirtileri koltukaltı, kulak arkası ve kasıkta hıyarcık denilen kırmızı renkli şişkinliklerin ve gözlerde kızarıklıkların belirmesi, kusma, ishal ve ateş şeklinde olmuştur.<sup>38</sup> Vebaya yakalanan hastanın vücudundaki kızarıklıklar siyaha dönmeye başladığı zaman ölümün yakın olduğu anlaşılmış, kişinin hastalığa yakalandıktan sonraki iki-üç gün içerisinde de kan zehirlenmesinden öldüğü düşünülmüştür. Bu nedenle veba zaman zaman "kara ölüm" olarak da anılmıştır.<sup>39</sup> Bazı güncel araştırmalar hastalığa yakalananların ölüm oranının %68,6 ilâ %78 arasında olduğunu iddia etmektedir.<sup>40</sup>

Akdeniz çevresinde yapılan ticari faaliyetler vebanın yayılması açısından oldukça önemli bir etkidir. Bilhassa bir farenin doğduğu yerden

<sup>36</sup> Gabriel-Viorel Gardan, "The Justinianic Plague: The Effects of a Pandemic in Late Antiquity and the Early Middle Ages", *Romanian Journal of Artistic Creativity*, Vol 8, Iss 4, (2020), s. 13.

<sup>37</sup> Dionysios Stathakopoulos, "Crime and Punishment The Plague in the Byzantine Empire, 541-749", *Plague and The End of Antiquity The Pandemic of 541-750*, ed. Lester K. Little, Cambridge University Press, 2007, s. 105.

<sup>38</sup> Evagrius, *Hist. eccl.* IV. 29.

<sup>39</sup> "Kara ölüm" tabiri ilk olarak 14. yüzyılda ortaya çıkan veba salgını için kullanılmış olsa da tarih boyunca gerçekleşen veba salgınlarını "kara ölüm" olarak adlandırmak bir gelenek haline almıştır:

<https://www.etymonline.com/search?q=black%20death> (22.09.2023).

<sup>40</sup> Gardan, a.g.m. s. 9.

iki yüz metreden fazla uzaklaşmadığı tezi<sup>41</sup> göz önünde bulundurulursa gemiler içerisinde yaşayan fareler aracılığıyla hastalığın Akdeniz limanlarına yayıldığı tahmin edilebilir. Vebanın deniz ticareti vasıtasıyla yayıldığı kabul edildiğinde iç kesimlerde görülmemesi ya da bu bölgelere çok geç ulaşması gerekmektedir. Gerek arkeolojik veriler gerekse antik kaynaklar vebanın iç bölgelere de sirayet ettiğini göstermektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri salgının çok uzun bir süre etkisini koruması ve bazı yıllarda tekrar etmesidir. Nitekim salgının on sekiz dalga şeklinde iki yüzyıla yakın bir dönem etkisini muhtelif yerlerde hissettirdiği bilinmektedir. Bu bağlamda veba salgınından etkilenen bölgelerden biri de Britanya olmuştur. 6. yüzyılda Britanya ve Batı Avrupa arasındaki ticari faaliyetlerin kısıtlı olması, bölgede veba salgınının yayılımı için başka bir etkenin öne çıktığını düşünmeyi gerektirmektedir. Bu dönem içerisinde şehir hayatının gelişmediği ve pagan toplulukların mukim olduğu Britanya Adası'na Hıristiyan keşişlerin yoğun bir şekilde misyonerlik faaliyetleri düzenledikleri bilinmektedir. Ada genelindeki bu misyonerlik faaliyetlerinin vebanın bölgede yayılmasının en önemli nedenlerinden biri olduğu tahmin edilmektedir.<sup>42</sup> 7. yüzyılda Britanya'ya varan veba salgınının bölgedeki etkisi, Tarihçi Bede (672/3-735) tarafından kaleme alınan *Historia Ecclesiastica Gentis Anglorum* (Anglosakson Irklarının Kilise Tarihi) adlı yapıtta ortaya konulmaktadır. Bilhassa manastır hareketi ve misyonerlik üzerine çeşitli bilgiler veren Bede, eserinin muhtelif yerlerinde vebadan ölen din adamlarının isimlerini de zikretmiştir.<sup>43</sup> Bu bağlamda Avrupa'nın çeşitli yerlerinden Britanya'ya giden din adamları bölgede Hıristiyanlığı yaymakla kalmamış, vebaya sebep olan virüslerin de muhtelif bölgelere yayılımında başrol oynamışlardır.

Veba salgınına Geç Antik Çağ'ın sıradan insanların genel bakışı, tanrının gazabı şeklinde olmuştur. Her ne kadar Hippocrates (MÖ 460-370) zamanından itibaren hastalıkların nedeni hakkında akılcı bir yorum ortaya

<sup>41</sup> William Rosen, *Justinian's Flea Plague, Empire and The Birth of Europe*, Penguin Book, 2007, s. 186.

<sup>42</sup> Craig A. Molgaard-Amanda L. Golbeck-Kerry E. Ryan, "Justinian's Plague, Hagiography and Monasticism", *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, Vol 6, Iss 10, (2012), s. 75.

<sup>43</sup> Eseri içerisinde pek çok veba salgınından bahseden Bede'nin salgın hakkında verdiği en spesifik anlatı 664'te aniden ortaya çıkan salgındır. Veba salgınının yaklaşık iki yüzyıl kadar sürdüğü düşünüldüğünde Bede'nin anlattığı salgının Iustinianus salgınının bir devamı niteliğinde olduğu düşünülebilir: Bede, *Hist. eccl.* III. XXVII.

konulmaya çalışılsa da bu yöntem Geç Antik Çağ topluluklarının geneli tarafından benimsenmemiştir. Bu bağlamda toplumun ve bireylerin içerisindeki kötü arzuların tanrıyı rahatsız etmesi sebebiyle vebanın ilahi bir ceza olarak gönderildiği düşüncesi Geç Antik Çağ toplulukları arasında benimsenen ortak bir görüş olmuştur. Bununla birlikte salgına eskatolojik yorum getirenler de mevcuttur. Kitab-ı Mukaddes üzerine yapılan yorumlamalar çerçevesinde Hristiyan inancına göre İsa'nın yeryüzüne geri dönüş tarihinin yaklaştığı dönemde salgın hastalıklar, kıtlık ve deprem gibi doğal afetler yaşanması muhtemeldir. Bilhassa Sinoptik İnciller<sup>44</sup> baz alınarak yapılan yorumlar bağlamında 492 ilâ 508 arasındaki dönem, dünyanın yaratılışından itibaren altıncı bin yıla denk düşmektedir. Dolayısıyla 6. yüzyılın ortalarında patlak veren bir veba salgının da bu yorumlamalar bağlamında kıyametin yaklaştığının bir göstergesi olarak değerlendirilmesi anlaşılabilir bir durumdur.<sup>45</sup>

### **3. IUSTINIANUS SALGININA MODERN YAKLAŞIMLAR**

Iustinanus salgını, ilk patlak verdiği dönemin üzerinden yaklaşık bin beş yüz yıl geçmesine rağmen günümüz araştırmacıları tarafından hâlâ rağbet gören bir araştırma konusudur. Ancak günümüz tarihçileri arasında salgın konusunda birtakım ihtilaflar bulunmaktadır. Bu bağlamda modern araştırmalar dikkate alındığında salgına iki tür yaklaşımın olduğu görülmektedir: maximalist yaklaşım ve minimalist yaklaşım.

Minimalist bakış açısına sahip araştırmacılarından biri olan Chris Wickham'a göre veba salgınının imparatorluğun doğu kısımlarındaki arkeolojik kazılarda ispatlanması zordur. Bununla birlikte daha çok Kuzey Afrika'da ve Mısır'da rastlanılan papirüs tomarlarında da vebadan çok az bahsedilmektedir. Bu çerçevede yapılan bir araştırmaya göre 520 ilâ 570 arasında ele geçirilen beş yüz beş papirüste toplu göç ya da ölüme dair

<sup>44</sup> Sinoptik kelimesi, "birlikte, hep birlikte, aynı zamanda" anlamlarına gelen "σύν" ve "görmeye ilgili, görmeye ait, optik" anlamlarına haiz "ὀπτικός" kelimelerinin birleşimi olan ve "toplu bakış" anlamına gelen "σύνοπτις" kelimesine dayanmaktadır. Hristiyan literatürde ise konu, içerik ve kelime kullanımları bakımından pek çok benzerliğe sahip olan Matta, Markos ve Luka incillerini tanımlamak amacıyla kullanılan bir tabirdir: Daniel Patte, "Synoptic Gospels", *The Cambridge Dictionary of Christianity*, ed. Daniel Patte, Cambridge University Press, 2010, s. 1203.

<sup>45</sup> Stathakopoulos, "Crime and Punishment The Plague in the Byzantine Empire, 541–749", s. 109.

herhangi bir atıf bulunmamaktadır.<sup>46</sup> Buna rağmen Wickham, imparatorluğun batı bölümlerinde nüfusun kayda değer biçimde azaldığını kabul ederek bu düşüşte vebanın payının olduğu kadar savaşların da etkisinin olduğunu söylemektedir.<sup>47</sup> Yazar, Avrupa'nın bazı yerlerinde nüfus oranının %50'ye varan düşüşler yaşadığını kabul etse de bu düşüşü bir çöküş olarak değil, bir azalma olarak yorumlamaktadır.<sup>48</sup> Vebanın Bizans'ın gerileyişinde ve Arapların ilerleyişinde etkisinin olmadığını iddia eden minimalist yazarlar, Antik kaynaklarda geçen göç etme olgusunun doğru olmadığını ve veba kaynaklı ölümlere atfedilen toplu mezarların bazı kültürel gelenekler bağlamında ortaya çıkmış olabileceğini söyleyerek tarımsal üretimin devam ettiği tezini ileri sürmektedirler.<sup>49</sup> Minimalist bakış açısı, vebanın öldürücü etkisini kabul etmekle birlikte bu etkinin abartıldığını, salgının belirli bir bölgede ve kısa süreli bir şekilde etkisini gösterdiğini savunmaktadır.<sup>50</sup>

Veba salgınına maximalist açıdan yaklaşan yazarlar ise salgının Antik Çağ'ı bitecek kadar şiddetli olduğunda hemfikirler. Bu teori çerçevesinde özellikle Bizans İmparatorluğu'nun vebadan etkilendiğine vurgu yapılarak imparatorluk ordusuna dâhil edilecek asker dahi bulunamadığı ve "barbar" kabilelerin paralı askerler olarak görevlendirildiği üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda veba sebebiyle insanların yaşamlarını yitirmesi ve sağ kalanların ise yaşadıkları yerleri terk etmeleri, imparatorluk içerisindeki en büyük gelir kalemi olan vergi girdilerini azaltmıştır. Bu azalma da paralı askerlerin ücretlerinin ödenmesinde sıkıntılar yaşanmasına, dolayısıyla da askeri isyanların çıkmasına neden olmuştur.<sup>51</sup> Bunun yanında antik kaynakların anlattığı göç olgusunu da değerlendiren maximalist yazarlar, hastalığa

<sup>46</sup> Lee Mordechaia, Merle Eisenberg, Timothy P. Newfield, Adam Izdebski, Janet E. Kay, Hendrik Poinar, "The Justinianic Plague: An Inconsequential Pandemic?" *PNAS*, October 7, (2019), s. 25548.

<sup>47</sup> Chris Wickham, *Framing the Early Middle Ages Europe and the Mediterranean 400–800*, Oxford University Press, 2005, s. 548.

<sup>48</sup> Wickham, a.g.e. s. 508.

<sup>49</sup> Bruce Power, "A Sixth Century Plague Wasn't So Dire", *Humans & Society*, [https://www.sciencenewsdigital.org/sciencenews/january\\_18\\_\\_2020/MobilePagedArticle.action?articleId=1552089#articleId1552089](https://www.sciencenewsdigital.org/sciencenews/january_18__2020/MobilePagedArticle.action?articleId=1552089#articleId1552089) (15.10.2020).

<sup>50</sup> Lee Mordechai, Merle Eisenberg "Rejecting Catastrophe: The Case of the Justinianic Plague" *Past & Present*, Vol 244, Iss 1, (2019), s. 48.

<sup>51</sup> Lester K. Little, "Life and Afterlife of the First Plague Pandemic", *Plague and The End of Antiquity The Pandemic of 541-750*, ed. Lester K. Little, Cambridge University Press, 2007, s. 24.

yakalanmaktan korkan insanların evlerini terk ettiklerini ve bu toplu göçlerin de tarımsal üretimde fazlasıyla azalmalara neden olduğunu düşünmektedirler.

#### **4. IUSTINIANUS SALGININ SİYASİ, EKONOMİK VE SOSYAL SONUÇLARI**

On sekiz dalga şeklinde yaklaşık iki yüzyıl boyunca süren veba salgını siyasi, ekonomik ve sosyal anlamda birçok etki yaratmıştır. Antik kaynaklardan hareketle salgının yoğun bir göç hareketine neden olduğu görülmektedir. Özellikle Bizans İmparatorluğu gibi yerleşik yapıya sahip devletler için göç olgusu her zaman sıkıntı yaratan bir durum olmuş, yaşanan bu toplu insan hareketleri, imparatorluk içerisinde bir güç boşluğu yaratmıştır. Doğuda Sasani, batıda ise Germen kabilelerinin tehdidi altında bulunan Roma İmparatorluğunun batı yakası fiili olarak zaten veba salgını öncesinde çökmüştür. İmparatorluğun doğu kısmı ise oluşturduğu güçlü yapısıyla hayatını devam ettirmeyi başarmıştır. Ancak Bizans İmparatorluğu da yoğun nüfus kaybı sebebiyle orduya asker tedarikinde sıkıntı yaşamış ve barbar paralı askerlere yönelmek zorunda kalmıştır. Bizans'ı fazlasıyla etkileyen veba salgını, İtalya'nın Lombardlar tarafından işgalini kolaylaştırmış<sup>52</sup> ve Arapların Suriye bölgesini ele geçirmelerinin önünü açmıştır.<sup>53</sup>

Gerek maximalist gerekse minimalist yaklaşım açısından salgın öncesi ve sonrası nüfus popülasyonları kıyaslandığında vebanın önemli oranda can kaybına neden olduğu aşikârdır. Bu noktada genel olarak veba ölüm oranı salgının başlarında %25 olarak kabul edilirken 7. yüzyıl itibariyle bu oranın %60'lara çıktığı tahmin edilmektedir.<sup>54</sup> Genel anlamda birçok araştırmacının kabul ettiği ortalama ölüm oranı ise %33 ilâ %40 arasındadır.<sup>55</sup> Güncel araştırmalar, vebaya yakalanan insanların kurtulma oranının çok düşük olduğunu göstermektedir. Buna göre hastalığa yakalanan insanların yaklaşık dörtte üçü yaşamını yitirmiştir.<sup>56</sup> Bu noktada vebanın genel nüfus göz önüne alındığında Avrupa'da toplamda on ilâ on iki milyon kişinin ölümüne

<sup>52</sup> Dea. Paul, *Historia Langobardorum* II. XXVI.

<sup>53</sup> Little, a.g.m. s. 24.

<sup>54</sup> J. C. Russell, "Late Ancient and Medieval Population", *Transactions of the American Philosophical Society*, Vol 48, No 3, (1958), s. 42.

<sup>55</sup> Sandra Hempel, *The Atlas of Disease*, White Lion Publishing, 2018, s. 136.

<sup>56</sup> Warren Treadgold, *A History of the Byzantine State and Society*, Stanford University Press, 1997, s. 196.

neden olduğu tahmin edilmektedir.<sup>57</sup> Bu kadar yoğun insan kaybı üretimde çalışacak insan sayısında epey azalmalar yaratmış, bu durum da işgücü fiyatlarında artışa neden olmuştur. Dahası topluluklar içerisindeki yoğun bir ölüm oranının olması, tarlalarda ve ev işlerinde çalıştırılacak köle bulmayı zorlaştırmıştır.<sup>58</sup> Daha yüksek ücretli işler bulmak isteyen köleler de firar etmişlerdir. Dönemin Bizans İmparatoru Iustinianus da 544'te çıkardığı kanunlarla salgın nedeniyle artan fiyatları biraz olsun dizginlemeye çalışmış, çalışanların ve tüccarların fazla fiyat talep etmelerini engellemek istemiştir.<sup>59</sup> Bu bağlamda imparatorun çıkardığı kanunlar da imparatorluk genelinde bir fiyat artışının olduğunu kanıtlamaktadır.

Salgın döneminden en kârlı çıkan organizasyon ise kilise olmuştur. Tıpkı 3. yüzyıl içerisinde yaşanan Askeri Anarşi (235-284) döneminde olduğu gibi çaresizlik içerisinde dine yönelen insanlar, hayatlarında vebaya yakalanmamak ve öldüklerinde de huzurlu bir ahiret yaşamıyla karşılaşmak için kilise ve manastırlara koşmuşlardır.<sup>60</sup> Ölüm karşısında çaresizlik içerisinde kalan insanlar dini kurumların inşasında ücretsiz olarak çalışarak tanrının sevgisine nail olmaya çabalamışlardır. Bu açıdan bakıldığında vebaya karşı koyamamanın getirdiği çaresizlik nedeniyle insanların dine yönelmesi, Orta Çağ içerisinde kilisenin önemli bir otorite olmasını sağlayan etkenlerden birini yaratmıştır.

Salgının karaların içerisinde bulunan bölgeleri de vurduğu bilinmesine rağmen ticaretin de etkisiyle daha çok sahil kentlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Akdeniz'in birçok bölümüyle ticari bağlantıları olan ve özellikle Kuzey Afrika'nın tahılına fazlasıyla ihtiyaç duyan Bizans İmparatorluğu da salgından en fazla etkilenen devlet olmuştur. Her ne kadar imparatorluğun siyasi ve askerî açıdan geri kalışının tek müsebbibi olarak vebayı göstermek aşırı bir yorum olsa da salgının İtalya'nın Lombardlara, doğu sınırlarının ise Araplara karşı savunulmasında olumsuz etkisinin olduğu aşikârdır. Nitekim Arapların salgınla karşılaşması yaklaşık bir asır sonra

<sup>57</sup> Colin McEvedy ve Richard Jones tarafından hazırlanan *Atlas of World Population History* adlı kitapta Avrupa nüfusu 500'lerde otuz milyon civarı gösterilmektedir: Colin McEvedy-Richard Jones, *Atlas of World Population History*, Penguin Books, 1979, s. 18.

<sup>58</sup> Little, a.g.m. s. 21.

<sup>59</sup> Novella, 122.

<sup>60</sup> Peter Brown, *Geç Antikçağ Dünyası*, çev. Turhan Kaçar, Alfa Yayınları, 2016, s. 80-81.

638’de Suriye’nin Anwas bölgesinde gerçekleşmiştir.<sup>61</sup> Bunun yanında veba salgını, Abbasi Devleti tarafından meşruiyet sağlamak amacıyla kullanılmıştır. Buna göre Abbasiler, salgının Emevi yönetiminin devrilmesinden sonra azaldığını dile getirerek vebanın azalmasıyla kendi yönetimlerinin meşruiyeti arasında bir bağlantı kurmaya çalışmışlardır.<sup>62</sup>

## SONUÇ

Iustinianus döneminde ortaya çıkan veba salgını, üzerinden binlerce yıl geçmesine rağmen günümüzde hâlâ tartışma yaratan bir konudur. 6. yüzyıldaki bilimsel faaliyetlerden hareketle bu salgının kesin olarak bir veba salgını olduğunu söylemek mümkün görünmemekle birlikte gerek Antik referanslardan gerekse arkeolojik kazılardan çıkarılan bulgular, bunun bir veba salgını olduğunu iddia etmeyi kolaylaştırmaktadır. Bu veriler bağlamında dönem içerisinde ortaya çıkan hastalığın bir salgın düzeyine eriştiği kesindir. Veba, başlangıçta ticaretin yoğun olduğu Marsilya, Constantinopolis ve İskenderiye gibi şehirlerde etkisini göstermiştir. Ancak salgının 541’den 750’ye kadar yaklaşık iki yüz yıl kadar sürdüğü düşünüldüğünde zamanla iç bölgelere de yayılması kaçınılmaz olmuştur. Bilhassa Britanya’nın iç kesimlerinde Hıristiyan misyonerler salgının yayılmasında başrol oynamışlardır.

Gerek maximalist gerekse minimalist yaklaşımlar açısından veba salgınının çok büyük bir nüfus kaybına neden olduğu aşîkârdır. Böyle bir nüfus kaybı, özellikle Bizans gibi yerleşik düzen üzerine kurulmuş bir devlet için oldukça sıkıntılı bir durum doğurmuştur. Vergi gelirlerinin kayıt altına alındığı ve gelir-gider dengesinin belirli bir düzleme oturtulmaya çalışıldığı bir imparatorlukta yoğun bir nüfus kaybının yaşanması, Geç Antik Çağ döneminde bir imparatorluğun en büyük gelir kalemi olan vergi gelirlerinin de düşüşü anlamına gelmiş ve bu durum da devleti darboğaza sokmuştur. Dahası nüfusun kontrol edilemez bir şekilde azalması, orduya alınacak asker bulunmasını da engellemiş ve Bizans İmparatorluğu, barbarlardan para karşılığında askerlik yapmalarını istemek zorunda kalmıştır. Ancak vergi

<sup>61</sup> Little, a.g.m. s. 8.

<sup>62</sup> Michael W. Dols, “Plague in Early Islamic History”, *Journal of the American Oriental Society*, Vol 94, No 3, (1974), s. 380.



kalemlerindeki azalma, paralı askerlerin ücretlerinin ödenmesini zorlaştırmış ve parasını alamayan askerlerin isyan etmelerine sebep olmuştur.

Nüfus azalışı, tarımda ve diğer alanlarda çalışacak işgücü bulmayı zorlaştırmıştır. Artan işgücü ücretleri, ev işlerinde çalışan ve fiyat artışı talep etme hakkı olmayan kölelerin firar etmelerine sebebiyet vermiştir. Ayrıca vebaya yakalanmak istemeyen insanların salgının nüfuz ettiği bölgeleri terk etmesi, bir göç hareketi başlatmıştır. Bu durum da göç eden kitlenin kontrolünde büyük bir sıkıntı yaratmıştır. Dahası salgın etkisindeki bölgelerden kaçarak görece güvenli bölgelere göç eden insanlar, vebanın yayılımını kolaylaştırmışlardır.

Günümüzde dünya ölçeğinde genel anlamda yerleşik yaşam biçimi kabul edilmiş olmasına rağmen göç meselesinin kurumsal devlet yapıları açısından ne derecede sıkıntı yarattığı ortadadır. Bu bağlamda Antik Çağ'ın yerleşik devletlerinden biri olan Bizans İmparatorluğu için göç meselesi, iae ihtiyacının karşılanması ve asayişin sağlanması gibi hususlarda birtakım problemleri beraberinde getirmiştir.

Avrupa'nın 5. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Germen kabileler tarafından parsellenmesi, Iustinianus liderliğindeki Bizans İmparatorluğu tarafından engellenmeye çalışılmışsa da vebanın getirdiği yıkım, bu bölgelerin yeniden ele geçirilmesini sekteye uğratmıştır. Avrupa'da salgından uzak bölgelere göç eden insanların hastalıktan uzak durmak için dışarıya bağımlılığı en aza indirgeyen, kendi kendine yetmek üzerine kurulu olan kapalı ekonomiyi benimsemeleri Orta Çağ'da özellikle Avrupa ile özdeşleştirilen feodal yapının oluşumunda önemli bir etken yaratmıştır.

Veba salgınının Antik Çağ'ı bitirip Orta Çağ'ı başlattığı düşüncesi, oldukça iddialı bir tez olup salgın dışında kalan siyasi, dini ve kültürel tüm öğeleri göz ardı etmek anlamına gelmektedir. Nitekim bunun yanında Orta Çağ'ın nerede başlayıp Antik Çağ'ın nerede bitirileceği hususu da müphem kalmaktadır. Bununla birlikte vebanın yarattığı etki, Orta Çağ Avrupası'nda dine dayalı bir bakış açısı olan skolastik düşüncenin yükselişini kolaylaştırmıştır. Kuzey Avrupa ve Britanya bölgesinde misyonerlik faaliyetleriyle yayılan veba salgınları, bölgede Hristiyanlığın artışıyla paralel ilerlemiştir. Salgın etkisiyle sağlıklı insanlar, salgından kurtulmak; hastalığa yakalanan insanlar ise iyileşmek için dine yönelmişlerdir. Dine yönelen

insanların motivasyonu, dünyevi açıdan hastalıktan kaçınmak ya da kurtulmak olurken uhrevi açıdan ise Tanrı'nın inayetini kazanarak öldükten sonra cennete gitme umudu olmuştur. Bu bağlamda Geç Antik Çağ'da salgınla yüzleşen insanlar, dine sarılarak ruhban sınıfının uygun gördüğü şekillerde yaşamışlardır. Bu durum da ruhban sınıfını ve kiliseyi güçlendiren bir etki yaratmıştır. Dahası bu insanlar, kilise inşalarında ücretsiz bir şekilde çalışarak Orta Çağ'ın dini eserlerinin meydana getirilmesinde etkili olmuş ve otoriter kilise organizasyonunun oluşumuna katkı sağlamışlardır.

## **KAYNAKÇA**

### **Antik Kaynaklar**

Annals of Inisfallen: 537:  
<https://celt.ucc.ie/published/T100004/index.html> (18.09.2023).

Annals of Ulster: 536:  
<https://celt.ucc.ie/published/T100001A/index.html> (18.09.2023).

Bede, *Historical Works I-III*, trans. J. E. King, The Loeb Classical Library, 1962.

Cassiodorus, *Variae*, trans. S. J. B. Barnish, Liverpool University Press, 2006.

Corpus Iuris Civilis, Novellae: <https://droitromain.univ-grenoble-alpes.fr/corpjurciv.htm> (22.09.2023).

Evagrius Scholasticus, *Ecclesiastical History* (AD 431-594), trans. E. Walford: [http://www.tertullian.org/fathers/evagrius\\_4\\_book4.htm](http://www.tertullian.org/fathers/evagrius_4_book4.htm) (06.05.2021).

Flavius Cresconius Corippus, *Iohannis (De Bellis Libycis)*, trans. George W. Shea, Edwin Mellen Press, 1998.

*Greek Bible*: <https://www.greekbible.com/> (22.09.2023).

Gregorius of Tours, *Libri Historiarum*:  
<https://www.thelatinlibrary.com/gregorytours.html> (20.09.2023).

Gregory of Tours, *History of The Franks*, trans. Lewis Thorpe, Penguin Books, 1974.

Ioannes Lydus, *Liber De Ostentis*, ed. Curtius Wachsmuth, in Aedibus B. G. Teubneri, 1897.

Marcellinus Comes, *Chronichon*, ed. Theodorus Mommsen, Minora II, Paris, 1894: <https://www.thelatinlibrary.com/marcellinus.html> (22.09.2023).

Michael the Great, *Chronicle*, trans. Robert Bedrosian, 2013: <https://archive.org/details/ChronicleOfMichaelTheGreatPatriarchOfTheSyria/page/n3/mode/2up> (23.09.2023).

Paul, Deacon, *History of The Lombards*, trans. William Dudley Foulke, University of Pennsylvania Press, 2003.

Procopius, *Bizans'ın Gizli Tarihi*, çev. Orhan Duru, İş Bankası Kültür Yayınları, 2011.

Procopius, *History of The Wars I-II (Persian War)*, trans. H. B. Dewing, The Loeb Classical Library, 1914.

Procopius, *History of The Wars III-IV (Vandalic War)*, trans. H. B. Dewing, The Loeb Classical Library, 1916.

*Scriptores Historiae Augustae I*, trans. David Magie, The Loeb Classical Library, 1922.

*Scriptores Historiae Augustae III*, trans. David Magie, The Loeb Classical Library, 1998.

*Syriac Chronicle (Zacharias of Mytilene)*, trans. F. J. Hamilton-E. W. Brooks, ed. J. B. Bury, Methuen Publishing, 1899.

Thucydides, *History of Peloponnesian War I-II*, trans. Charles Forsters Smith, The Loeb Classical Library, 1956.

### **Modern Kaynaklar**

ARJAVA, Antti, “The Mystery Cloud of 536 CE in The Mediterranean Sources”, *Dumbarton Oaks Papers*, Vol 59, 2005, s. 73-94.

BARRAS, Collin, “The Year of Darkness”, *New Scientist*, Vol 221, 2014, s. 34-38.

BENEDICTOW, Ole Jørgen, “The Origin and Early Spread of Yersinia pestis and of Epidemic Plague: Palaeobiological and Historical Viewpoints”, *RCC Perspectives*, No. 3, Sickness, Hunger, War, and Religion: Multidisciplinary Perspectives, 2012, s. 543-548.

BROWN, Peter, *Geç Antikçağ Dünyası*, çev. Turhan Kaçar, Alfa Yayınları, 2016.

ÇELGİN, Güler, *Eski Yunanca-Türkçe Sözlük*, Alfa Yayınları, 2018.

DOLS, Michael W, “Plague in Early Islamic History”, *Journal of the American Oriental Society*, Vol 94, No 3, 1974, s. 371-383.

GARDAN, Gabriel-Viorel, “The Justinianic Plague: The Effects of a Pandemic in Late Antiquity and the Early Middle Ages”, *Romanian Journal of Artistic Creativity*, Vol 8, Iss 4, 2020, s. 3-18.

HEMPEL, Sandra. *The Atlas of Disease*, White Lion Publishing, 2018.

<https://www.etymonline.com/search?q=black%20death> (22.09.2023).

LITTLE, Lester K. “Life and Afterlife of the First Plague Pandemic”, *Plague and The End of Antiquity The Pandemic of 541-750*, ed. Lester K. Little, Cambridge University Press, 2007, s. 3-32.

LITTMAN, Robert J, “The Plague of Athens: Epidemiology and Paleopathology”, *Mount Sinai Journal of Medicine*, Vol 76, 2009, s. 456-467.

MCEVEDY, Colin, JONES, Richard, *Atlas of World Population History*, Penguin Book, 1979.

MOLGAARD, Craig A, GOLBECK Amanda L.-RYAN Kerry E., “Justinian’s Plague, Hagiography and Monasticism”, *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, Vol 6, Iss 10, 2012, s. 67-80.

MORDECHAIA, Lee, EISENBERG, Merle, “Rejecting Catastrophe: The Case of the Justinianic Plague” *Past & Present*, Vol 244, Iss 1, 2019, s. 3-50.

MORDECHAIA, Lee, EISENBERG, Merle, NEWFIELD Timothy P., IZDEBSKI Adam-KAY Janet E., POINAR Hendrik, “The Justinianic Plague: An Inconsequential Pandemic?” *PNAS*, October 7, 2019, s. 25546-25554.

MORONY, Michael G., ““For Whom Does the Writer Write?”: The First Bubonic Plague Pandemic According to Syriac Sources”, *Plague and The End of Antiquity*, ed. Lester K. Little, Cambridge University Press, 2007, s. 59-86.

PATTE, Daniel, “Synoptic Gospels”, *The Cambridge Dictionary of Christianity*, ed. Daniel Patte, Cambridge University Press, 2010, s. 1203.

POWER, Bruce, “A Sixth Century Plague Wasn’t So Dire”, *Humans & Society*, 2020:

[https://www.sciencenewsdigital.org/sciencenews/january\\_18\\_\\_2020/MobilePagedArticle.action?articleId=1552089#articleId1552089\\_\(15.10.2020\)](https://www.sciencenewsdigital.org/sciencenews/january_18__2020/MobilePagedArticle.action?articleId=1552089#articleId1552089_(15.10.2020)).

RAMPINO, Michael R., SELF Stephen, STOTHERS Richard B., “Volcanic Winters”, *Annual Review of Earth and Planetary Sciences*, Vol 16, 1988, s. 73-99.

RIGBY, Emma, SYMOND, Melissa, WARD-THOMPSON, Derek, “A comet impact in AD 536?”, *Astronomy & Geophysics*, Vol 45, 2004, s. 1.23-1.26.

ROSEN, William, *Justinian’s Flea Plague, Empire and The Birth of Europe*, Penguin Book, 2007.

RUSSELL, J. C., “Late Ancient and Medieval Population”, *Transactions of the American Philosophical Society*, Vol. 48, No. 3, 1958, s. 1-152.

SAYAR, Mustafa, “Migration as Result of Natural Disasters in the Eastern Mediterranean World in Antiquity”, Migration in Antiquity Conference Centre Monte Veritas, Ascona / Switzerland 26 April-01 May 2020, Abstract Book (2022):

[https://www.academia.edu/40914160/On\\_the\\_Move\\_Migration\\_in\\_Antiquity\\_10\\_15th\\_April\\_2022\\_\(30.10.2023\)](https://www.academia.edu/40914160/On_the_Move_Migration_in_Antiquity_10_15th_April_2022_(30.10.2023)).

STATHAKOPOULOS, Dionysios, “Crime and Punishment The Plague in the Byzantine Empire, 541–749”, *Plague and The End of Antiquity The Pandemic of 541-750*, ed. Lester K. Little, Cambridge University Press, 2007, s. 99-118.

STATHAKOPOULOS, Dionysios, “Plague, Justinianic (Early Medieval Pandemic)”, *The Oxford Dictionary of Late Antiquity*, ed. Oliver Nicholson, 2018, s. 1200-1201.

STOTHERS, R. B., “Myster Cloud of AD 536”, *Nature*, Vol 307, 1984, s. 344-345.

TREADGOLD, Warren. *A History of the Byzantine State and Society*, Stanford University Press, 1997.

WICKHAM, Chris, *Framing the Early Middle Ages Europe and the Mediterranean 400–800*, Oxford University Press, 2005.

WIECHMANN, Ingrid, “Plague-An Introduction”, *RCC Perspectives*, No. 3, Sicknes, Hunger, War, and Religion: Multidisciplinary Perspectives, 2012, s. 65-67.

## UZAYIN TİCARİ AMAÇLI KULLANIMI VE UZAY GÜVENLİĞİNİN ÖZELLEŞTİRİLMESİ

**Mehmet Erkan KILLIOĞLU<sup>1</sup>**

Geliş Tarihi: 21/09/2023  
Kabul Tarihi: 05/11/2023

### ÖZET

Bu çalışmada uzay araştırmaları alanında özel sektörün faaliyetleri ve payının artırılmasının avantaj ve dezavantajları konusu değerlendirilecektir. Bu kapsamda özel sektör katılımının uzayın ticari amaçlı kullanılmasına ve güvenlik alanına olacak etkileri de açıklanmaya çalışılacaktır. Güvenlik sektörü tarafından sıklıkla kullanılmaları sebebiyle uzaktan algılama ve uydu fotoğrafçılığı konularına çalışmada değinilmiş, hâlihazırda özel sektör faaliyetine sahne olan bu iki alanda artan özelleştirme halinde kamunun tepkisinin ne olacağına değinilmeye çalışılmıştır. Uydu fotoğrafçılığı ve telekomünikasyonla başlayan uzaydaki özel sektör faaliyetleri içine uzun vadede daha fazla kar getirmesi beklenen uzayda madencilik faaliyetlerini de koymayı planlamaktadır. Ancak bu durumda gerek kamu gerekse de özel sektör faaliyetlerini düzenleyecek olan kapsamlı bir uzay hukuku normlarının olmadığı da bilinmektedir. Daha önce yapılan ve uzayın ortak kullanımını öngören uluslararası antlaşmalar devletler arasında vuku bulan ihtilaflara kısmen mani olmuştur. Ancak özel şirketlerin bu alana dâhil olması sonrasında ortaya çıkacak ihtilafları çözmek için uzaya has hukuk normlarının oluşturulması elzem hale gelecektir. ABD'nin 2015 yılında yayınlamış olduğu ve kısaca Space Act olarak adlandırılan yasa, ABD vatandaşlarına gök cisimlerinde ekonomik ve ticari faaliyette bulunma hakkı vermektedir ve bu da durumu karmaşıklştırmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Uzay Güvenliği, Özelleştirme, Astropolitik, 2015 Uzay Yasası.

---

<sup>1</sup>Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, mehmeterkan@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3146-2609

## **Commercial Usage of Space and Privatization of Space Security**

### **ABSTRACT**

In this essay, the activities of the private sector in space exploration and the advantages and disadvantages of increasing its share will be discussed. In this context, the effects of private sector participation on the commercialization of space and security will also be explained. As we all know, private sector activities in space started with satellite photography and telecommunications. But nowadays private sector has also planning to start mining activities in space, which are expected to bring more profit in the long run. But, in this case, lack of comprehensive space law that will regulate both public and private sector activities will be problematic. International agreements that were made before that stipulating the common use of space partially prevented the conflicts between the states. However, in order to resolve the conflicts that may arise after the involvement of private companies in this field, it will be essential to establish a space-specific legal norm. The law, published by the USA in 2015 and called the Space Act for short, gives US citizens the right to engage in economic and commercial activities in celestial bodies, which complicates the situation.

**Keywords:** Space Security, Privatization, Astropolitics, Space Act of 2015.



## **GİRİŞ**

Uzay araştırmaları konusu oldukça maliyetli ve tehlikeli bir alan olması sebebiyle uzunca bir süre devletlerin, özellikle de büyük güçlerin kontrolünde olan bir alan olarak kalmıştır. Soğuk Savaş yıllarında iki rakip kutup arasında yaşanan rekabet hemen her alanda devam etmiş, bu rekabet bir süre sonra uzaya da taşınmıştır. Bu alan gerek prestij gerekse de stratejik üstünlük kurmada kullanılmaya çalışıldığından dolayı uzay araştırmaları ve uzayın keşfi özel sektöre açık olmamıştır (Kleinberg, 2007: 1-27). Soğuk Savaş rekabetinin uzaya taşınması, bu alanın ve bu alandaki rekabatin isimlendirilmesi zarureti doğurmuş, bu ihtiyaçtan da “Astropolitik” adı verilen yeni bir stratejik yaklaşım geliştirilmiştir (Dolman, 2002: 157). Uzay yarışının başlarında askeri ve sivil karar vericiler ve starejistler bu yeni alanı rakip kampa karşı üstünlük tesis etmede önemli bir fırsat olarak görmüşlerdir. Bu da uzay araştırmalarının özel sektöre açılmasını geciktirmiştir. Ancak Soğuk Savaşın sona ermesi ile birlikte iki büyük güç olan ABD ve Sovyetler Birliği’nin selefi olan Rusya Federasyonu arasındaki rekabetin azalması bu anlayışın değişmesine imkân vermiştir. Bunun sonucunda özellikle Batılı devletlerin uzay programlarında alt yüklenici ve tedarikçi olarak faaliyet gösteren şirketlerin bir kısmı bu alanda, özellikle de gündelik hayatta sıkça kullanılmaya başlanan ve yüksek kar getirmeye başlayan telekomünikasyon, uzaktan algılama ve uydu fotoğrafçılığı alanlarına yatırım yapmaya başlamıştır. Tüm bu gelişmeler sayesinde uzay araştırmaları da küresel ekonominin bir parçası haline gelmiştir. Bu süreci destekleyen bir diğer gelişme de teknolojik gelişmedir. Teknolojik gelişme sayesinde daha önce sadece uzay programları için özel ve sınırlı sayıda üretilebilen malzeme ve araçlar gelişen üretim teknikleri sayesinde daha ucuza ve daha fazla sayıda üretilebilir hale gelmiştir. Bu da uzay araştırmaları alanına özel sektörün girişini engelleyen yüksek maliyet problemini ortadan kaldırmıştır.

1990’lı yıllarda Küreselleşme süreci ile oldukça popüler hale gelen özelleştirme süreci uzay araştırmalarının da bu sürecin içine çekilmesini hızlandırmıştır. Ancak bu noktada zaman zaman birbiri ile çelişen iki farklı yaklaşım ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki uzay çalışmalarının yanında güvenlik sektörünün de özelleştirilmesi talebidir. İkinci Körfez Savaşı ve sonrasında ABD’nin Irak’ı işgali ile bilinirliği artan bu sürecin siyaset sahnesine yansımaları Özel Askeri şirketler (ÖAŞ) ile olmuştur. Ancak

Atlantiğin iki yakasındaki devletler, aynen uzay araştırmaları konusunda olduğu gibi bu konuda da birbiri ile çelişen yaklaşımlara sahiptir. Avrupa kıtasında tartışmanın odak noktası; devletin bu faaliyetleri ve görevlerini ve bu görevlere tahsis etmiş olduğu kaynaklarını özel sektöre devretmesi doğru mudur sorusudur. ABD'deki tartışma ise bu faaliyetlerin sadece kamuya mı tahsisli olması gerektiğidir (Chesterman ve Fisher, 2009: 223). Atlantiğin her iki yakasında konu ile ilgili farklı görüşler hâkim olsa da uzay araştırmalarının özelleştirilmesine yönelik talep sürmeye devam etmektedir. Ancak bu talep ve talebin izlemiş olduğu seyir her zaman aynı çizgide devam etmemektedir. Telekomünikasyon ve uydu fotoğrafçılığı konusunda ortaya çıkan özel uzay şirketi monopolleri, devletin uzay araştırmaları bütçelerinde yaptıkları kesintiler ve tasarruf çabaları 2008 krizinden sonra daha belirgin ve sürecin hızlanmasında belirleyici hale gelmiştir.

Telekomünikasyon gibi bazı uzay destekli hizmetler, uzay araştırmaları ve faaliyetleri alanında, neredeyse bu sürecin başından beri özel sektöre açık alanlardan birisidir. Uydu fotoğrafçılığı gibi daha stratejik olan alanların özel kullanıma açılması ise daha sonra olmuştur. Bu noktada John Donahue kamu hizmetlerinin özelleştirilmesi ortaya çıkan tercihin iki boyutu olduğu noktasına dikkat çekmiştir. Donahue'ya göre ilk boyut mali boyuttur. Kişilerin kamu hizmetleri olarak adlandırılan hizmetler de dâhil olmak üzere, hizmetlere erişimlerinin bedeli, maliyetini bireysel olarak mı ödemelidir, yoksa bu bedel kamuya mı ait olmalıdır? İkinci boyut ise performans konusudur. Bu noktada da ortaya çıkan soru, hizmetlerin değişen ortama uyma noktasında ne derece esnek ve kabiliyetli olduğudur (Donahue, 1991: 7-8). Tüm bu tartışmalara rağmen askeri hizmetler ve güvenliğin özelleştirilmesi farklı bir yol ve mantık izlemektedir. Örnekle açıklamak gerekirse; ÖAŞ, devletten güvenlik hizmeti sağlamak için bir ihale aldıklarında bu ihalenin mali kaynağı kamu hazinesi olmakta, maliyet yine kamu tarafından karşılanmaktadır. Ancak uzay faaliyetlerinin özel sektöre açılması sürecinde bu alana yatırım yapmak isteyen özel şirketler teoride kendi kaynaklarını kullanmak zorunda olacak, kamu bu maliyeti karşılamaktan kurtulacaktır.

Bu çalışmada uzayın ticari amaçlı kullanıma açılması ve uzay güvenliğinin özelleştirilmesi tercihinin başta güvenlik alanı olmak üzere ortaya çıkaracağı etkiler incelenmiş ve elde edilen sonuçlar tartışılmıştır. Bu kapsamda çalışma giriş bölümünü takiben, sonuç bölümü de dâhil olmak

üzere dört bölüm olarak kurgulanmıştır. Çalışmada açıklayıcı ve bilgilendirici bir üslup kullanılmış ve okuyucunun konu hakkında bilgilendirilmesi amaçlanmıştır.

## **1. UZAYIN GÜVENLİĞİ VE ÖZEL ŞİRKETLER**

Uzay veya dış uzay Soğuk Savaş döneminde iki süpergüç arasındaki güç mücadelesinin ve silahlanma yarışının cereyan ettiği alanlardan birisi haline gelmiştir. Gerek askeri ve stratejik yarış gerekse de önemli derecede mali kaynak tahsisinin gerekmesi yüzünden sivil havacılık örneğinde olduğuna benzer şekilde bir özel sektör faaliyetine sahne olmamıştır (Kleinberg, 2007: 1-27). Başta dönemin süpergüçleri olan ABD ve Sovyetler Birliği olmak üzere Fransa'nın da jeostratejik öncelikler sebebiyle dış uzayda yapmış olduğu araştırma faaliyetler bu alanın da tanımlanması ve isimlendirilmesini bir zaruret haline getirmiştir. Bunun sonucunda ise daha önce de ifade edilmiş olduğu üzere dış uzayla ilgili faaliyetleri tasnif etmek ve sınıflandırmada kolaylık sağlaması için "Astropolitik" tabiri ortaya çıkmıştır (Dolman, 2002: 157). Siyaset yapıcılar ve askerler uzay yarışı başladığı zaman bu alanda özel sektör şirketlerinin faaliyet göstermesine güvenlik sebebiyle muhalefet etmiştir. Ancak uzaydaki faaliyetlerin artması üzerine bu muhalefet zamanla azalmıştır. Bunda özel sektörün başta maliyet açısından daha uygun ve makul çözümler üretebilmesi ve devlet veya devlet kontrolündeki şirketlere kıyasla yeniliklere daha hızlı ve çabuk adapte olabilmelerini sağlayan esnek organizasyon yapılarının büyük etkisi olmuştur. Yine de özel sektör şirketleri bu alanda tam yetkili olamamış daha ziyade taşeron ve alt yüklenici olarak faaliyet göstermeye devam etmiştir. Ancak son yıllarda bu durum da değişmeye başlamıştır. Zira 1950'li yıllardan bu yana NASA'ya tedarikçi olarak çalışan özel şirketler roketler ve diğer uzay araştırmalarında kullanılan parçaların üretiminde oldukça yetkinleşmiştir (Lal, 2016: 63-66). Space X programı bu duruma en güzel örneklerden biridir (Frankowski, 2017: 131).

Uzay faaliyetleri alanında yaşanan bu gelişmeler sonucunda ise uzay sanayi mevcut ekonomik sistemin bir parçası haline gelmiştir. Bu sayede hem stratejik hem de ekonomik açıdan önemini arttırmıştır. Bu durumun izlediği kronolojik seyir 1990'lı yıllardan itibaren yaşanan özelleştirme, Küreselleşme, Liberalizm ve bunların güvenlik sektörü ile olan etkileşimi, keza güvenlik sektöründe özel sektörün rolü ile ilgili tartışmalardan takip

edilebilir (Frankowski, 2017: 132). Ancak bu noktada uzay sanayindeki ilk özelleştirmelerin 1980'lerde başladığı ve 90'lı yıllarda sıklıkla tartışılmaya başladığını söylemek yerinde olacaktır (Shaer, 2016: 47). Öncelikle güvenlik sektörünün daha sonra ise uzay faaliyetlerinin özelleştirilmesi ve bu alanların da özel sermayeye açılması tartışmaları ile bu konularda özel sektörün fiili katkı durumunu birbirini aynı hızla takip etmemiştir. Avrupa ülkelerinde tartışma çoğunlukla devletin görevleri konusuna odaklı olmuştur. Buna devlet ve kamu kaynaklarından özel sektörün ne derece yararlandırılacağı konusu da dâhil olmuştur. ABD'de ise tartışmanın yoğunlaştığı alan ise devletin bu alanlarda öncü veya tekel olmak mecburiyetinin olup olmadığı noktasındadır (Chesterman ve Fisher, 2009: 225). Atlantiğin her iki yakası arasında ortaya çıkan bu görüş ve yorum farklılıkları yukarıda da değinildiği üzere sadece güvenlik konusu ile sınırlı kalmamıştır. Uzay faaliyetleri konusunda da benzer görüş ayrılıkları yaşanmıştır. Bunun da temel sebebi uzay faaliyetlerinin özelleştirilmesi ile kast edilen şeyin çerçevesinin açık ve kesin bir şekilde belirlenmemiş ve tarif edilmiş olmamasıdır. Oysaki özel hava ve uydu fotoğrafçılığının kamuya sağladığı personel gideri ve maliyetleri düşürme fırsatı özellikle 2008 Krizinden sonra önemli hale gelmiştir. Askeri faaliyetlerin özelleştirilmesinin bu dönemde daha fazla tartışılmaya başlanması ve özel askeri şirketler örneğinde olduğu üzere uygulanabilir olduğunun kanıtlanması uzay araştırmalarının da özelleştirmeye açılması düşüncesini desteklemiştir (Frankowski, 2017: 132). Bu yüzden özelleştirme mantığı ve sürecinin Neoliberalizm'den etkilendiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Tabi bu noktada neden bazı devlet kurumlarının uzay araştırmalarında özel sektörün de yer almasına müsamaha gösterdiği sorusu ön plana çıkmaktadır. Bu durumda bozulan ekonomik yapı etkili olabilir ancak bu tek başına bir sebep değildir. Tüm süreci açıklamada da tek başına yeterli olmayacaktır. Bu sorunun cevabı tercihler, alternatifler oluşturma isteği ve maliyetlerin düşürülmesi isteği olabilir. Keza olası bir başarısızlık durumunda sorumluluğun ve araştırma maliyetlerinin maddi külfetinin bir kısmının özel sektördeki aktörlere de aktarılması isteği de bu durumda etkili olmaktadır (Frankowski, 2017: 132).

Daha önce de ifade edildiği üzere, iletişim hizmetleri örneğinde olduğu gibi, sivil müşterilerin de kullanımına açılan ve bu hizmetlerin yürütülmesine destek için kullanılan uzay araştırma faaliyetleri sadece devlet tekelinde

olmamıştır. Bu tür hizmetler tesisinden kısa bir süre sonra özel sektörün de faaliyetine açılmıştır. Ancak aynı şeyi uydu fotoğrafçılığı ve uzaktan algılama için söylemek zordur. Bu alan ulusal güvenlikle doğrudan irtibatlı ve stratejik önemde olduğundan bırakın özel sektörü kamunun tamamının kullanımına dahi açılması için uzunca bir süre geçmesi gerekmiştir. Bu sebeple uzay araştırmalarının her alanında özel sektörün katılımı ve payının artırılması kolay olmamıştır. Bu noktada kamu hizmetlerinin özelleştirilmesi sürecini açıklarken John Donahue fikirlerine değinmek uygun olacaktır. Donahue, kamu hizmeti ile özel sektör arasında yapılan tercihin iki boyutu olduğu noktasına dikkat çekmiştir. Bunlardan ilki kamu hizmeti adı altında bireye sunulan hizmetlerin mali boyutudur. Bu başlık altında açıklığa kavuşturulması gereken konu bireylerin aldıkları hizmetin bedelini nasıl ödeyecekleridir. Birey hizmet bedelini bireysel olarak mı ödeyecektir? Bu hizmetlerin kamu tarafından sağlanması ve finansmanı daha az külfetli ve rasyonel bir çözümdür? Kamu bütçesinin kaynağının bireylerden toplanan vergiler olması durumu daha karmaşıklarıştırmaktadır (Frankowski, 2017: 132-133). Konunun ikinci boyutu ise kurumların performans, esneklik ve sosyal şartlara uyum hızı ve kabiliyetidir. Bu boyut Donahue'nin önermesine göre, eğer hizmetler kamu tarafından karşılanacaksa değerlendirme kapsamına alınmalıdır. Kamu haricindeki bir aktör tarafında sağlanması halinde idari hiyerarşi ve bürokratik prosedürlere daha az tabi olacağı için bu kriterden muaf tutulabilir (Donahue, 1991: 7-8).

Kamunun sağladığı güvenlik hizmetlerinin özelleştirilmesi uzay araştırmalarına kıyasla daha farklı süreçten geçerek günümüze gelmiştir. Bilindiği üzere özel askeri şirketlerin yaygınlaşmasından önce de özel güvenlik hizmeti sağlamaktaydılar. Önce tamamıyla özel sektöre hitap eden bu uygulama zamanla kamuya sirayet etmiş ve neredeyse bir standart haline almıştır. Bu sayede özel güvenlik şirketleri gerek kamu gerekse de özel şirketlerle ticari anlaşmalar yapabilmektedir. Sonuç olarak elde edilen bilgi birikimini sonucu olarak özel şirketler bu hizmeti sınırlı bir kapsamda dahi olsa, sağlamada yetkin hale gelmiştir (Frankowski, 2017: 133). Güvenlik sağlanmasını hizmet alımı yoluyla karşılama yoluna giden kamu bu sayede özel güvenlik hizmeti teminini finanse etmektedir. Keza benzer bir şekilde özel uzay araştırmalarını da finanse etmektedir. Uzay araştırmaları alanı bilindiği üzere sınırlı bir pazardır, yüksek maliyet ve sınırlı talep de bu dar

kapsamın muhafaza edilmesine sebep olmaktadır. Örnekle açıklamak gerekirse: Avrupa uzay sanayinin ticaret hacminin %66'sını kamu oluşturmaktadır. Sadece 2015 yılında Avrupalı şirketler Avrupa Birliği (AB) üyesi ülkelere 534 milyon Euro'luk askeri malzeme temin etmiştir (Lionnet, 2016: 10-11 ve 13).

## **2. UZAY ARAŞTIRMALARININ ÖZELLEŞTİRİLMESİ VE ÖZEL GÜVENLİK ŞİRKETLERİ**

Özelleştirme ile özel güvenlik şirketleri ile kamu adına güvenlik sağlamakla sorumlu kurum ilgilenmektedir. Güvenlik alanında özelleştirmenin ana amacı kamu kurumlarının daha iyi performans sağlaması için tali önemdeki sorumlulukların özel sektöre yaptırılmasıdır. Bu sayede personel ve mali kaynak açısından tasarruf edilmesi de uygulama sonucunda elde edilmesi beklenen sonuçlardır. Bu noktada kendilerine verilen sınırlı yetki içinde etkin şekilde faaliyet göstermek isteyen özel şirketler tarafından geliştirilen teknolojiler yaygınlık kazanarak devleti ve güvenlik sektörünü de etkilemekte, resmi güvenlik prosedürlerinin bir parçası haline gelmektedir. Bunlara Personel Devam Kontrol Sistemi (PDKS), yüz tanıma teknolojileri, taşınabilir el dedektörleri örnek olarak verilebilir. Bununla birlikte devletler, güvenlik önlemleri açısından bakıldığında hala monopoldür ve temel güvenlik sağlayıcılarıdır (Frankowski, 2017: 133). Bu durumun kendilerine sağladığı imkân ve avantaj sebebiyle devletler, pazarı kontrol edebilme ve düzenleme gücünü elinde tutmaktadır. Bu açıdan da özel sektör şirketlerine karşı önemli bir avantaja sahiptirler. Yapılan düzenlemeler ve ortaya konulan standartlar devletten devlete farklılık gösterebilmektedir. Örneğin AB üyesi ülkelerin hepsindeki CCTV kullanım şartları birbirinden farklıdır. Ancak Uzay sanayinde, özellikle uydu fotoğrafçılığı konusundaki düzenlemeler oldukça sıkıdır. Yüksek çözünürlükteki hava fotoğrafları art niyetli kişilerin erişememesi adına sivil kullanıma açık değildir. Bu sınırlama ile askeri bölgeler, enerji merkezleri ve stratejik tesisler vb. hakkında bilgi edinilmemesinin sınırlanması amaçlanmıştır. Bunu da örnekle açıklamak gerekirse; ABD havacılık ve uzay şirketleri İsrail'in yüksek çözünürlüklü hava fotoğraflarını üçüncü kişilere satamazlar (Frankowski, 2017: 133).

Askeri hizmetler ve güvenlik sektöründeki özelleştirme ile ilgili literatür genişlemektedir. Bunda da 2002 yılındaki ABD'nin Irak'ı işgali ve sonrasında özel askeri şirketlerin (ÖAŞ) yaygın şekilde kullanımı etkili

olmuştur (Yalçınkaya, 2006: 258; Topal, 2011: 968). Bu işgal sırasında daha görünür ve bilinir hale gelen ÖAŞ bilim adamlarının da ilgisini çekmiş ve daha fazla incelenir ve araştırılır hale gelmiştir. Bu noktada bu şirketler konusunda çalışan önemli isimlerden birisi olan Mariana Mota Prado'ya ve onun fikirlerine değinmek konu hakkında zihnimizin biraz daha berraklaşmasına yardımcı olacaktır (Prado, 2009: 110-111).

Mariana, devletin sağladığı güvenlik hizmetinin özelleştirilmesi ve taşeron ÖAŞ'e devredilmesinin, devlet denetimi ve kontrolünden hiçbir şartta çıkmaması koşusuyla, oldukça faydalı olabileceğini ifade etmektedir. Bu durumdan elde edilecek faydayı Prado dört ana başlık altında toplamıştır. Bunlardan ilki fiyat ve maliyettir. Özel tedariklerin daha düşük maliyetli olma ihtimali, serbest rekabet sebebiyle her zaman mevcuttur. Keza sunulan hizmetler asgari personelle gerçekleştirileceği için maliyetler ve giderler düşecektir (Prado, 2009: 110). Ayrıca devlet için kalıcı yatırım yapma mecburiyeti de ortadan kalkacağı için yatırım ve işletme giderleri de düşecektir. Ancak buna karşılık özel şirket çalışanların çalışma şartları bozulacak ve sosyal güvencelerinde önemli kayıplar da olacaktır. Ek olarak maliyetlerden tasarruf edilse de özel şirketlerin genelde devletlerin güç ve kaynaklarına sahip olamayacağı düşünülecek olursa ortaya çıkacak durumun güvenlik açığı ve zafiyetine yol açma potansiyeli her zaman var olacaktır (Frankowski, 2017: 134). Askeri hizmetin kalitesinin askeri personelin kamuya olan maliyeti, eğitim, donatım ve idamesi için sağlanan kaynakla doğru orantılı olduğu düşünüldüğünde ÖAŞ gayet makul çözümler olmaktadır. Zira ÖAŞ genelde emekli veya ordudan ayrılmış askerleri işe aldıkları için eğitim harcamaları asgari düzeyde tutulmaktadır. Ancak bu eğitim maliyetinin tamamen ortadan kalktığı anlamına gelmemektedir. Askeri personelin yetiştirilmesinin maliyetini daha önce kamu karşılamış olduğu için bu maliyetten kurtulmak mümkün değildir (Frankowski, 2017: 134).

Prado'nun ikinci maddesi ise etkinlik ve verimlilik. Güvenlik temini için özel güvenlik şirketlerinin kullanımı personel ve mali kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayabilir. Bunun sonucunda da silahlı kuvvetler daha önemli ve büyük görevlere odaklanıp, gücünü bölmek zorunda kalmayacaktır (Prado, 2009: 110). Hatta ÖAŞ tali önemdeki konularda aynı maliyetle daha kapsamlı ve daha iyi bir hizmet verebilir. Bu sayede idarenin tasarruf edeceği kaynaklar ihtiyaç duyulan başka alanlara kaydırılabilecektir.

Üçüncü maddeye gelince, bu maddede ise zamandan tasarruftur. ÖAŞ, klasik devlet bürokrasinin dışında yer aldığı için uzun ve karmaşık bürokratik süreçler kısaltılabilecektir. Buna da en güzel örnek seferberlik ilanı ve askerlerin eğitimi ve cepheye sevkidir. Bu sayılan işlemler ÖAŞ sayesinde oldukça kısalcaktır, bu da olası bir silahlı çatışmaya hızlı bir şekilde müdahil olmada önemli ve sonucu belirlemeye yardımcı olacak bir durumdur. Zira güvenlik alanında hızlı ve esnek bir karşılık verme ihtiyacı her geçen gün artmaktadır (Frankowski, 2017: 134). Bu yüzden devletler uygun ve hızlı bir çözüm sunması sebebiyle ÖAŞ seçeneğine başvurumaktadırlar (Prado, 2009: 110). Bununla birlikte güvenlik konusunda sunulan bu türden özel çözümleri siyasi süreçten izole ederek analiz etmeye çalışmak da doğru olmayacaktır (Abrahamsen ve Williams, 2011: 25-26). Yine de özel sektörün devletin sahip olduğu ekonomik imkânlarla sahip olmadığını göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Zira güvenliğin özelleştirilmesi her zaman bu alandaki sorunları çözmemektedir.

Küreselleşme süreci ile özelleştirme hemen her alana sirayet ettiği gibi güvenlik ve uzay araştırmaları alanına da etki etmeye çalışmaktadır. Ancak T. Risse ve T. A. Börzel'e göre devletin güvenlik gibi temel fonksiyonlarını özelleştirmesi nadirdir. Kapsamı sınırlı bir özelleştirmeye gidilmektedir ve özel şirketler kamu kurumlarının sahip olduğu güç ve hareket serbestisine sahip değildir (Risse ve Börzel, 2005: 202). Aksine üstlerindeki denetim daha sıkı hale gelmektedir. Örnekle açıklamak gerekirse uydu fotoğrafı hizmeti sağlayan şirketle kamunun doğrudan bir koruması altında değildir. Ancak sundukları hizmetler kamu tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaya devam etmektedir. Bu yüzden bu türden şirketler güvenlikle ilgili programlara dâhil olmuş olsalar dahi belirli bir konuda uzmanlaşmış ve bilgi birikimi yüksek şirket profili çizmeleri kendileri açısından piyasada ayakta kalabilmek ve varlıklarını devam ettirmek adına önemli bir konu olarak durmaktadır (Abrahamsen ve Williams, 2011: 41).

Uzay araştırmalarının özelleştirilmesi konusuna gelince, bu konuda kamu açısından temel motivasyon ve hareket noktası program maliyetlerinin düşürülmesidir. Demokratik bir devlette bu türden faaliyetlerin çıktıları, sonuçları ve sağladıkları fayda noktasında kamuoyunu bilgilendirmeleri ve faaliyetleri hakkında hesap vermeleri gerekmektedir. Bu hesap verme mecburiyeti de kaynakların daha dikkatli ve verimli kullanılmasının



gerekliliğini kamuya dayatmaktadır. Zira sıradan bir uzay programı dahi kamunun diğer harcamaları ile karşılaştırıldığında devasa maliyetleri beraberinde getirmektedir. Yapılacak olan bu harcamanın ve maliyetin bir kısmının özel sektöre devredilmesi haliyle bütçede tasarrufu beraberinde getirecektir. Ancak yine de uzay araştırmaları konusunda çalışan şirketlerin sayısının azlığı ve uzay araştırmaları için gereken mali kaynağın büyüklüğü yüzünden bu alanda faaliyet gösterecek şirketler arasında ideal bir serbest rekabet ortamının oluşmasını beklemek kısa vadede mümkün olmayacaktır. Zira özel sektörün kamununki gibi bir bütçesi yoktur. Uzay çalışmalarının özelleştirilmesi düşüncesi doğal olarak devletin bu alandaki ve güvenlik alanındaki rolü ve sorumluluğunu da tartışmaya açmıştır. Ancak Fortheau gibi araştırmacılara göre devletin sorumluluğu en başından beri tartışmalı ve problemlidir zira sorumluluk tanımlaması en başından beri belirsizdir (Fortheau, 2010: 904).

### **2.1. Özel Uzay Güvenliği**

Uzay ve uzaydaki güvenliğin özelleştirilmesi ve özel sektöre devri devletin pek çok konuda olduğu gibi güvenlik konusunda da düzenleyici ve kural koyucu rolünü etkileyecek ve tartışılmasına sebep olacaktır. Bu durum kamu kaynaklarının etkin ve verimli kullanımı konusunda daha belirgin olacaktır. Devletler kanuni sınırlamalar veya kamuoyu baskısı ve kontrolünü aşmak için özel kaynak arayışındadır. Ancak bu durum yeterli mali kaynakların olmadığı durumlarda da uygun ve etkili bir çözüm olarak hemen her zaman kullanılmaktadır. Ayrıca devletler bu alanda da hizmet ve kalite artışı ve kaynak tasarrufu için rekabet ortamının oluşmasına izin verebilir. Ancak uzay sanayi hala çok spesifik olduğu için bu türden gelişmelerin ortaya çıkması için uygun ekonomik şartların oluşması ve gereken desteklerin verilmesi önemlidir. Örnekle açıklamak icap ederse; uzaktan algılama ve uydu fotoğrafçılığı konusunda Digital Globe önemli şirketlerden birisidir ve alanda pazarın %60'dan fazlasını kontrol etmiştir. Onu %14'lük pazar payı ile Airbus DS Geo-Intelligence ve %5 ile Planet Lab şirketi takip etmiştir. Bu şirketlerin sağladığı hizmetlerin %30'undan fazlasını savunma ve istihbarat örgütleri satın almaktadır. Bu şirketler ve benzerleri, hatta bazı ticari uydu şirketleri gelirlerinin büyük bir kısmını resmi kurumlara sağladıkları hizmetlerden elde etmektedir. Bu yüzden bu alanda faaliyet gösteren özel şirketlerin en önemli

ve en büyük müşterisi kamu olarak karşımıza çıkmakta ve bu şekilde de kalmaya devam etmektedir. Bu durum sonucunda uzayda devletler ile özel şirketlerin olaylara yaklaşım farklılıklarını açıklayan görüşler ortaya çıkmıştır (Frankowski, 2017: 139). Bu görüşler arasında en dikkat çekici olan üç tanesi sırasıyla şunlardır:

Birinci yaklaşıma göre uzayda faaliyet gösteren ve gösterecek olan özel aktörler (şirketler) hakkındaki kamu politikaları liberal yaklaşımlarla çelişiyor gözükmektedir. Özel şirketler, örneğin hava ve uydu fotoğrafı üreten şirketler, kamu kurumlarına hizmet sağladıkları için varlıklarını sürdürmektedir. Bu şirketlerden bazıları bizzat devletlerin kendileri tarafından kurulmuş veya desteklenmiştir. Bu türden şirketlere örnek olarak son yıllarda adı sıklıkla duyulan Space X şirketi örnek olarak verilebilir. Yeniden kullanılabilen Falcon-9 roketini geliştiren ve resmi uzay ajansları ile uydu fırlatma konusunda rekabete girmeye çalışan şirket devlet destekli Space Florida'dan maddi yardım almıştır (Al-Ekabi, 2016: 67). Şirket ayrıca NASA ve ABD Savunma Bakanlığı ihalelerini de almaktadır. Örnekte de görüldüğü üzere düzenli gelir getiren kamunun hizmet alımları ve ihaleleri ana gelir getirici faaliyettir. Bu sebepten dolayı özel sektörden gelen talepler (Örneğin Google Maps) tali önemde olmaktadır (Frankowski, 2017: 140). Bu konuda bir başka örnek de Digital Globe ve Spot Image gibi şirketlerdir. Bu iki şirket ABD güvenlik kurumlarından uzun dönemli ihaleler aldıkları için mevcudiyetlerini neredeyse garanti altına almıştır. Ancak Eutelsat, Intelsat, Inmarsat gibi diğer şirketler hizmetlerini, misal ABD güvenlik kurumlarına yıllık olarak yapılan anlaşmalar kapsamında sağladıkları için serbest piyasada aynı konfora ve güvenceye sahip değildir. Ortaya çıkan bu durum comsat pazarındaki kıran kırana rekabetin bir sonucudur. Ancak her mali yılda ortaya çıkan şartların da bu durumun ortaya çıkmasında etkisi vardır. Ayrıca deniz aşırı bölgelerde yapılacak operasyonlar için askeri kurum ve kuruluşlar her yıl farklı seviyelerde hizmet talep etmektedir. Bu yüzden de standart ve uzun dönemli kontratlarla kendilerini bağlamayı istememektedirler. Bu durum genel kamu bütçesi yaklaşımı açısından uygun olsa da spot piyasada talep edilen fiyatlar daha yüksek olabilmektedir. Bu noktada kamu ile özel sektör arasında yapılan uzun vadeli anlaşmalar genelde serbest piyasadaki bu fiyat dalgalanmalarından bağımsız olduğundan teoride maliyetleri azaltmaktadır. Bu yüzden de tercih edilebilecek bir seçenektir (Frankowski, 2017: 140).

Özel şirketler ve kamu yararının birleşmesi konusundaki örneklerden biri de European Data Relay System (ERDS)'dir. ERDS, tamamen özel sektör kaynaklarına dayanmakta ve uydudan yer istasyonlarına indirilen bilgilere hızlı erişime imkân vermektedir. ERDS, 1,8 Gbit/s hızda veri aktarabilen lazer hatlarını kullanan ilk telekomünikasyon sistemidir. Özel bir konsorsiyum olan Eutelsat bu hizmeti kullanmak için 2016 yılında uydudan hat kiralama yoluna gitmiştir. ERDS, yaygınlaşması ve hizmetin geliştirilmesi için ESA ve Airbus Defence and Space arasında oluşturulan kamu-özel sektör işbirliği tarafından desteklenmektedir. Bu ortak çalışmada Airbus sistemi işletmekte DLR Alman Uzay Ajansı ise lazer terminallerinin geliştirilmesinin maliyeti üstlenmektedir. ERDS mevcut uydu iletişim sistemlerinden farklı olarak, lazer linki sayesinde Avrupa'nın Sentinel uydularından veri toplamakta ve yer istasyonuna iletmektedir. Klasik sistemlerde veri aktarımı yapabilmek için yer istasyonunun menzili içerisinde olunması gerekmektedir (Frankowski, 2017: 140-141).

ERDS, gerçek zamanlı veri aktarmaktadır. Bu özelliğinden dolayı 2020 yılında itibaren tüm dünyayı kaplayacak şekilde genişletilmiştir. Sistemin gelecekte dronelardan da veri aktarımı yapması planlanmaktadır. Bu son haliyle Avrupa'nın güvenliğini, özellikle de yasadışı göç ve insan kaçakçılığı gibi konularda, ciddi derecede arttıracığı ve büyük bir kaynak tasarrufu sağlayacağı öngörülmektedir. Bu örnekten de anlaşılacağı üzere uydu lazer iletişimi güvenlik açısından oldukça önemli bir adımdır. Bu yüzden 2016 yılında Intelsat 29E uydusu yörüngeye oturtulmuştur. Uydunun görevi ABD İHA'larından alınan gerçek zamanlı video görüntülerini aktarmaktır. 300'den fazla video kanalı bulunan uydunun kapasitesinin %20'si ABD Merkez Komutanlığı (CENTCOM)'a tahsislidir. Bu kapasite yeni Intelsat uyduları ile daha arttırılmıştır (Frankowski, 2017: 141).

İkinci yaklaşım ise sınırlı amaçlara ve stratejilere odaklanmayı tavsiye etmektedir bu yüzden de uzay araştırmaları ve güvenlik sektörünün özelleştirilmesi tartışmasının dışında tutulmaya çalışılmıştır. Kamunun ve özel sektörün amaçları ve çıkarları uyumaktadır. Yapılacak lobi faaliyetleri sonucunda bu konuya daha fazla dikkat çekilebilir ve özel şirketlerden hizmet alınımının kamu açısından daha ekonomik olduğu mesajı hem kamuoyuna hem de bizzat kamu idaresine verilebilir. Kaynakların üzerine binen gereksiz finansal risklerin azaltılması bu mesajın daha etkili olmasını ve daha fazla

kabul görmesini sağlayacaktır. Bu yaklaşım elbette ki uzay güvenliğinin özelleştirilmesi tartışmasında dikkate alınacaktır zira maliyetlerin düşürülmesi durumunda bu alan da özel sektörün daha kolay erişebileceği bir sektör haline alacaktır. Bunun sonucunda uzay araştırmaları da küresel ekonominin bir parçası haline gelecektir (Moltz, 2014: 102). Uzay araştırmalarına özel sektörün artan katılımı, lobiler ve kamu kurumları arasındaki etkileşimleri de arttıracaktır. Bu durum telekomünikasyon sektöründe bir realitedir. Benzer bir süreç uydu fotoğrafçılığı ve uzaktan algılama için de şekillenmektedir (Frankowski, 2017: 141).

Uzay araştırmaları ve uzay güvenliğinin özelleştirilmesi süreci halen şekillenme aşamasındadır ve uzay endüstrisi bu konuda öncü bir rol oynamaktadır. Bu öncü rol gelecekteki faaliyetleri ve durumları düzenleyecek olan kanun ve yönetmelikler konusunda da aynıdır. Örneğin 2015 yılının Aralık ayında düzenlenen Washington Space Business Roundtable'da askeri karar vericilerle uydu sanayinden uzmanlar bir araya getirilmiştir. Gerçekleşen toplantıda ticari uydu iletişim hizmetlerinin ABD Milli Güvenlik yapısına entegrasyonu konusu tartışılmıştır. Bu entegrasyonun önemi, gelecekte oluşturulacak olan uzay, uydu ve iletişim altyapısının planlanması açısından önemlidir. Bu sayede uzun vadeli anlaşmalar yapılabilecek, uydu imalat, fırlatma ve işletme maliyetlerinin paylaşımı mümkün hale gelecektir. Ticari çıkarların kamu çıkarları ile uyumlu hale getirilmesi ticari operatörlerin uzun vadeli stratejileri arasındadır. Zira özel sektöre ait uzay araçları bilgi paylaşımı, enformasyon toplama ve İHA'lara sinyal aktarımı vb. konularda kullanılmaktadır. Bu kullanımın daha da yaygınlaşmaya başlaması yüzünden bahsi geçen bu durum hem özel sektör hem de kamu açısından zaruret halini almıştır. Ancak diğer taraftan özel sektöre ait olan uyduların dışarıdan müdahale, ele geçirilme, hatta düşürülmeye karşı askeri uydular kadar korumalı olmamaları bu sürecin zayıf karnıdır ve bu güvenlik açığının süratle kapatılması gerekmektedir (Frankowski, 2017: 142).

Güvenlik örgütlerinin elindeki mali kaynakların birden fazla yüklenici yerine tek bir şirkete yönlendirilmesi hem maliyet hem de güvenliğin sağlanması noktasında daha ekonomiktir. Bu durum her iki tarafında yararına olacaktır. Ancak kamu idaresi tek bir tedarikçiye bağımlı hale gelirse herhangi bir kriz durumunda stratejik açıdan olumsuz durumlarla karşılaşabilir. Ve bu durumun yol açacağı stratejik istikrarsızlık uzun sürebilir. Bu olumsuz

noktaya rağmen uzay araştırmalarının özelleştirilmesi için kısa vadeli planlar yapılmaya devam etmektedir. Bu planlar özellikle Amerikan uydu fırlatma sektöründe oldukça belirgindir. Bu durum özellikle Rus yapımı RD-180 roket motorlarının temini konusunda ABD menşeli şirket olan United Launch Alliance'in (ULA) Rus NPO Energomash şirketi ile bir anlaşma imzalaması sonrasında daha ön plana çıkmıştır. Zira iki şirket arasında yapılan bu anlaşma uzaydaki stratejik dengeyi değişirmiştir. Ancak Ukrayna krizi ve daha sonra Rusya'nı Ukrayna'ya saldırması ile başlayan savaş yüzünden ABD-Rusya ilişkileri gerginleşmiştir. Bu gerginleşen durum sebebiyle ULA uzay faaliyetlerinin sevki için gereken düzenli ve sürekli bir fırlatma takvimi oluşturamamıştır (Frankowski, 2017: 142).

Uzay araçları konusundaki geleneksel düşünce tarzı büyük (yani ağırlığı 500 kg'den fazla olan) uydulara sadece büyük devletler ve şirketlerin sahip olabileceği ve işletebileceği yönündedir. Ancak elektronik parçaların gelişen teknoloji sayesinde daha küçük ve daha hafif hale gelmesi sayesinde hemen her alanda olduğu gibi uzay sanayinde de üretim maliyetleri düşmektedir. Bunun sonucunda küçük devletler ve özel şirketler de kendi uydularına sahip olabilmektedir. Zira uzaya kargo taşıma maliyetleri birkaç milyon dolara kadar gerilemiştir. Uydu imalat ve fırlatma maliyetlerinde yaşanan düşüş kamu ve özel sektör arasındaki ilişkileri de temelinden değişirmektedir. Bu değişim sonucunda dünyanın alt yörüngesinde sayısı artan uydular, bir süre sonra bu yörüngede enkazların da artmasını beraberinde getirecektir. Bu da artan bir rekabete sebep olacaktır. Her ne kadar BM Convention on International Liability for Damage Caused by Space Objects'te uydu fırlatan ülkelerin dünya yörüngesine yerleştiren uydunun her şeyinden sorumlu olmaları gerektiği ifade edilse de bu durumu idare edecek bir otorite yoktur. Bu da uluslararası sistemdeki anarşinin ister istemez uzaya da taşınmasına sebep olacaktır. Özellikle günümüzde uyduları daha da küçüldüğü ve özel şirketlerin de kendi uydularını yörüngeye gönderdiği mevcut ortamda hukuki sorumluluk konusu daha karmaşıklaşmaktadır (Haanappel, 2005: 113-120).

Bu noktada F. Lyall ve P. B. Larsen dış uzaydaki araştırmalarda özel şirketlerin yetkinliği ve liyakati tartışmalarından ayrı olarak mevcutta uzay hukukun yetersizliğine dikkat çekmiştir. Mevcut stratejik ve ticari ortamda özel şirketlerin bu eksiklik sebebiyle özel hukuk kurallarına göre hareket

etmek durumunda kalmaktadır. Bu yüzden uydu imalatı, fırlatılması, yörüngeye oturtulması ve güvenlik alanında kullanılması konularında özel sektör, özel hukuka göre tabi olarak faaliyet göstermektedir. Ancak Lyall ve Larsen'e göre ortaya çıkan eksikliklerin, yetkin bir uzay hukuku normları oluşturulana kadar giderilebilmesi için sadece özel hukuk değil kamu hukuku normları da bu alanda kullanılmalıdır. Ancak bu konu ile ilgili öncelikle ulusal daha sonra da uluslararası hukuk normlarının eksikliği bir anlaşmazlık durumunda problemlere yol açmaktadır (Lyall ve Larsen, 2009: 468; Mourre, 2005: 37-58). Bu yüzden makul bir uluslararası düzenleme olmadan özel sektör, devletler ve uluslararası örgütler arasında ortaya çıkacak olan ihtilaflar bu konuda faaliyet gösteren devletlerin kanun ve düzenlemelerine göre çözümlenmek durumunda olacaktır (Mourre, 2005: 37-58).

Uzayda devletler ile özel şirketlerin olaylara yaklaşım farklılıklarını açıklayan görüşlerden üçüncüsü ise büyük şirketlerin arasında gerçek bir rekabet olmadığı iddiasıdır. Bu şirketler özellikle uzay araştırmaları konusunda oligopol ve imkan bulabilmeleri durumunda monopol kurmaya yatkındırlar. J.C. Moltz'un iddiasına göre her 75 uydu fırlatmasından sadece 23'ü ticari açıdan serbest rekabete açık olmuştur (Moltz, 2014: 96). Uzun dönemli kamu mali kaynaklarının desteği olmadan uzay araştırmalarına yatırım yapmak özel sektör açısından çok anlamlı değildir zira ilk yatırım maliyetleri çok yüksektir, belirsizlikler fazladır ve yatırımın geri dönüş süresi de oldukça uzundur. Yine de bu duruma rağmen uzay ekonomisi her geçen gün genişlemeye devam etmektedir. Örneğin uzay araştırmaları konusundaki kamu harcamaları 2012-2013 arasında % 1,3 oranında azalırken aynı dönemde özel sektörün bu konuya ayırdığı sermaye oranında %7'lik bir artış meydana gelmiştir (Conklin, 2017: 33). Kamu kurumları bu durumdan haberdardır ve bu yüzden uzay araştırmaları konusunda özel sektör şirketlerinin varlığına müsamaha göstermektedir ve özel sektör tarafından üretilen teknoloji ve enformasyona erişmeye, kullanmaya oldukça isteklidir. Zira geliştirme aşamasında hiç bir riske girmedikleri bu teknolojiler kullanıma hazır olarak beklemektedir. Bu duruma Surrey Satellite Technology Ltd. örnek verilebilir. Surrey Satellite Technology 25 yıldan fazla bir süredir uzay araştırmaları alanında faaliyet gösteren bir özel şirketken European Aeronautic Defence and Space Company (EADS) tarafından kendi bünyesine alınmış ve devlet kontrolündeki konsorsiyumun bir parçası haline

getirilmiştir. Surrey Satellite Technology ve EADS arasında yapılan anlaşma bu sektörde faaliyet gösteren diğer kamu şirketleri ile özel şirketlere de örnek olmuştur (Frankowski, 2017, s. 143). EADS'nin önemi, Avrupa uzay güvenlik pazarını kontrolü altında tutmasından kaynaklanmaktadır. Pazar şartları AB üyesi ülkelerin ulusal çıkarlarına göre belirlenmeye çalışılmaktadır. Avrupa uzay güvenlik pazarı Fitzsimmons'a göre monopol iken ABD'nin güvenlik pazarı neoliberal bir karakterdedir. Güvenlik ve uzay araştırmaları şirketleri devlete düzenli olarak hizmet sağlamaktadır. Ek olarak Amerikan bürokrasisinin ABD silahlı kuvvetlerinin mali ve personel mevcudu açısından küçültülmesi isteği de bu konu ile birleşince güvenlik alanı özel şirketlere açılmıştır (Fitzsimmons, 2015: 158). Benzer bir beklenti uzay araştırmaları için de mevcuttur.

### **3. UZAYIN YÖNETİMİ**

Uzayın yönetimi farklı açılardan değerlendirilebilir. Bununla birlikte, kamusal aktörlerin bu alandaki hâkimiyeti önemlidir. Bu yüzden bu alanda çalışan sınırlı sayıdaki özel şirket faaliyetlerini iki coğrafi bölgede yoğunlaştırmayı tercih etmiştir. Bu bölgeler ABD ve Avrupa kıtasıdır. Bununla birlikte uzayın yönetiminin bir yönü bu özel şirketler açısından özellikle zorlayıcıdır zira kamu kuruluşları uzay güvenliği konusunda özel sektöre kıyasla kanuni düzenlemelerden daha fazla bağımsızdır. Bu yüzden söz konusu uzay güvenliği olduğunda bu uluslararası yönetim birbiri ile iç içe geçmiş iki yapının birleşiminden oluşmaktadır. Bunlar Asgari Müşterek ve Stratejik İstikrar'dır. Asgari müşterek yaklaşımı gönüllü hareket ve kendini kontrol etmeyi öncelerken, Stratejik İstikrar ise ticari menfaatlerin de denkleme dâhil edilmiş olmasından dolayı daha komplekstir (Sadeh, 2015: 24). Bununla birlikte ne Asgari Müşterek ne de Stratejik İstikrar modeli özel sektör ile kamu arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin uzay güvenliğine olan etkisini derinlemesine incelememektedir. Zira yıllık 195 milyar dolar hacmi olan ticari uzay faaliyetlerinden elde edilen gelirin % 80'inin kaynağı uydu TV hizmetidir (Al-Ekabi, 2016: 52).

Genel olarak, bazı istisnai durumlar haricinde özel şirketler yasal süreçlere etki edebilecek kadar güçlü olmaktadır. Yasal mevzuatın teknolojik gelişme ve gündelik hayatın gerisinde kalıp onu takip ettiği durumlarda özel sektör vakit kaybetmeyi istememektedir. Bu duruma 2015 tarihli Commercial

Space Launch Competitiveness Act (Space Act) örnek verilebilir. ABD'deki özel sektörün çabalarının bir sonucu olan bu yasa, uzay faaliyetlerinde özel sektöre uzaya insan ve kargo taşımının dışında haklar da verilmesini sağlamıştır. Bu yasa kapsamında ABD vatandaşları uzayın ticari keşfi ve uzay kaynaklarının kullanımı haklarına da kavuşmuştur. Bu yasa ile ABD vatandaşları, gerek ABD gerekse de uluslararası kanunlar çerçevesinde uzaydaki kaynakları elde edebilir, işleyip taşıyabilir ve satabilirler. ABD devleti, uzay konusunda daha yapılan anlaşmalarla muhalif olmamak ve üçüncü taraflardan gelecek eleştirileri önlemek adına 2015 tarihli Space Act'in yürürlüğe girmesinin sebebinin herhangi bir gök cismi üzerinde egemenlik kurmak ve hâkimiyet ilan etmek olmadığını, yasanın bu şekilde anlaşılmasını gerektiğini ilan etme ihtiyacı duymuştur (Leon, 2018: 500). Bununla birlikte bu yasanın 1967 tarihli ve ABD'nin de taraf olduğu BM Dış Uzay Antlaşması-Outer Space Treaty'nin (OST) ötesine geçtiği görülmektedir. Bilindiği üzere 1967 tarihli bu anlaşma hala dış uzayda devlet ve devletdışı aktörlerin faaliyetlerinin analizi için halen kullanılmakta olan bir yasal araçtır (Hebert, 2014: 6). İçlerinde ABD, Rusya Federasyonu ve Çin'i gibi uzay yarışında yer alan devletlerin de olduğu 100'den fazla ülke tarafından imzalanan OST bu yüzden buyurucu ve standart koyucu bir belgedir. Kendisinden sonra hazırlanan benzer içerikteki antlaşmalar için de örnek ve şablon teşkil etmiştir (Kramer, 2017: 129).

Bilindiği üzere mevcuttaki uzay araştırmalarında kullanılan teknoloji ve kanuni rejim özel şirketlere uzay madenciliği ve asteroidlerde madencilik yapabilme imkânını vermemektedir. OST'de kabul edilen uzayın paylaşılması yasağı yüzünden uzaydaki kaynakların kontrol edilmesi ve işletilmesi ile ilgili bir düzenleme yapılmasına o dönemde gerek görülmemiştir (Kellman, 2014: 411-420). Bu noktada uzayın özelleştirilmesi taraftarlarının bakış açısına göre dış uzayda faaliyet göstermek isteyen ve madencilik faaliyetine başlayan ticari işletmelerin herhangi bir pozitif veya negatif yasal zorunlulukla sınırlandırılmaması gereklidir. Sınırlandırılmaları yerine cesaretlendirilmeleri gereken ticari işletmelerin muhatap olacağı tek sınırlandırma, uzayda madencilik faaliyetleri sırasında egemen devletlerin hak, yetki ve sorumlulukları ile çakışma ihtimalidir (Kellman, 2014: 413).

Yukarıda ismi zikredilen bu önleyici düzenlemeler ve yasalar 1979 tarihli Ay Antlaşması-Moon Treaty'de varlığını hissettirmektedir. Ay



Antlaşması, uzay araştırmalarına katılan devletleri Ay ve diğer gök cisimlerinde faaliyetlerini düzenleyen ve olası anlaşmazlıkların ortaya çıkmadan çözülmesi amacı güden bir antlaşmadır. Ay Antlaşması'nı dönemin iki süper gücü olan ve uzay yarışında yer alan ABD ve Sovyetler Birliği imzalamamıştır. Zira antlaşma, mümkün olması halinde Ay'ın uluslararası kullanımı için kuralların konmasını ve bu kuralları belirleyecek bir düzenlemenin tesis edilmesini talep etmektedir (Blamont, 2012: 212-217; Finarelli ve Pryke, 2005: 97-99). Kendisini bir taahhülle bağlamak istemeyen her iki devlet de bu yüzden bu antlaşmaya imza atmamıştır (Frankowski, 2017: 138).

2015 tarihli Space Act, Deep Space Industries ve Planetary Resources adlı iki ABD şirketinin planlarına karşı bir tepkidir. Her iki şirket de 2023 yılına kadar olan süreçte mini uydular kullanarak asteroidlerde madencilik yapma amacıyla olduklarını ilan etmiştir). Bu kapsamda 2018 yılında ilk hammadde paketinin de dünya getirilmesinin planlandığı açıklamışlardır. Ancak bu şirketlerden Deep Space Industries 1 Ocak 2019'da Bradford Space tarafından satın alınmıştır. Planetary Resources de benzer kaderi paylaşmış ve ConsenSys adlı bir blockchain şirketi tarafından satın alınmıştır. Her ne kadar ilan etikleri amaca ulaşmasalar da kamunun ve kanun yapıcıların dikkatini bu alana çekmişler ve bu alanda bir düzenlemeye ihtiyaç duyulduğunu fark etmelerini sağlamışlardır. Space Act destekçileri uzayda keşfedilmemiş ve düzenlenmemiş alanlarda ihtiyaç duyulan kanuni yapının bu yasa ile sağlanacağı iddiasındadırlar. Ayrıca yasanın destekçilerine göre ABD tarafından çıkarılan bu yasa uluslararası hukukla da uyumludur, onu ihlal etmemektedir. Uzay kaynaklarının keşfi ve kullanımı konsepti ve toplanan malzemelerin dünyaya getirilmesi şu anda ekonomik açıdan karlı bir iş değildir. Zira geri getirilebilecek faydalı yük 30-60 kg. arasında değişmektedir. Ancak konunu destekçisi uzmanlara göre bu durum bir süre sonra değişecektir. Dünyadan uzaya araç ve kargo göndermedeki kısıtlamalar, riskler ve yüksek maliyetler sebebiyle bu faaliyetlerde kullanılacak yakıt, malzeme ve hammaddeler gök cisimlerinden temin edilmek zorunda kalınacaktır. Bu da uzay araştırmalarında ister istemez yeni gelişmeleri beraberinde getirecektir. Bu kapsamda uzay araçları yukarıda değinilen sınırlama ve kısıtlamalar sebebiyle önce dünyada parça parça yapıлып yörüngeye taşınacak ve daha sonra burada birleştirilecektir. Bu da özellikle

maliyeti düşürebilecek ve özel şirketleri uzay araştırmalarına katılma noktasında cesaretlendirecektir (Moltz, 2014: 110-111). Ancak uzayda, yer çekimsiz ortamda çalışmak dünyadakinden daha zordur. Ancak dünyadan yörüngeye kargo çıkarmanın yüksek maliyeti ve sınırlı kapasitesinin bertaraf edilecek olması şirketleri yer çekimsiz ortam, uzaydaki radyasyon ve uzay çöplerinden kaynaklanan riskleri göze almaya itecektir (Frankowski, 2017: 138). Bu anlatılanların gerçek olması durumunda uzayda atıl halde dolaşan uyduların da tamirata ve yakıt ikmalı yapılabilecek ve yeniden kullanılması sağlanabilecektir. Bu da uzayın güvenliği ve terk edilmiş olan uydularının sahiplerinin el değiştirmesi ve kullanılan teknolojilerin ele geçirilmesi de yol açabilir. Zira mevcut uluslararası hukuk sahipsiz kalmış olan uydulara el konulması ile ilgili bir hüküm barındırmamaktadır. Hukukta tanımlanmış bir fiil ve suç teşkil etmediği için bu durumun korsanlıkla veya hırsızlıkla ilişkilendirilmesi de zordur. O yüzden uzay madenciliği konusuna dikkatle yaklaşan şirketler bulunmaktadır. Bu noktada uzay yarışına önce çıkacak ve kaynak arayışına başlayacak olan özel şirketler avantaj elde etmiş olacaktır. Keza yörünge ve dış uzaydaki güç dengesini de kendi ülkeleri lehine değiştireceklerdir, aynen coğrafi keşifler ve sömürgecilik döneminde olduğu gibi. Bu yüzden uzay araştırmalarında özelleştirme ile birlikte ÖAŞ'inde desteklenmesi ve orta-uzun vadede uzaydaki faaliyetlere ve araçlara koruma verilmesini beklenebilir (Frankowski, 2017: 138).

Yörünge ve dış uzayda cereyan edecek ticari faaliyetler, uzay araçlarının güvenliği için alınan kuralları da değiştirebilir. Ticari havacılık ve denizcilik örneğinde olduğu gibi kural ve standartların elde edilen tecrübelerin yardımıyla iyileştirilmesini beklemek yanlış olmayacaktır. Zira özel şirketler uzaya sadece insan ve kargo taşımakla yetinmeyecek, daha önce de ifade edilmiş olduğu üzere uzay madenciliği ve uzayda sahipsiz bir şekilde dolaşan hurdaların toplanması gibi işlere de zaman içinde yönelecektir. Bu da ister istemez uzay aracı uçuşlarını arttıracak, bu uçuşların takibi ve koordinasyonu bir zaruret halini alacaktır (Frankowski, 2017: 138).

Uzay araştırmaları konusunda bu gelişmelerin yaşanması durumunda uydu fotoğrafçılığı ve uzaktan algılamanın sadece devletlerin kontrolü elinde tuttuğu bir alan olarak kalacağını beklemek oldukça iyimser bir yaklaşım olacaktır. Tarihi açıdan bakıldığında bu sayılan alanlar uzay yarışının başlamasından itibaren özellikle iki büyük güç olan ABD ve Sovyetler Birliği,

Sovyetlerin dağılmasından sonra ise onun mirasçısı Rusya Federasyonu'nun ağırlıklı olarak kontrolünde kalan bir alan olmuştur. Ancak Fransız devletinin Satellite Pour l'Observation de la Terre (SPOT) adlı bir şirket kurma kararı bu durumun kısmen değişmesine neden olmuştur. Resmiyette ticari bir işletme olarak faaliyet gösterecek olan SPOT, uydu fotoğraflarını diğer ülkelere ve özel müşterilere tedarik amacıyla kurulmuş bir şirkettir. Teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşması sebebiyle, düşük çözünürlükte ve önemli bölgeler sansürlenmiş olsa da hava fotoğraflarından üretilen kent rehberi, navigasyon vb. uygulamalar sayesinde hava fotoğrafları herkesin erişimine açık hale gelmiştir. Bu da mevcut uluslararası güvenlik algısı ve konseptini değiştirmeye zorlamaktadır. Teknolojideki bu gelişme terör örgütlerinin de modern hayatın bu nimetlerinden faydalanmasına imkân vermektedir (Frankowski, 2017: 138-139).

## SONUÇ

Uzay araştırmalarının özelleştirilmesi ve uzayın ticari amaçlı kullanılması konusu 20. Yüzyılın son çeyreğinden başlayarak tartışılan ancak gerek mali gerekse de güvenlik kısıtlamaları sebebiyle teoride kalan bir konu olarak kalmıştır. Ancak bu durum son 10-15 yıllık dönemde değişmiş, büyük risklere rağmen büyük imkânlara da sahip olan uzay özel sektörün de faaliyet göstermek istediği bir alan haline almıştır. Bunda doğal olarak yaşanan teknolojik gelişmenin ve uzayın sunduğu neredeyse sonsuz ekonomik değeri yüksek kaynakların çok büyük etkisi vardır.

Uzay, tüm Soğuk savaş dönemi boyunca stratejik denklemdeki bir parça olarak düşünülmüş, askeri rekabet sebebiyle ekonomik olarak faydalanılması düşüncesi ertelenmiştir. Hasmane bir ortam olması ve barındırdığı büyük riskler de bu ertelemeye etkili olmuştur. Bu noktada dönüm noktası olarak Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve Küreselleşme süreci çıkmaktadır. Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve Sovyetler Birliği'nin dağılması tek kutuplu bir uluslararası sistemin ortaya çıkmasına sebep olmuş bu da askeri rekabetin bir süre azalmasını sağlamıştır. Bu durumun uzay araştırmalarına da yansması olmuştur. Uzay askeri rekabet sahası olmaktan bir süreliğine çıkması ve Küreselleşme süreci ile başlayan her şeyin özelleştirilmesi sürecinden Uzay araştırmaları da etkilenmiş, yapılan lobi faaliyetleri sonucunda özel sektörün de uzay araştırmalarına katılmasına

devletler ve güvenlik örgütleri muhalafet etmemiştir. Zira uzay kaynaklarının keşfi ve kullanımından hem devletler hem de özel sektör askeri, ticari ve stratejik açıdan, aynen Coğrafi Keşifler örneğinde olduğu gibi, büyük fayda sağlayacaktır. Hem de uzay araştırmalarının tüm maliyetini devletler tek başına taşımayacaktır.

Uzay araştırmalarında özel şirketlere daha fazla imkân sağlanması durumunda kamuya yüklenen devasa maliyetlerin de düşeceği beklentisi gibi sebeplerin de etkisiyle devlet tekelindeki bu alanda faaliyet göstermek isteyen az sayıda da olsa özel şirket ortaya çıkmıştır. Bilindiği üzere uzay araştırmaları çok yüksek maliyetleri olan bir araştırma alanı olması ile karakterize edilmektedir. Devletin desteği olmadan özel şirketlerin bu yüksek maliyetlerin altından kalmasının ilk başlarda neredeyse imkânsız olması ise sürecin zayıf karnıdır. Yine de, bu olumsuzluklara rağmen uzay araştırmaları ve uzay güvenliğinin özelleştirilmesi beklenmedik bir şekilde gelişme göstermiştir. Zira günümüz ticari ortamında özel sektörün artan mali gücü buna imkân verir hale gelmektedir. Keza uzayın sunduğu neredeyse sonsuz ve bir kısmı yeni ekonomik kaynaklar da uzay araştırmalarının cazibesini artırmaktadır. Bu noktada önemli olan şey bu yarışta ilk olmaktır. Uzayın sunduğu kaynaklara ilk ulaşanlar takip edenlere büyük bir üstünlük sağlayacak ve avantaj kazanacaktır.

## **KAYNAKÇA**

ABRAHAMSEN, Rita, WILLIAMS, Michael C., “Security Beyond the State: Private Security in International Politics”, Cambridge University Press, Cambridge, 2011.

AL-EKABI Cenan, “European Space Activities in the Global Context”, içinde C. Al-Ekabi, Blandina Baranes, Peter Hulsroj, Arne Lahcen (Eds), Yearbook on Space Policy 2014: The Governance of Space, Springer, Viyana, 2016, s. 3-88.

BLAMONT, Jacques, “US Space Exploration Strategy: Is There a Better Way?”, Space Policy, C. 28, Sa. 4, 2012, s. 212-227.

BRACHET, Gerard, “The Origins of the ‘Long-term Sustainability of Outer Space Activities’ Initiative at UN COPUOS”, Space Policy, C. 28, Sa. 3, 2012, s. 161-165.

CHESTERMAN, Simon, FISHER, Angelina, “Conclusion: Private Security, Public Order”, içinde S. Chesterman, & A. Fisher (Eds), Private Security, Public Order. The Outsourcing of Public Services and Its Limits, Oxford University Press, Oxford, 2009, s. 222-226.

CONKLIN, Kit, “Deterrence in the Age of Asteroid Mining: Nuclear Strategy and the Commercialization of Space”, içinde M. Cancian (Ed), Project on Nuclear Issues: A Collection of Papers from the 2017 Conference Series and Nuclear Scholars Initiative, Rowman and Littlefield, New York, 2018, s. 30-39.

DOLMAN, Everett Carl, “Astropolitik: Classical Geopolitics in the Space Age”, Frank Cass Publication, Londra, 2002.

DONAHUE, John D., “The Privatization Decision: Public Ends, Private Means”, Basic Books, New York, 1991.

FINARELLI, Peggy, PRYKE, Ian, “A New Paradigm for International Cooperation in Space Exploration”, Space Policy, C. 21, Sa. 2, 2005, s. 97-99.

FITZSIMMONS, Scott, “The Market for Force in the United States” içinde Molly Dunigan, Ulrich Petersohn (Eds), The Markets for Force: Privatization of Security Across World Regions, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 2015, s. 144-161.

FORTHEAU, Mathias, “Space Law”, içinde James Crawford, Alain Pellet, Simon Olleson (Eds), The Law of International Responsibility, Oxford University Press, New York, 2010, s. 903-914.

FRANKOWSKI, Pawel, “Outer Space and Private Companies: Consequences for Global Security”, Politeja, C. 50, Sa. 5, 2017, s. 131-148.

HAANAPEL, Peter, “Enforcing the Liability Convention: Ensuring the Binding Force of the Award of the Claims Commission”, içinde Marietta Benkö, & Kai-Uwe Schrogl (Eds), Space Law: Current Problems and Perspectives for Future Regulation, Eleven International Publishing, Utrecht, 2005, s. 113-120.

HEBERT, Karl D., “Regulation of Space Weapons: Ensuring Stability and Continued Use of Outer Space”, Astropolitik, C. 12, Sa. 1, 2014, s. 1-26.

KELLMAN, Barry, “On Commercial Mining of Minerals in Outer Space: A Rejoinder to Dr Ricky J. Lee”, *Air and Space Law*, C. 39, Sa. 6, 2014, s. 411-420.

KLEINBERG, Howard, “On War in Space”, *Astropolitics*, C. 5, Sa. 1, 2007, s. 1-27.

KRAMER, William R., “In Dreams Begin Responsibilities-Environmental Impact Assessment and Outer Space Development”, *Environmental Practice*, C. 19, Sa. 3, 2017, s. 128-138.

LAL, Bhavya, “Reshaping Space Policies to Meet Global Trends”, *Issues in Science and Technology*, C. 32, Sa. 4, 2016, s. 63-74.

LEON, Amanda M., “Mining for Meaning: An Examination of the Legality of Property Rights in Space Resources”, *Virginia Law Review*, C. 104, Sa. 3, 2018, s. 497-546.

LINK, Albert N., SCOTT, John T, “Public Goods, Public Gains: Calculating the Social Benefits of Public R&D”, Oxford University Press, Oxford, 2011.

LIONNET, Pierre, (2016). “The European Space Industry in 2015: ASD Eurospace facts and figures”, ASD Eurospace, Paris, 2016.

LYALL, Francis, LARSEN, Paul B., “Space Law: A Treatise”, Routledge, New York, 2009.

MOLTZ, James Clay, (2014). “Crowded Orbits: Conflict and Cooperation in Space”, Columbia University Press, New York, 2014.

MOURRE, Alexis, “Arbitration in Space Contracts”, *Arbitration International*, C. 21, Sa. 1, 2005, s. 37-58.

PRADO, Mariana Mota, “Regulatory Choices in the Privatization of Infrastructure”, içinde Simon Chesterman, & Angelina Fisher (Eds), *Private Security, Public Order, The Outsourcing of Public Services and Its Limits*, Oxford University Press, 2009, s. 107-132.

RISSE, Thomas, BÖRZEL, Tanja A., “Public-Private Partnerships: Effective and Legitimate Tools of Transnational Governance”, içinde Edgar Grande, & Louis W. Pauly (Eds), *Complex Sovereignty: Reconstituting*

Political Authority in the Twenty-First Century, University of Toronto Press, s. 195-216.

SADEH, Eligar, “Obstacles to International Space Governance”, içinde Kai-Uwe Schrogl, Peter L. Hays, Jana Robinson, Denis Moura, Christina Giannopapa (Eds), Handbook of Space Security, Springer, New York, 2015, s. 23-39.

SHAER, Matthew, “The Miner’s Guide to the Galaxy”, Foreign Policy, Sa. 218, 2016, s. 44-51.

TOPAL, Ahmet Hamdi, “Uluslararası Hukuk Açısından Özel Askeri Şirketler ve Şirket Çalışanlarının Statüsü”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 60, Sa. 4, 2011, 963-1022.

YALÇINKAYA, Haldun, “Özel Askeri Sektörün Oluşumu ve Savaşların Özelleşmesi”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, C. 61, Sa. 3, 2006, 247-277.

## **ULUSLARIN KENDİ KADERİNİ BELİRLEME (SELF DETERMİNASYON) ARACI OLARAK “DİJİTAL DİPLOMASİ”**

**Hasan UZUN<sup>1</sup>**  
**Çağrı YİĞİT<sup>2</sup>**

Geliş Tarihi: 15/08/2023  
Kabul Tarihi: 04/12/2023

### **ÖZET**

Uluslararası hukukta ulusların kendi kaderini tayin hakkı bir insan hakkı olarak nitelendirilmektedir. Ulusların kendi kaderini tayin hakkı geçtiğimiz yüzyılda sömürgecilğin tasfiyesi ve yeni devletlerin ortaya çıkması noktasında önemli bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde halkların bağlı oldukları devletlerden ayrılmak amacıyla referanduma gittikleri görülmektedir. Ancak uluslararası bir temel hak olmasına karşın egemen devletler pek çok nedenden ötürü azınlık ulusların kendi kaderini belirleme haklarına olumlu olarak bakmamaktadır. Bu noktada azınlık ulusların self determinasyon hakkını elde edebilmek için uluslararası arenada kendilerini haklı çıkarmaları, olumlu imaj çizmeleri ve diğer söz sahibi ülke devlet ve kuruluşları kendilerinin bu hakka sahip olduklarını gösterebilmeleri için diplomasi faaliyetleri oldukça önem arz etmektedir. Bu çalışmada ulusların kendi kaderini belirleme noktasında dijital diplomasinin nasıl uygulanabileceği ve yapılan uygulamaların bağımsızlık sürecine ne derece etki ettiği araştırılmıştır. Araştırma bulguları dijital diplomasi faaliyetlerinin uluslararası camianın desteğini alabilmek adına etkin bir stratejik yöntem olduğunu ve azınlık ulusların uluslararası hukukta self determinasyon hakkı elde etmek amacıyla kullanabileceği etkin bir yumuşak güç (Soft Power) aracı olabileceğini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Self-Determinasyon, Özerklik, Diplomasi, Dijital Diplomasi

<sup>1</sup>Doç. Dr. Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, huzun@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3526-2540

<sup>2</sup> Uzman, cagriyigit33@gmail.com, ORCID:0000-0002-3821-5635



## **Self Determination of Nations “Digital Diplomacy” As A Tool**

### **ABSTRACT**

In international law, the right of nations to self-determination is described as a human right. The right of nations to self-determination has emerged as an important actor in the elimination of colonialism and the emergence of new states in the last century. In the historical process, it is seen that peoples went to a referendum in order to leave their states. However, despite being an international fundamental right, sovereign states do not favor the right of self-determination of minority nations for many reasons. At this point, diplomatic activities are very important for minority nations to justify themselves in the international arena in order to obtain the right of self-determination, to draw a positive image, and 218os how that they have this right. In this study, it has been investigated how digital diplomacy can be applied at the point of determining the self-determination of nations and how much the implementations affect the independence process. Research findings reveal that digital diplomacy activities are an effective strategic method in order to gain the support of the international community and can be an effective soft power tool that minority nations can use to obtain the right to self-determination in international law.

**Keywords:** Self-Determination, Autonomy, Diplomacy, Digital Diplomacy

## **GİRİŞ**

Uluslararası hukuk self determinasyon ilkesini uluslararası bir insan hakkı olarak görmektedir. Milletlerin kendi kaderini tayin hakkı, son yüzyılda sömürgeciliğin ortadan kalkması ve yeni devletlerin ortaya çıkmasında önemli bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda self-determinasyon olarak adlandırılan ulusların kendi kaderlerini belirleme hakkı, kolonilerin bağımsızlıklarını kazanmalarında önemli rol oynamıştır. Ancak kendi kaderini tayin hakkı uluslararası hukukta temel bir hak olarak tanımlansa da devletlerin dengeleri ve statükoyu bozacağı düşüncesiyle hoş karşıladığı bir kavram değildir. Bununla birlikte bu kavram çoğu zaman büyük devletler açısından halkların huzuru ve barışı için kullanılan bir argüman olmaktan öte bir istismar aracı olarak ülkelerin bölünüp parçalanmasına yol açacak bir süreci ifade etmek için kullanılmıştır (Sönmez ve Aygen, 2019: 665-666).

Tarihsel süreç içerisinde halkların bağlı oldukları devletlerden ayrılmak amacıyla referanduma gittikleri görülmektedir. Yakın tarihte Quebec Kanada'dan, Katalonya İspanya'dan, İskoçya Birleşik Krallık'tan, Irak Kürt Bölgesel Yönetimi ise Irak'tan ayrılmak amacıyla referanduma gitmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra sömürgeciliğin tasfiyesinin sonucu olarak Soğuk Savaş sonrasında SSCB'nin çöküşü ve Avrupa'nın doğusunda ortaya çıkan iç savaş neticesinde birçok ulus devlet ortaya kurulmuştur. Tarihte imparatorluklar bünyesinde bulunan azınlıklar, kendi kaderini tayin hakkına dayanarak bağımsızlık gayelerini hukuki bir zemin altında açıklama imkânı bulmuşlardır (Koçak, 2018: 87).

Azınlık ulusların self determinasyon hakkını elde edebilmek için uluslararası arenada kendilerini haklı çıkarmaları, olumlu imaj çizmeleri ve diğer söz sahibi ülke devlet ve kuruluşları kendilerinin bu hakka sahip olduklarını gösterebilmeleri için diplomasi faaliyetleri oldukça önem arz etmektedir. 21. Yüzyılda bilgi iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler dijital diplomasi adında yeni bir alanın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dijital diplomasi kısaca özetlenecek olursa bir ülkenin uluslararası camiada olan markasını ve saygınlığını daha etkili bir biçimde politize etmek ve uluslararası ilişkilerdeki amaçlarına ulaşmak için internet ve dijital medya organlarını aktif bir şekilde kullanmaktır. Bunu yaparken diğer ülke ve ulusların bireyleriyle iletişim kurmak, zihinlerini ve gönüllerini kazanmak

amacıyla sosyal ağların (Twitter, Instagram, Facebook) kullanılması olarak açıklanabilir (Yiğit ve Uzun, 2023: 226-228).

Günümüzde, kendi kaderini tayin hakkı mücadelesi veren toplulukların, terörizmi araçsallaştırmadan, politik gayelerini hukuki bir zemine dâhil ederek uluslararası toplumu istiklallerinin haklılığına inandırmaları gerekmektedir. Uluslararası toplumda bir kamuoyu oluşturulursa, kendi kaderini tayin hakkının tanınması ve dolayısıyla bağımsızlık sağlanabilir. Bu anlamda dijital diplomasi uluslararası toplumda kamuoyu oluşturmak adına etkin bir stratejik yöntem olarak kullanılabilir. Birlikte, azınlık ulusların uluslararası hukukta self determinasyon hakkı elde etmek amacıyla kullanabileceği etkin bir yumuşak güç aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bağımsızlık ve otonomi isteyen aktörlerin sıkça kullandığı bir yöntem olarak karşımıza çıkan dijital diplomasi kavramının bağımsızlık ve otonominin kazanılması hususunda nasıl bir etki yarattığı literatürde yanıtlanmamış bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijital diplomasi literatüre yeni girmiş bir kavram olduğu için konu ile ilgili yeterli çalışma yapılamamıştır. Bağımsızlıklarını henüz ilan edememiş veyahut ilan etse de uluslararası toplumda kabul görmemiş, yerel ve bölgesel azınlıkların bağımsızlık ve özerklik kapsamında uyguladıkları kamu diplomasisi faaliyetleri üzerine bazı çalışmalar yapıldıysa da çalışmaların sayısı yetersiz kalmaktadır. Ayrıca bazı araştırmacıların ifade ettiği tanımla kamu diplomasisinin dönüşümü ile ortaya çıkan dijital diplomasi kavramının self determinasyon ile bir arada kullanıldığı bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Öyle ki tıpkı kamu diplomasisinde olduğu gibi self determinasyon hareketlerinde dijital diplomasi kamuoyu oluşturma, olumlu imaj oluşturma, haklılıkları duyurma, uluslararası arenada sempati uyandırma gibi pek çok nedenle self determinasyon hareketlerinde kullanılabilir. Bu bağlamda dijital diplomasi bir self determinasyon aracı olarak kullanılabilir mi sorusu çalışmamızın temel sorusu odağı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ayrıca çalışmamızda dijital diplomasi self determinasyon hareketlerinin başarıya ulaşmasında ne gibi faydalar sağlayacağını tespiti oldukça önemlidir. Çalışma üç temel noktada önem arz etmektedir. Birincisi dijital diplomasi gibi yeni bir alan ile ilgili yapılan çalışmalar sınırlı sayıdadır. Bu anlamda literatüre katkı sağlamaktadır. İkinci olarak dijital diplomasi ve self determinasyon ilişkisini ortaya koyan bir çalışma bulunmamaktadır. Bu

bağlamda çalışmamız yapılacak olan çalışmalara öncü konumdadır. Üçüncü ve son olarak self determinasyon mücadelesi veren uluslar için yeni bir strateji oluşturabilmektedir.

Çalışma üç ana başlıkta incelenmektedir. Giriş bölümünün akabinde ikinci bölümde Self Determinasyon kavramı ele alınacaktır. Üçüncü bölümde ise dijital diplomasi kavramı ele alınıp ardından dördüncü ve son bölümde ulusların kendi kaderini tayin etme aracı olarak dijital diplomasi başlığı altında self determinasyon aracı olarak kullanılan dijital diplomasi faaliyetlerine yer verilecektir. Bunun yanında son bölümde dijital diplomasi bağımsızlık ve özerklik sürecinde uluslara ne gibi katkılar sunabileceği üzerinde durulacaktır.

## **1. SELF DETERMİNASYON KAVRAMI**

### **1.1. Tanım**

Self-determinasyon kavramı uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi ve uluslararası hukukta tarih sahnesinde söz edildiği günden bugüne en tartışmalı konulardan biri olarak süregelmektedir. Kökeni Avrupa'ya uzanan self-determinasyon ilkesi en geniş tanımıyla halk egemenliği kavramına dayandırılabilir. Bununla birlikte kavram ilk olarak Avrupa ve Amerika'da bireylerin kendi siyasi idealleri için yine kendilerinin karar verme çabalarıyla türemiştir (Ehtibarlı, 2019: 21-23). Self-determinasyon en yalın ifadeyle ulusların kendi kaderini belirleme hak ve özgürlüğü olarak ifade eder. Ancak literatürde ulusların kendi kaderini tayin özgürlüğünün ne olduğu, kapsadığı ve neleri dışarıda bıraktığı hususunda ortak bir kaniya varılamamıştır. Bu bağlamda self determinasyon kavramı uluslararası hukuk ve siyasi organlarca farklı bakış açılarıyla yorumlanmıştır. Kavram ile ilgili yapılan tanımlar incelendiğinde genel olarak içsel self-determinasyon ve dışsal self-determinasyon olmak üzere iki farklı sınıflandırmanın yapıldığı görülmektedir (Jones, 1999: 95).

Daha çok liberal kuramcılar tarafından kullanılan içsel self-determinasyon kavramı bir toprak parçası üzerinde ortak kültür değerlerine sahip gurubun kendi yönetim biçimini herhangi bir baskı altında olmadan yaşaması ve demokratik bir ortam içerisinde egemenlik kurması anlamına gelmektedir (Sönmezoğlu, 2012: 680). Watt'a göre self determinasyon bir azınlığın ya da gurubun kendi hükümetini seçmesi anlamında kullanılırken De

George self-determinasyon ile ilgili olarak halkın kendisini yönetecek olan yöneticiyi ya da yönetim şeklini seçme hakkı olarak tanımlanmıştır. Ayrıca De George, kendi kaderini tayin hakkını gerçekçi bir hak olarak görmüyor, bir mit/masal olarak tanımlıyor. Buna gerekçe olarak self-determinasyon ilkesinin mevcut düzeni sekteye uğratacağını ve azınlıklar için mantıklı bir seçim olmayacağını ileri sürmüştür. Halperin, Scheffer ve Small ise egemen devlet içerisinde bulunan azınlıkların kendilerine egemen bir devlet oluşturmaksızın daha geniş bir özerklik ya da dil ve din ile ilgili birtakım haklar elde etme hakkını self determinasyon olarak nitelendirmiştir (Cebeci, 2019: 22).

Daha çok Marksist kuramcılar tarafından benimsenen ve kullanılan dışsal self-determinasyon kavramı ise belli etnik, dilsel ve dinsel özelliklere sahip grupların farklı kültür ya da sosyal yapıya sahip egemen bir gücün bünyesinde olmadan kendi yönetim şeklini belirlemesi olarak tanımlanmaktadır (Sönmezoğlu, 2012: 680). Bu bağlamda Cutler self-determinasyon kavramının birbirinden farklı şekillerde ifade edildiğini, karşı konulamaz bir ülkü olarak imgelendiğini belirtmiştir. Kendisi self-determinasyonu etnik, dini veya dilsel olarak farklı bir gurubun ayrı bir ulusal egemenlik ve bağımsızlık oluşturma gayesiyle mevcut bulunan egemen güçten ayrılarak ulusal sınırların yeniden şekillendirilmesi talebi olarak nitelendirmiştir (Cutler, 1992: 6). Jones ise dışsal self-determinasyon hakkını bir ulusun ya da etnik, dilsel ve dinsel olarak farklı olan azınlığın kendi kaderlerini dış müdahalelerden bağımsız ve özgür olarak şekillendirmeye gücü yetmesi olarak tanımlamıştır (Jones, 1999: 95).

Self determinasyon tanımları incelendiğinde içsel ve dışsal self-determinasyon kavramlarının başta içerik ve kapsam olmak üzere birtakım farklılıklarının olduğu görülmektedir. Ayrıca içsel self determinasyon sürekli bir hak iken dışsal self-determinasyon bir kerelik bir hak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir diğer farklılık ise içsel self-determinasyonda halkın kapsamı daha geniş tutulurken dışsal self determinasyonda bu haktan yararlanma durumu sadece belli halklar için geçerlidir (Cebeci, 2019: 23).

Kelsen'e göre self-determinasyon ilkesinin temelinde belirli bir ülke sınırları içerisinde yaşayan ve kendini egemen kültüre göre yalnız hisseden bireylerin, kendisi gibi diğer insanlarla birleşip birtakım sosyal bağlar oluşturması sonucu kendi devletini kurmak istemesi düşüncesi vardır (Kelsen, 1941). Bu görüşe karşıt görüşler ise self-determinasyon ilkesinin toprak

bütünlüğü ilkesi ile paralellik göstermesi gerektiğini vurgulamaktadır. Düşünceleri Burkina Fasso-Mali davası yargıçlarından Georges Abi- Saab'ın da ifade ettiği gibi self-determinasyon hakkı ancak bir hayal olarak kalacak ve kargaşa insan haklarının önünü açmayacaktır şeklindedir (Karaosmanoğlu,2003: 152). Günümüzde daha çok demokratikleşme anlamı kazanan self determinasyon ilkesi, toprak bütünlüğe kast eden tanımlar bölücü guruplar dışında rağbet görmemektedir. Marc Weller, self determinasyon hakkının etnik halkların ve diğer grupların bağımsızlık umutlarını kapsadığını, ülkelerin milliyetçilik anlayışlarının gelişmesinde rol oynadığını ve yalnızca bölücü bir ülkü düşüncesinde olan etnik gruplara uygun bir araç sunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca Weller self determinasyon tartışmalarının en kalıcı ve yıkıcı savaş şekillerinden biri olduğunu belirtmektedir (Weller, 2009: 111).

Self-determinasyon ile ilgili tanımlar incelendiğinde literatürde tanımların genel olarak ayrılma hakkını öne çıkaran yaklaşımlar ve iç self-determinasyona dikkat çeken ve sorunun çözümünü demokratikleşme yolunda arayan yaklaşımlar olmak üzere iki eksende toplandığı görülmektedir.

## **1.2. Self Determinasyon Bir Hak mı Yoksa İlke midir?**

Self-determinasyona ilişkin bir tanım sorunu olmakla birlikte, tanım tartışmalarının yanı sıra, self-determinasyonun yasal bir hak mı yoksa siyasi bir ilke mi olduğu konusunda da tartışmalar bulunmaktadır. Bireyselden ziyade ulusal ya da toplumsal haklar içerisinde değerlendirilen ulusların kendi kaderini tayin hakkının yasal bir hak mı yoksa siyasal bir ilke mi olduğu konusuna geçmeden önce hak kavramı üzerinde durmak konunun anlaşılması açısından önemlidir. Shue'ye göre hak bir talebin adil ve doğru olması temelini oluşturan en önemli unsur olarak nitelendirilmiştir (Shue, 2009). Gündüz ise bir hukuk yapısının öznelere tanıdığı ve güvence ettiği yetki olarak tanımlamaktadır (Cebeci, 2019: 24-25).

Saul, self-determinasyonu hem hukuki bir ilke hem de hukuk kuralı olarak nitelendirmektedir. Kavramın hukuki olarak gündeme gelmesinde ve kazanılmasında sömürülen halkların önemli bir rolü bulunmaktadır. 1960 yılında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun XV sayılı kararıyla kendi kaderini tayin hakkı, sömürge yönetimi altında yaşayan halkların bir hakkı olarak tanımlanmıştır. Bu belge neticesinde self-determinasyon ilke niteliğinden hak niteliğine evrilmiştir. Bir başka görüşe göre self-

determinasyon hakkı İkiz Sözleşmeler neticesinde bağlayıcılığı olan bir hukuk kuralı olmuştur. Self-determinasyon hakkı antlaşmalar hukuku açısından incelendiğinde devletler açısından tartışmalı bir konu olması neticesinde devletler açısından bağlayıcılığı da tartışmalıdır. Sonuç olarak ortaya çıktığı andan 1945 Birleşmiş Milletler Antlaşmasına kadar siyasi bir ilke olarak karşımıza çıkmakta, 1945 yılından 1960 bildirisine kadar olan süreçte ise hukuki ilke olarak varlığını devam ettirmektedir. 1960 yılından Soğuk Savaş bitimine kadar olan dönemde ise siyasi ve hukuki bir nitelik kazanan self-determinasyonun günümüzde içsel anlamda bir hak dışsal anlamda ise ilke niteliğinde olduğu söylenebilir (Cebeci, 2019: 25).

### 1.3. Self-Determinasyon Hakkının Özneleri

Ulusların kendi kaderini tayin hakkını kimin kullanacağı, uygulamada tartışmalı devlet politikaları açısından oldukça hassas bir konudur. Dünya siyasetinde bulunan hassas dengeler neticesinde yaşanan gelişmeler self-determinasyon hakkının öznesinde farklı yorumlamalar getirilmesine neden olmuştur. Bu halkların sahip olduğu kendi kaderini tayin hakkı genel olarak içsel self-determinasyon kavramına tabi olarak incelenmektedir (Ünlü, 2017). Uygulamada hakkın öznesi olarak bir topluluktan, yani bir bölgede yaşayan insanlardan oluşan bir topluluğun, kendi kaderini belirleyecek benliğin ifadesi olarak bahsedilmektedir. Bu insan topluluklarının kimler olduğu, hakkın kullanımında yasal otoritenin kimin elinde olacağı sorularının cevaplanması gerekmektedir (Ünlü, 2017: 81).

Tarihsel süreç incelendiğinde self-determinasyon hakkının başlangıçta sömürgeler için ortaya çıkmış ya da çıkarılmaya çalışılmış olduğu görülmektedir. Tarihi belge ve veriler incelendiğinde 20 yüzyılın ikinci çeyreğinde 750 milyondan fazla insanın sömürge yönetimleri altında yaşadığı görülmektedir. 1946 yılında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, kendi kaderini tayin hakkından mahrum kalan halkların bir listesini yayınladı ve bu listeye 74 bölge dâhil edilmiştir. Dekolonizasyon süreci ile bu sayı 1960 yılında 64'e inmiştir. Günümüzde ise bu sayı belgelerde 16 olarak geçmektedir (United Nations, 2016).

Yukarıdaki bilgilerden hareketle klasik anlamda self-determinasyon hakkından bahsedildiğinde ilk olarak sömürge halkları akla gelecektir. Sömürge halklarının kimler olduğu Birleşmiş Milletler tarafından

çözümlemişdir. Ancak günümüzde klasik anlamda sömürgecilik faaliyetleri sona erdiği için vesayet rejimi adı altında sömürge ile yönetilen halklar kalmadığından bu hakkın uygulanması olanaksız hale gelmiştir.

Self-determinasyon hakkının öznesi konumunda olan bir diğer unsur ise azınlıklar ve etnik gruplardır. Günümüzde etnik grupların yaşadığı devletlerde kendi kaderini tayin hakkı, egemen gücün otoritesine ve ülkesel bütünlüğüne yönelik bir tehlike olarak algılanmaktadır. Diğer bir ifadeyle bir devletin ülkesel bütünlük ilkesinin uygulanması, azınlıklar ve etnik gruplar için self-determinasyon hakkının uygulanmasından daha öncelikli bir konumdur. Uluslararası hukuk belgeleri incelendiğinde azınlıklar ve etnik grupların kendi kaderini tayin hakkı sömürgelerinkinden oldukça farklılık göstermektedir.

Egemen ve bağımsız bir devlet içerisinde bulunan herhangi bir etnik grup ve azınlık gurubun dışsal self determinasyon ilkesi doğrultusunda bir devletten ayrılma yani bağımsız bir devlet kurması kendi kaderini tayin etme kapsamında değerlendirilemez. Uluslararası hukukta bu tip iddiaların herhangi bir karşılığı yoktur. Kısacası azınlıkların ve etnik gurupların self-determinasyon hakkı yeni bir devlet kurmak şeklinde değerlendirilirse hem uluslararası toplum düzenine hem de devletlerin ülkesel bütünlüğüne zarar verecektir (Pazarıcı, 2012: 142-143).

Günümüzde yerli halkların büyük çoğunluğu sömürgeler ile benzer bir geçmişi paylaşmaktadır. Hatta günümüzde sömürgeler tasfiye edilmiş olsa da yerli halkları günümüz sömürgeleri olarak tasnif etmek yanlış bir kullanım olmayacaktır. Uluslararası hukukta yerli halkların kendi kaderini tayin etme hakkı ile ilgili düzenlemeler vardır. İlk adımları Uluslararası Çalışma Örgütü ile yapılan yerli halkların kendi kaderini tayin etme hakkı düzenlemeleri 2007 yılında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu Kararı ile evrensel bir nitelik kazanmıştır (Ünlü, 2017: 87).

## **2. DİJİTAL DİPLOMASİ KAVRAMI**

Diplomasinin tarih sahnesinde yer alışı en az modern devletlerin ortaya çıkışı ile eş zamanlıdır. Modern devletlerin kurulmasıyla birlikte devletlerarası görüşmeleri yürütmek amacıyla diplomatik faaliyetler başlamıştır. Devlet kavramı yeryüzünde var olmaya devam ettikçe diplomasinin de var olacağı düşünülmektedir. En yalın anlamıyla diplomasi,



devletlerin birbirleri arasındaki siyasi ilişkileri gerilime yer vermeden savaşa gerek kalmadan barış yoluyla çözmesi anlamına gelmektedir. Ancak diplomasi kavramı günümüzde sadece devletlerin ve diplomatların sadece dış politikadaki hedeflerine ulaşmak amacıyla kullandığı bir araç olmakla kalmamış, toplumun ve sivil yapıların da dâhil olduğu bir siyasal iletişim metodu haline gelmiştir (Ünalnı, 2019: 137).

### **2.1. Diplomasi Kavramı**

Diplomasi kelimesinin eski Yunancadan türetilmiş olup, "çift veya iki kat" anlamına gelen "diplos" ya da "iki yana veya iki tarafa" kelimelerinden türetildiği ifade edilmektedir (Özcan ve Çınar, 2014:153). Yunan medeniyetleri ve Romalılarda devletin resmi evraklarının katlama şeklinin ikiye katlama olmasından ötürü resmi evraklara "diploma" adı verilmiştir. İlerleyen dönemde devletlerin belgelerindeki miktar artışı bu belgeleri derleyip, toplayıp, düzenleyecek ve muhafaza edecek bir birime ihtiyacı doğurmuştur. Bu bağlamda diplomasi kavramı 18.yy'a kadar devletin resmi belgelerini toplama işi anlamında kullanılmıştır (Tuncer, 2009: 13).

Diplomasi kavramının resmi belgeleri derleyip toplama, düzenleme ve muhafaza etme işinden devletlerarası ilişkileri yönetme şeklinde kullanımı İngiliz devlet adamı ve yazar Edmun Burke ile gerçekleşmiştir. Edmund Burke bu kavramı "uluslararası ilişkilerin yürütülmesinde kullanılan strateji ve yetenek" olarak yorumladı ve "diplomatik komite" tabirini icat etti (Baştan, 2016: 6).

Tuncer'e göre diplomasi sosyal ve kültürel olarak farklılık gösteren kolektif yapıların arasında iletişim kurmak için kullanılan bir araçtır (Tuncer, 2009). Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde "Uluslararası ilişkileri düzenleyen anlaşmalar bütünü; Ülkesini yabancı bir ülkede ve uluslararası toplantılarda temsil etme sanatı; Bu alanda çalışan kişinin görev ve mesleği" olarak tanımlanmaktadır (TDK).

Nicolson konuyu dar ve geniş anlamda ele alarak diplomasi'nin siyasi işlevine dikkat çekmiştir. Bu sınıflandırmada diplomatlar arasındaki iletişim ve müzakere sürecini dar anlamda değerlendirirken, ülkelerin dış politikada kullandıkları siyasi nüfuz işlevini geniş anlamda değerlendirmiştir (Nicolson, 1970). Ernst Satow ise bunu, bağımsız egemen güçlerin resmi ilişkilerinin

istihbarat ve taktik yoluyla yürütülmesi olarak tanımlamaktadır (Satow, 1932: 1).

Literatür incelendiğinde diplomasi kavramının genelde uluslararası ilişkilerde kullanılan resmi görüşmeler şeklinde ele alındığı görülmektedir. Ancak Nicolson'un tanımından yola çıkarak diplomasi'nin uluslararası ilişkilerde kullanılan resmi görüşmelerden daha kapsamlı bir kavram olduğu sonucuna varılabilir. Ayrıca Kennan ve Bartson'un diplomasi tanımı da literatüre yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Kennan, "diplomatsız diplomasi" kavramını literatüre kazandırarak, diplomasiyi devletlerarası dar bir kavram olmaktan çıkarmıştır. Bartson ise devletlerin diplomasiye ilişkin diğer tüm aktörlerle ilişkilerini tanımlamış ve diplomasiyi geniş bir perspektiften incelemiştir (Yiğit ve Uzun, 2023: 224).

Literatür incelendiğinde ortak bir yargıya varılamadığı görülmektedir. Teknolojide yaşanan gelişim ve dünya düzeninin değişmesi diplomasi kavramının da sürekli olarak değişip dönüşmesine yol açmıştır. Bu bağlamda diplomasi açısından tarihsel bir sınıflandırma yapılmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Diplomasi sınıflandırmasında bir görüş Birinci Dünya Savaşından önceki dönemde yapılan diplomasi için "eski diplomasi" Birinci Dünya Savaşından sonra Soğuk Savaş'ın sona ermesine kadar olan döneme kadar yapılan diplomasi için ise "Yeni diplomasi" olarak değerlendiriliyor. Farklı bir diplomasi kategorisinde ise sayısallaştırma vetiresine vurgu yapılmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre 1.0 alışagelmış diplomasiyi, 2.0 amme diplomasisini ve 3.0 ise sayısallaştırma diplomasisini ifade etmektedir (Yücel, 2016: 749).

## **2.2. Küresel Dönemde Diplomasi'nin Dönüşümü**

Soğuk savaş sonrası dönemde hızlanan küreselleşme süreci ve teknolojik gelişmeler diplomasi'nin dönüşümünü de hızlandırmıştır. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşması, ülkelerin diplomasi'de dijital araçları ve interneti kullanmaya başlamasına neden olmuştur. Diplomasi sürecinde sadece devletler değil, sivil toplum kuruluşları, şirketler ve hatta bireyler kullandıkları Facebook, Twitter, Instagram sosyal medya araçlarında ülkelerinin reklamlarını yapmaya ve cezbedici imajlarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Yakın tarihte gerçekleşen Arap Baharı adıyla

nitelendirilen ve bütün Ortadoğu'yu çok kısa sürede etkisi altına alan halk hareketi sosyal medya üzerinden organize olmuş ve seslerini kamuoyuna sosyal medya üzerinden duyurmuşlardır. Böylece Arap Baharı dijital araçların önemini gözler önüne sermiştir. İnternet teknolojilerinin bu etkisi internet kullanımının da yaygınlaşması iletişimi hızlandırmış, dünyada yaşanan bütün gelişmeler zaman ve mekân fark etmeksizin toplumların gündemine taşınmıştır. Bu özelliğiyle dijital diplomasi farklı bir diplomasi çeşiti olarak değerlendirilebilir (Yiğit ve Uzun, 2023: 224-225).

Ancak dijital diplomasinin ortaya çıkışı eski diplomasi ve kamu diplomasisini ortadan kaldıran ve bu iki diplomasinin ekarte eden diplomasi çeşidi olarak algılanmaması gerekmektedir. Dijital diplomasi, diplomasinin günümüzde ulaştığı bir boyutu ifade etmektedir. Bu nedenle diplomasinin dönüşümünün açıklanması konunun daha anlaşılır olması bakımından elzemdir.

Birinci Dünya Savaşı öncesinde diplomasi kavramı gizli sözleşmeler olarak algılanırken, savaşlar sonuçlarıyla birlikte diplomasi kavramının yeniden revize edilmesi gerekliliğini hatırlattı. Bu dönemde ABD Başkanı Wilson, diplomasinin açık bir şekilde yürütülmesi ve anlaşmazlıkların barış yoluyla çözülmesi gibi ilkeleri açıklamıştı. Bu durum diplomasideki en büyük kırılma noktası olarak nitelendirilebilir. "Açık diplomasi" olarak adlandırılan bu dönem, Birinci Dünya Savaşı'nın sonundan İkinci Dünya Savaşı'nın başlangıcına kadar önemini korumuştur (Kocaoğlu, 1993: 359).

Yücel ise bu dönemle ilgili olarak ülkelerin kendi egemenlik esaslarına göre uluslararası normlara aykırı hareket etmeden, toprak bütünlüğünü ve çıkarlarını korumak için ikili/çok taraflı diplomasi faaliyetlerinde bulduklarını belirtmiştir. Alışagelmiş diplomasi veya Diplomasi 1.0 olarak adlandırdığı bu dönemin unsurlarını uluslararası ilişkilerde görünürlük ve imaj yaratma, müzakere, sert güç, otorite ve sınıf olarak tanımlamaktadır. Bu devirde devletin aktörlerinin çoğunlukla devlet adamları, dışişleri bakanları ve diplomatlar olduğu görülmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında özellikle Nazilerin kullandığı manipülasyon/hileli yönlendirme ve sert güç kavramının, yerini yumuşak güç ve stratejik iletişim almıştır. Ayrıca Yücel Soğuk Savaş döneminde klasik diplomasi anlayışının büyük ölçüde terk edildiğini ve kamu diplomasisinin yaygın olarak kullanıldığını ifade etmektedir. Bu dönemde egemenlik ve hiyerarşi gibi sert güç politikalarından vazgeçildiğini,

toplumların zihinlerine ve kalplerine nüfuz etmek amacıyla bilim, kültür, eğitim, sanat, medya gibi yumuşak güç araçlarının tercih edildiğini ifade etmiştir (Yücel, 2016: 748).

Hükümetlerin halkla ilişkileri, temelde ülkelerin mevcut ideolojileri ve dış politika amaçlarını başka ülkelerin halklarına cazip gösterip benimsetme amacı güden bir diplomatik mekanizmadır. Bunu yaparken ülkeler diğer ulusları kendi politikaları konusunda aydınlatır, etkiler ve onlardan kendi ulusal çıkarları doğrultusunda hareket etmelerini isterler. Soğuk Savaş'ın başlangıcında kamu diplomasisi bir psikolojik savaş stratejisi olarak uygulanırken, Soğuk Savaş'ın sonunda medya araçlarının gelişmesi yeni bir güç kavramı olan yumuşak gücün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Soğuk Savaş'a kadar askeri güç ve askeri envanter en etkili güç olarak ifade edilirken, içinde bulunduğumuz dijital çağda yönlendirme, ikna ve pazarlık en etkili güç olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda Kamu diplomasisi 1960'lı yıllardan itibaren ülkelerin dış politikada kullandığı en etkin diplomasi türü olarak nitelendirilmektedir. Sert güç, bir ülkenin uluslararası ilişkilerde istediği hedeflere ulaşmak için askeri müdahale, baskı, dayatma gibi argümanları kullanması iken yumuşak güç, hedeflere ulaşırken hayranlık, teşvik, örnek alma gibi iknaya dayalı argümanları kullanmasıdır. İkisinin dengeli bir şekilde kullanılmasına ise akıllı güç adı verilmektedir (Yiğit ve Uzun, 2023: 224).

Yumuşak güç kavramından ilk kez bahseden Joseph Nye, uluslararası arenadaki bloklamış yapının, uluslararası örgütler ve medya gibi unsurların önem kazandığını belirtmiştir (Nye, 1990: 15). Aydemir ise yumuşak gücün önemine vurgu yaparak sert gücün aldatma ve korkutmaya dayalı bir yöntem olduğunu ileri sürmüştür. Merkezi güçlerin genellikle amaçlarına ulaşmak için savaş, ekonomik baskı ve yaptırımlar uyguladıklarını ancak bu eylemin hedef unsurda savunma içgüdüsünü harekete geçirebileceğini ve devletlerin manevra yapabileceklerini dile getirmiştir (Aydemir, 2020: 82). Ancak yumuşak güç, politika hedeflerinde karşı tarafı ikna ederek, baskı ve zorlama yerine cezbetme yöntemini kullanarak karşı tarafın gönüllerini fethederek ulaşmaya çalışmaktadır (Nye, 2005).

Teknolojide meydana gelen gelişme kitle iletişim araçlarını da geliştirmiş, böylece kitleler arası iletişim hız kazanmıştır. Bu durum kamu diplomasisine yeni bir bakış açısı getirmiştir. Böylece diplomatik faaliyetler

sadece belli bir kitleye değil büyük ölçüde evrensel bir kitleye icra edilmeye başlanmıştır. Medya, ülkelerin uluslararası ilişkilerde kendilerine taraftar kazanma, haklılıklarını duyurma yolunda oldukça etkili bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Zamanla bu durumun öneminin farkına varan devletler birbirleriyle stratejik bir yarış haline girmişlerdir. Medya ve dijital ortam devletlerarası sınırları ortadan kaldırarak yeni konuların gündeme girmesine de neden olmuştur. Böylece merkezi güçler kitlelerin onayları ile elde edilen bir güç yönetimine dönüşmüştür (Yiğit ve Uzun, 2023: 224-225).

Böylece diplomasinin uygulayıcıları sadece yetkilileri değil sıradan vatandaşları da dikkate almaya başlamışlardır. Kısacası klasik diplomaside vatandaşlar diplomaside birçok noktada uzak bir konumda iken diplomasi 2.0 da uygulayıcısı olmuştur. Bu dönemde teknoloji, yazılım ve dijital medya hızlı bir değişim yaşadı. Doğal olarak bu durum diplomasi 2.0'ın da değişmesine neden oldu (Yücel, 2016).

Teknoloji, yazılım ve dijital teknolojilerde gerçekleşen bu değişim medya ve iletişim araçlarının da değişmesine neden olmuştur. Ayrıca medyanın yapısında ve işleyişinde meydana gelen bu değişim sosyal medya adında yeni bir alanın doğmasına neden olmuştur. Sosyal medyanın ortaya çıkışı haberlerin hızla yayılmasına ve iletişimin daha hızlı ve etkili yapılmasına imkân tanımıştır. Bu nedenle uluslararası ilişkilerde merkezi otoritelerin bilgi üzerindeki denetimleri zayıflamış, sosyal medya araçları diplomatik faaliyetlerin icra edilmesinde kullanılan etkili bir yöntem haline gelmiştir. Teknoloji ve yazılımdaki bu değişim savaş sanayisini de yeni boyutlara taşısa da savaşı engelleyecek olan müzakere aracı diplomasinin de hızlı gelişim ve değişimine olanak sağlamıştır. Bu süreçte diplomasi köklü bir farklılaşmaya uğramış ve dijital diplomasi (diplomasi 3.0) nosyonu ortaya çıkmıştır.

### **2.3. Dijital Diplomasi**

1990'lı yıllar internetin sivil topluma açılmasıyla ticaret, pazarlama, iletişim, kültür ve sanat gibi daha birçok alanda köklü değişim ve dönüşümlere neden olmuştur. İnternetin artık şahıs bazında kullanımı toplumu ilgilendiren pek çok konuda paradigma değişikliklerine neden olmuştur. Bireyin ve toplumların dâhil olduğu her ortam enformatik gelişmeler neticesinde

dönüşüm yaşamış ve diplomasi de bu dönüşüm yaşayan alanlardan biri olmuştur (Çatal, 2015: 43).

Bilişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler devletlerin diplomaside dijital araçlar kullanmasına neden olmuştur. Devletler ve sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra toplumun bireylerinin de dijital yöntemlerle ülkelerinin reklamlarını yapmak, tanıtımlarını yapmak, cezbedici bir imaj yaratmak ve haklılıklarını duyurmak amacıyla Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Bu nedenle devletler dijital diplomasi faaliyetlerine önem vermişlerdir. Dijital diplomasi en yalın ifadeyle “diplomatik amaçların elde edilmesinde internetin ve genel olarak dijital teknolojilerin kullanılması” şeklinde tanımlana bilir (Ezgin ve Saka, 2016: 58). Manor ve Segev ise dijital diplomasiyi, bir ülkenin imajını ve itibarını aktif olarak yönetmek ve dış politika hedeflerine ulaşmak için sosyal medya platformlarının artan kullanımını olarak tanımlamaktadır (Manor ve Segev, 2015). Lewis ise dijital diplomasiyi diplomasi faaliyetlerinde yetkililerin başka yetkililer ve diğer toplumlar ile bağlantı kurabilmek adına dijital medya uygulamalarını yani sosyal medya araçlarını kullanması olarak açıklamıştır (Lewis, 2014).

Dijital diplomasi ile ilgili literatür incelendiğinde yapılan tanımlarda internet, bilgi iletişim teknolojileri ve dijitalleşmeye dikkat çekildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra yapılan tanımlar genel olarak üç farklı hususa dikkat çekmektedir.

1. Klasik diplomasinin (diplomasi 1.0) dönüşümü sonucu dijital çağın gerekleri ve gereklilikleri ile oluşturulan yeni bir diplomasi türüdür,

2. Kamu diplomasisine yeni araçların ve yeni teknolojilerin getirilmesiyle Yeni Kamu/Amma Diplomasisi 2.0 olarak gelişimi (diplomasi 2.0) ve

3. Kamu diplomasisi gibi çağın getirdiği yenilik ve stratejiler, diplomasinin araçsallaştırılması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bjola ve Holmes küresel ortamda yaşanan gelişmelerin, video konferans görüşmelerinden sosyal medya uygulamalarına kadar tüm yeniliklerin iletişim amacıyla kullanıldığını belirtmiştir. Holmes dijital

diplomasiyi bu yeniliklerin siyasi emellere uygun bir şekilde belirlenen bir yöntem ile dijital medyanın ve sanal iş birlikçilerin diplomatik amaçlarla kullanılması olarak açıklamıştır. Bjola ise dijital diplomasiyi dijitalleşmenin her alanının doğrudan diplomasi yapmak amacıyla kullanılması, geliştirilmesi, yürütülmesi ve yönetilmesi olarak ifade etmiştir (Holmes ve Bjola, 2015:15).

Dijital diplomasi Birleşik Krallık Dışişleri Bakanlığı resmi internet sitesinde uluslararası ilişkilerde yaşanan problemleri internet yoluyla çözmek olarak ifade edilmiştir. Hanson da Birleşik Krallık Dışişleri Bakanlığının tanımına paralel bir tanım yaparak dijital diplomasiyi dijitalleşmenin diplomasi faaliyetlerini yürütmek amacıyla kullanılması olarak ifade etmiştir (Hanson, 2010). Potter, dijital diplomasiye farklı bir isim vererek siber diplomasi kavramını kullanmış ve bu kavramı diplomatik hedeflere ulaşmak için internet teknolojilerinin ve araçlarının kullanılması olarak açıklamıştır (Potter, 2002). Sandre ise dijital diplomasiyi yeni bir diplomasi çeşidi olarak ele almamış ve klasik diplomasinin bir aracı olarak ele almıştır. Yetkililerin uluslararası ilişkilerdeki faaliyetlerinde dijital araçları ve sosyal medya uygulamalarını kullanması olarak açıklamıştır. Hokking ve Melissen'de Sandre'ye benzer biçimde dijital diplomasiyi klasik diplomasinin konusu olarak ele alırken dijital diplomasi adında yeni bir isim vermeyerek "Dijital Çağda Diplomasi" adı altında incelemiştir. Ritto, uluslararası ilişkilerin dijital araç ve yöntemlerle yürütülmesi açısından "Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Yönetimi" kavramını geliştirmiş ve bu kavramı açıklarken internet ve bilgi iletişim teknolojileri aracılığıyla yürütülen bir kavram olduğunu savunmuştur. Nweke ise benzer bir yaklaşım ile "elektronik araçların diplomaside, devletlerarası ilişkileri yürütmek ve devletin dış politika mesajlarını, hem ülke içine hem ülke dışına daha geniş bir kitleye iletilmesini sağlamak" amacıyla kullanılması tanımını yapmıştır (Yiğit ve Uzun, 2023: 226-227).

Bu bağlamda yukarıdaki tanımlarda dikkat çeken husus dijital diplomasinin kimi zaman yeni bir diplomasi çeşidi olduğu öne çıkaran tanımlar da olduğu gibi kimi zaman da klasik diplomasinin bir çeşidi olduğunu öne çıkaran tanımların da mevcut olduğudur. Bu tanımlarda dikkat çeken husus globalleşme ve teknoloji ile değişen dünyada diplomatik faaliyetlerin ifa edilmesinde bazı değişiklikler ve yenilikler olması üzerinedir.

Bazı araştırmacılar dijital diplomasiyi diplomasi 2.0 (Public Diplomacy)' nin bir uzantısı olduğunu ifade etmektedir. Dijital diplomasi nin kamu diplomasisinin uygulanmasında bir araç olduğunu, dijital medyanın özellikle de sosyal medya platformlarının araç olarak kullanıldığını ve kamu diplomasisine yeni araç ve yöntemler sunduğunu ileri sürmektedir.

Sotiriu dijital diplomasi nin literatürde genel kabul gören bir standardı ve belli bir teorik çerçevesi olmadığını ileri sürmüştür. Hanson ise dijital diplomasi nin dış politika hedeflerini bilgi yönetimi, kamu diplomasi si, enformasyon yönetimi, konsolosluk iletişimi, afet yönetimi, internet özgürlüğü, dış dijital kaynaklardan faydalanma ve politika planlama olmak üzere 8 maddede özetlemiştir (Sotiriu, 2015: 15). Literatürden de anlaşılacağı üzere her ülke dijital diplomasi ye kendi çerçevesinden incelemektedir. Dijital diplomasi akademisyenler ve yetkililer tarafından farklı şekilde yorumlanmış, tanımlanmış ve anlaşılmıştır. Bu nedenle evrensel bir tanımı yoktur.

Manor dijital diplomasi nin oluşumu ve uygulanmasında iki önemli etkene dikkat çekmektedir. Birincisi kamu diplomasi sinin uygulanmasında yeni bir aktör olduğu ikincisi ise yabancı ülkelerin vatandaşları ile sadece mesai saatleri içerisinde değil 7/24 monolog iletişim yapısını yıkıp iletişim kurarak diyaloga geçmektir. Bu iki yaklaşım temelde bir ülkenin ya da halkın uluslararası ilişkilerdeki politikalarını gerçekleştirmek için doğru ve etkin bir kamu diplomasi si uygulamak için dijital araçları ve sosyal medya platformları kullanmasını ifade etmektedir (Manor ve Segev, 2015) .

Yukarıdaki tanımlarda klasik diplomasi nin sadece devletlerarası müzakere kavramını içerdiği, teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve dijitalleşmenin artan önemi ve etkisiyle diplomatik faaliyetlere toplumların ve bireylerinde girdiği anlaşılmaktadır. Diplomasi nin oluşan bu yeni formu diplomasi ye yeni konular, yeni yöntem ve araçların girmesine neden olmuştur (Williamson, 2006).

### **3. DİJİTAL DİPLOMASİ VE SELF DETERMİNASYON İLİŞKİSİ**

Günümüz diplomasi sini temsil eden dijital diplomasi, internetin bireylere getirdiği süreklilik ve zaman kavramını ortadan kaldırması ile kamu kurumlarının 8-5 diye ifade edilen çalışma durumunu ortadan kaldırmakta ve iletişimi daimî kılmaktadır. Bu yönüyle devlet liderlerinin de diplomasi



faaliyetlerini sosyal medya yoluyla icra etmesi ön plana çıkmıştır. Diplomasi faaliyetleri halka açılmış, halkın fikirlerini kolayca beyan edebilmesinin, devlet liderlerinin paylaşımlarına hızla yanıt verebilmesinin önü açılmıştır. Böylece ortaya çıkan yeni diplomasi siyasal iletişimin devlet, devlet adamları ve diplomatlar olan özne kavramını da dönüştürerek bünyesine bireyleri de almıştır. Bu sayede bireyler ülkelerinin reklamlarını yapmak, tanıtımlarını yapmak, cezbedici bir imaj yaratmak ve haklılıklarını duyurmak amacıyla Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal medya araçlarını kullanmaya başlamıştır.

Yücel 2016 yılında yaptığı araştırmada dijital platformları da dâhil ettiği nüfus sıralamasında Facebook, Çin, Tencent, Hindistan, Whatsapp, ABD, LinkedIn, Instagram, Twitter ve Snapchat olarak sıralamıştır. Bu bağlamda dijital çağımızda çeşitli amaçlarla sosyal medya bünyesinde barındırdığı üye sayısı nedeniyle oldukça etkili ve önemli bir görüngü olarak karşımıza çıkmaktadır (Yücel, 2016: 751).

Dijital diplomasi bireylere ve halklara yüksek ücretler ödemedi sosyal medya uygulamaları aracılığıyla kamuoyu yapma ve iletişim kurma imkânı tanımaktadır. Bu bağlamda self determinasyon iddiasında bulunan halkların dünya toplumuyla iletişime geçmesi ve haklılıklarını duyurmaları düşük ücretler ile sağlanabilmektedir.

4 Şubat 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook uygulaması dünyada en fazla kullanıcıya sahip sosyal medya uygulamalarının başında gelmektedir. Birçok düşünürün göre Facebook gibi sosyal medya araçları 1.5 milyar aktif kullanıcısı ile sanal birer devlet olarak karşımıza çıkmaktadır. Self determinasyon bağlamında önemli bir etkisi olan Facebook sayesinde pek çok dünya devleti diplomatik anlamda Kosova'yı tanımıştır. Bu tanıma işlemi sayesinde Facebook kullanıcıları Facebook üzerinden Kosova'yı ülke olarak etiketleyebilme imkânı bulmuştur. Tanıma sürecinin arka planındaki gelişmede Kosova vatandaşı Luard Kullolli Kosova'nın ülke olarak eklenebilmesi için Facebook'a dilekçe vermiş, Kosova vatandaşı 10.000 kişinin imzası ile Kosova'nın Facebook tarafından tanınması için taleplerini iletmışlerdir. Kosova Avrupa Entegrasyonu bakanı Vlora Çitaku Facebook'un resmi olarak Kosova'yı tanıdığını açıklamıştır. Bu gelişme başarılı bir dijital diplomasi politikası olarak tarihe geçmiştir. Ayrıca Kosova'nın bağımsızlık sürecinde bir self determinasyon aracı olarak dijital

diplomasinin kullanımını da gözler önüne sermektedir (Tozkoparan, 2020: 12).

Dijital diplomasinin diğer önemli araçlarından biri de Larry Page ve Sergey Brin tarafından 2004 yılında kurulan internet arama motoru, reklam tabanlı hizmetler ve çevrimiçi bilgi dağıtımını sağlayan bir çokuluslu şirket olan Google'dır. Tıpkı Facebook'un Kosova'yı tanınmasında olduğu gibi Google'ın yıllardır İsrail devletinden self-determinasyon hakkı ile ayrılma girişimlerinde bulunan Filistin'i tanınması dünya kamuoyunda büyük yankı uyandırmıştır. Bu süreçte Google Filistin toprakları ifadesini Filistin olarak değiştirerek bu toplumu bir ülke olarak tanıdığını göstermiştir. Bu gelişme uluslararası kamuoyunda Filistin'in BM'ye üye olmayan gözlemci devlet statüsü kazanmasını sağlayan faktörlerden biridir. Bu bağlamda Google'ın ortaya çıkışı ve gelişmesi dijital diplomasinin uygulanmasında en çarpıcı teknolojik gelişme olmuştur (Tozkoparan, 2020: 12-13).

Bireyler, uluslararası örgütler ve devletler dijital diplomasiyi kamuoyu oluşturmak ve kamuoyunu bilgilendirmek amaçlı kullanmaktadır. Devletler, kamuoyunun hassas olduğu meselelere dair bir eylemde bulunacağı zaman, sosyal medyadan ilk olarak tepkileri ölçecek; henüz politikaya dökülmemiş tweetler atmaktadır. Bu bağlamda kendi kaderini tayin kararı veren bir halk, olası bir referandum neticesinde egemen devletin yetkilileri ve halkın ne derece tepki vereceğini ölçebilme imkânı sağlayabilecektir. İnternetin doğru şekilde kullanımı ile diplomatik aktör fikirlerinin dünyanın her köşesine duyurabilmekte ve bu sayede imaj çalışması yapılabilmektedir. Bu durum Nye tarafından ortaya atılan yumuşak güç kavramının bir örneği olarak gösterilebilir. İnternet aracılığı ile devletlerin politik hedeflerinin bildirmesi ve olumlu imaj oluşturması bir kamu diplomasisi faaliyeti olarak adlandırılmaktadır. Bu bağlamda self-determinasyon hakkına sahip halklar fikirlerini dünyanın her köşesine duyurabilme imkânı bulacak ve etkin bir kamu diplomasisi ile uluslararası arenada olumlu bir imaja sahip olacaktır.

Katalanların uluslararası toplumda kendi kaderini tayin hakkı kapsamında haklılıklarını dünyaya duyurabilmek ve uluslararası toplumun hoşgörü ve desteğini alabilmek için etkin bir kamu diplomasisi ve dijital diplomasi siyaseti izlediği görülmektedir.

Katalanların dünyada ünlü futbol kulübü olan FC Barcelona hem kurumsal hem de bireysel düzeyde bağımsızlık ve özerklik mücadelesine destek vermişlerdir. Aktif bir şekilde sosyal medya kullanan ve böylece dünyaya sesini duyurmayı başaran FC Barcelona küresel çapta kamuoyu oluşturabilmektedir. Öyle ki resmi Instagram hesabında 120 milyon takipçiye sahip olan kulüp İngilizce Twitter hesabında ise 47 milyona yakın bir takipçi ile dijital diplomasi faaliyetleri göstermektedir. Ayrıca kulübün İngilizce, Türkçe, Arapça gibi birçok dilde resmi Twitter hesapları da bulunması dijital diplomasiye ne derece önem verdiğini göstermektedir (Gülmez ve Cebeci, 2020: 246). DIPLOCAT, uluslararası düzeyde münazara ve açık oturumlar düzenleyerek Katalanların kendi kaderini tayin hakkı konusuna dikkat çekerek akademik ilgi ve desteğin artmasını sağlamaya çalışmaktadır. Kurum sosyal medyayı gündem yaratma amacıyla yoğun ve etkin bir şekilde kullanmaktadır (Torras-Vila ve Fernandez-Cavia, 2018).

## SONUÇ

Gülmez ve Cebeci (2020) self-determinasyon hareketlerinde yürütülen kamu diplomasisi faaliyetlerinin self-determinasyon sürecini nasıl etkilediğini Katalonya örneği üzerinden araştırdıkları çalışmada self-determinasyon sürecinde Kamu Diplomasisi faaliyetlerinin etki alanının oldukça sınırlı kaldığı sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar merkezi hükümetin self-determinasyonu kabul etmesinin dış destek, uluslararası örgütler ve devletler aracılığı ile uluslararası kamuoyu baskısı ile mümkün olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu durum teknoloji ve dijitalin önemine dikkat çekmektedir. Kosova örneğinden anlaşılacağı üzere dijital diplomasiye önemine vurgu yapmaktadır. Facebook bünyesinde barındırdığı milyarlarca üye sayısı ve çokuluslu yapısı ile Kosova'nın uluslararası kamuoyu oluşturmaya ve bağımsızlık sürecinde başarıya ulaşmasına imkân tanımıştır.

Korhan (2018) dijital diplomasi aracılığıyla tanınma çabasını Kosova örneği üzerinden araştırdığı çalışmada devlet ve devlet dışı aktörler tarafından diplomasi faaliyetlerinin nasıl kullanıldığını ele almış, Kosova'nın bağımsızlık sürecinde dijital diplomasiye ne derece etkili olduğunu araştırmıştır. Facebook tarafından tanınmış olmanın küresel bir güç tarafından tanınmış olmakla eşdeğer olduğunu lakin diplomasiye hala devletlerin baş aktörler olduğunu, ulusötesi şirketlerin uluslararası hukukun konusu olmadığını ileri sürmüştür. Kosova'nın dijital diplomasi ile elde ettiklerinin

uluslararası ilişkilerin geleneksel anlayışına bir meydan okuma olarak nitelendirmektedir. Ancak diplomasinin dönüşüm süreci incelendiğinde uluslararası ilişkilerin geleneksel anlayışının büyük ölçüde değiştiği diplomatik faaliyetlerde devlet dışı aktörlerin günümüzde aktif olarak yer aldığı görülmektedir. Korhan araştırma bulgularında dijital diplomasinin ulaşabileceği sınırların göz ardı edilmemesine dikkat çekmiştir. Bu noktada araştırma bulguları benzerlik göstermektedir.

Sagala ve Baskoro (2023) devlet dışı aktörlerin dijital diplomasi kullanımını Batı Papua Birleşik Kurtuluş Hareketi (ULMWP) örneği üzerinden ele almış, araştırma sonucunda Batı Papua'nın self determinasyonu için mücadele veren ayrılıkçı bir hareket olan ULMWP'nin amaçlarına ulaşmak için dijital diplomasiyi kullanabilecekleri tespit edilmiştir.

Teknolojide yaşanan baş döndürücü gelişme hem hızlı bir dijitalleşmeyi hem de dijital diplomasi ve self-determinasyon kavramlarını toplumların gündemine taşımıştır. Dijital diplomasi ve self-determinasyon kavramları sadece teknolojik bir değişimi değil, aynı zamanda toplumların kaderini belirleyen/şekillendiren sosyolojik bir olgudur. Öyle ki, birçok toplum siyasi arenada varlıklarını ve dünya ile bütünleşmesini bu sayede gerçekleştirmiştir.

Özellikle bilgi toplumu ile bilgiye biçilen raf ömrü, bu durumu hem teyit etmekte hem de artarak devam edeceğini göstermektedir. Ayrıca devletlerin ve terör örgütlerinin de bu alanı kullanarak kendi amaçları doğrultusunda kamuoyu oluşturabileceklerini de unutmamak gerekir. Çünkü sosyal medya üzerinde kısa bir araştırma yapıldığında self determinasyon iddiasında bulunan halkların politik liderleri ve bağımsızlık yanlılarının sosyal medyada seslerini daha fazla duyurabilmek ve destek toplayabilmek amacıyla self-determinasyon propagandası yaptığı görülmektedir. Yani dijital diplomasi ve self-determinasyon olgusu hem devletlerarası ilişkiler açısından hem de terörle mücadele açısından hem devletlerin hem de terör örgütlerinin kullandıkları yumuşak güç olduğu/olabileceği gerçeğini de ortaya koymaktadır.

#### **KAYNAKÇA**

AYDEMİR, Emrah, "Terörizmle Mücadele ve Kamu Diplomasisi", Siyasal Kitabevi, Ankara, 2020.

BAŞTAN, Yücel, "Diplomaside Alan Genişlemesi: Dijital Diplomasi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)", Çanakkale Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.

CEBECİ, Eda, "Self-Determinasyon ve Kamu Diplomasisi: İskoçya ve Katalonya Örnekleri (Yüksek Lisans Tezi)", T.C. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, 2019.

CUTLER, Lloyd, "Self-Determination In The New World Order (Foreword)", Carnegie Endowment Trust, Washington DC, 1992.

ÇATAL, Betül, "Diplomaside Değişim ve Dönüşüm: Siber Diplomasi", Medeniyet Araştırmaları Dergisi, C. 2, Sa.3, 2015, s. 43-54.

GÜLMEZ, Seçkin Barış, CEBECİ, Eda, "Self-Determinasyon Hareketlerinde Kamu Diplomasisinin Rolü: Katalonya Örneği", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sa. 39, 2020, s. 239-253.

HANSON, Fergus, "A Digital DFAT: Joining the 21st Century", Lowy Institute for International Policy, Sydney, 2010.

HANSON, Fergus, "Baked in and Wired: eDiplomacy@ State", Brookings Institution, Washington DC, 2012.

HOLMES, Marcus, BJOLA, Corneliu, "Dijital Diplomacy", Taylor & Francis, United Kingdom, 2015.

JONES, Peter, "Human Rights, Group Rights, and Peoples' Rights", Human Rights Quarterly, C. 21, Sa. 1, 1999, s.80.

KARAOSMANOĞLU, Ali, "Kendi Kaderini Tayin, Ülke Bütünlüğü, Uluslararası İstikrar ve Demokrasi", Doğu Batı Dergisi, 2003, s.147-157.

KELSEN, Hans, "Recognition in International Law: Theoretical Observations", The American Journal of International Law, C. 35, Sa. 4, 1941, s. 605-617.

KOÇAOĞLU, Ali Mehmet, "Uluslararası İlişkiler", Kara Harp Okulu Yayınları, Ankara, 1993.

KOÇAK, Mustafa, "Self Determinasyon Hakkı ve Self Determinasyon Teorileri", Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2018, s.85-148.

KORHAN, Sevda, “Dijital Diplomasi Aracılığıyla Tanınma Çabası: Kosova Örneği”, Cyberpolitik Journal, C.3, Sa. (5 & 6), 2018, s. 83-96.

LEWIS, Dev, “Digital Diplomacy”, Gateway House, Erişim adresi: <https://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/> adresinden alındı, Erişim tarihi: 15.05.2023, 2014.

MANOR, Ilan, SEGEV, Elad, “America’s selfie: How the US portrays itself on its social media accounts In Digital diplomacy”, Routledge, 2015, s.89-108.

NİCOLSON, Harold, “Diplomasi”, (Çev. Mete Ergin), Altın Kitaplar, İstanbul, 1970.

NYE, Joseph, “Soft Power”, Foreign Policy, Sa. 80, 1990, s. 153-171.

NYE, Joseph, Dünya Siyasetinde Başarının Yolu Yumuşak Güç, Elips Kitap, Ankara, 2005.

PAZARCI, Hüseyin, “Uluslararası Hukuk”, Turhan Kitabevi, Ankara, 2012.

POTTER, Evan, “Cyber-diplomacy: Managing foreign policy in the twenty-first century”. McGill-Queen's Press-MQUP, Montreal, 2002.

SAGALA, Dina Militia Cristy, BASKORO, Riski, “The Utilization of Digital Diplomacy of Non-State Actors: Case Study of The United Liberation Movement for West Papua (ULMWP)”, Jurnal Studi Diplomasi Dan Keamanan, C. 15, Sa. 2, 2023, s. 23-45.

EZGİN, Sevgül Akbuz, SAKA, Erkan, “Dijital Diplomasi: Bir Literatür İncelemesi.”, Uluslararası İlişkilere Disiplinlerarası Bir Yaklaşım: Uluslararası İletişim Perspektifi, ed. Burcu Sunar Cankurtaran, Röle Akademik Yayıncılık, 2016, s. 55-74.

SATOW, Ernest Mason, “A Guide to Diplomatic Practice”, Longmans, Green and Co, 3. Baskı, London, 1932.

SOTİRİU, Sabrina, “Digital Diplomacy: Between Promises and Reality”, Digital Diplomacy: Theory and Practice, New York: Routledge, 2015.

SÖNMEZ, İrfan, AYGEN, Murat, "Çeçen Halkının Kendi Kaderini Belirleme Hakkı", *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, C. 2, Sa. 3, 2019, s.665-675.

SÖNMEZOĞLU, Faruk, "Uluslararası Dış Politika Analizi", *Der Yayınları*, İstanbul, 2012.

TORRAS-VILA, Joan, FERNANDEZ-CAVIA, Jose, "DIPLOCAT's Public Diplomacy Role and The Perceptions Towards Catalonia Among International Correspondents", *Place Branding and Public Diplomacy*, C. 14, Sa. 3, 2018, 213–222.

TOZKOPARAN, Zehra Büşra, "Küresel Dönemde Diplomaside Dönüşüm: Dijital Diplomasi-Birleşmiş Milletler Örneği (Master's Thesis)", *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 2020.

TUNCER, Hüner, "Eski ve Yeni Diplomasi", 4.Baskı, Ümit Yayıncılık, Ankara, 2009.

United Nations, "Non-Self-Governing Territories", Erişim Adresi: <http://www.un.org/en/events/nonselfgoverning/nonselfgoverning.shtml>, Erişim Tarihi: 15.05.2023, 2016.

ÜNALMIŞ, Ahmet Nafiz, "Yumuşak Gücün Tesis Edilmesinde Kültürel Diplomasinin Önemi ve Bir Uygulayıcı Olarak Yunus Emre Enstitüsü", *Bilig*, C. 9, Sa. 137, 2019, s. 137-159.

ÜNLÜ, Furkan, "Halkların Kendi Kaderini Tayin Hakkı Açısından Kırım Sorunu (Yüksek Lisans Tezi)", *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı*, 2017.

WELLER, Marc, "Settling Self-determination Conflicts: Recent Developments", *European Journal Of International Law*, C. 20, Sa. 1, 2009, s. 111-165.

WILLIAMSON, Larry, "The Last Three Feet: An Action Plan For Public Diplomacy In The Information Age", *Kansas: University of Kansas*, 2006.

YİĞİT, Çağrı, UZUN, Hasan, "Terörizmle Mücadelede Yeni Bir Yöntem: Dijital Diplomasi", *Hodja Ahmet Yassawi 7. International Congress*

on Scientific Research, Mingachevir, Azerbaijan: Mingachevir State University, 2023, s. 214-233.

YÜCEL, Gökhan, “Dijital Diplomasi”, TRT Akademi, C. 1, Sa. 2, 2016, s. 748-760.



**Fırat Üniversitesi**  
**Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**  
**Yayın İlkeleri**

1. Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, “Hakemli Dergi” statüsünde yılda iki sayı (Haziran-Aralık) olarak yayımlanır.
2. Dergiye gönderilen makaleler başka bir yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır; Makalenin dergimize gönderilmiş olması, yazarın bu konudaki taahhüdü anlamına gelir.
3. Makaleler; “Microsoft Word” programında hazırlanmış olmalıdır. Eserler yazım kurallarına uygun elektronik posta ile editöre gönderilmelidir.
4. Derginin yazı dili esas olarak Türkçe olmakla birlikte, dergide İngilizce, Arapça, Fransızca ve Almanca makalelere de yer verilmektedir.
5. Dergiye gönderilen makalelerin başına, en az 150 en çok 350 kelimedenden oluşan özetler ve özetlerin yazıldığı dillerde başlık ve en az üç anahtar kelime eklenmelidir. Türkçe yazılan makaleler için Türkçe özete ek olarak; İngilizce özet eklenmesi gerekmektedir. İngilizce yazılan makaleler için ise Türkçe özetlerin eklenmesi gerekmektedir.
6. Makalelerde, yazar adları, yazarın çalıştığı kuruluş bilgileri ve elektronik posta adresleri açık ve doğru bir şekilde belirtilmelidir.

7. Yazarların dergiye gönderdikleri makalelerin denetimini yapmış oldukları ve bu haliyle “basıma” hazır olarak verdikleri kabul edilir. Editör kurulu tarafından yapılan ön incelemede, bilimsellik (alan yönünden denetim) ölçütlerine ve dergi yazım kurallarına uyulmadığı ve olağanın üzerinde yazım yanlışlarının tespit edildiği yazılar geri çevrilir.

8. Editör kurulunca ilk değerlendirmesi yapılan makaleler, kör hakemlik sistemi uyarınca yazar adları metinden çıkarılarak iki hakeme gönderilir. Hakem raporlarından biri olumsuz gelirse nihai kararın verilebilmesi için eser üçüncü hakeme gönderilir. Yazarlara makalenin hangi hakeme gönderildiği ile ilgili bilgi verilmez. Hakem raporunda düzeltme istenmesi durumunda yazar, sadece belirtilen düzeltmeler çerçevesinde değişiklikler yapabilir. Yazar, hakem tarafından önerilen düzeltmeleri yaptıktan sonra hakemin önerisi doğrultusunda tekrar hakem denetimine başvurulabilir. Hakem raporlarının her ikisinin de olumsuz olması durumunda, üçüncü bir hakem incelemesi yapılmaz. Yayınlanmayan yazılar, yazarına geri gönderilmez. Yazara durum hakkında bilgi verilir.

9. Dergide, hakem denetiminden geçen makaleler dışında, kitap incelemesi, derleme ve bilgilendirici notlara, yer verilebilir. Bu nitelikteki yazılar editör kurulunca kabul edilebilir veya geri çevrilebilir.

10. Makaleler yayımlanmak üzere kabul edildiği takdirde, elektronik ortamda tam metin olarak yayımlamak da dâhil olmak üzere tüm yayım hakları Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisine aittir. Yazarlar telif haklarını Üniversiteye devretmiş sayılır, yazara ayrıca telif ücreti ödenmez.

11. Kabul edilen yayınlardaki beyan ve fikirlerden yazarların kendileri sorumludur.